



Centre des Etudes Doctorales

مركز دراسات الدكتوراه

Laboratoire : Recherches pluridisciplinaires sur l'homme et le paysage au Maroc.

Equipe de recherche: Anthropologie du bâti

Thèse de doctorat

Sous le thème

Les musées au Maroc et leurs publics : D'une situation de non-rencontre à
une forme de relation inclusive.

Etude de démarches inclusives et leurs limites à travers cinq expériences
muséales.

Présentée par :

Halima ARRASSI

Encadrée par:

Mohammed Chadli

Devant le jury composé de :

Nom et prénom

Etablissement

Statut

Mustapha Nhaila

INSAP-Rabat

Président et rapporteur

Mohammed chadli

INSAP-Rabat

Directeur de thèse

Mohammed Lazhar

Université Ibn Zohr-Agadir

Rapporteur

Mohammed Said El Mortaji

Université Mohammed V-Rabat

Rapporteur

Jose Antonio Gonzalez Alcantud

Université de Grenade-Espagne

Examineur

Mohammed Melyani

Université Jules Picardie-Paris

Examineur

Hammad Berrada

Artiste et écrivain

Invité

Année universitaire 2024-2025



Les musées au Maroc et leurs publics

D'une situation de non-rencontre à une forme de relation inclusive.

Etude de démarches inclusives et leurs limites à travers cinq expériences muséales.

Halima ARRASSI

Sous la direction du Professeur Mohammed Chadli

T H È S E

Pour l'obtention du grade de :
Docteur en Anthropologie-muséologie à l'Institut Nationale des Sciences de
l'Archéologie et du Patrimoine (INSAP)

©Halima ARRASSI, Rabat, Maroc, 2024-2025

Dédicace

À mes proches, pour leur soutien et leur amour incommensurables.

Merci de me guider tout au long de ce parcours.

Avec gratitude.

Résumé de la recherche

Cette thèse, étudie la question de public dans le contexte muséal au Maroc. Elle explore les différentes formes de relations et de stratégies mises en œuvre par les musées marocains envers leurs publics, depuis la création des premiers musées lors du Protectorat français jusqu'à nos jours. L'étude tente d'explicitier les raisons du rejet des marocains de leur institution muséale et explore les pistes d'une sorte de « nouvelle alternative » capable de concilier les populations locales avec leurs musées en tenant compte de leurs identités particulières et plurielles et de leurs réelles attentes, dans la perspective d'une démocratie culturelle.

Mots-clés de la recherche : culture, patrimoine, identité, musée, public, exposition, discours, représentation, sens, inclusion sociale.

Abstract

This thesis examines the question of the public in context of moroccan museum. It explores the different relationships and strategies implemented by Moroccan museums towards their audiences, from the creation of the first museums during the French Protectorate to the present day. The study attempts to explain the reasons for Moroccans' rejection of their museum institutions, and explores avenues for a kind of “new alternative” capable of reconciling local populations with their museums, taking into account their particular and plural identities and their real expectations, in the perspective of a cultural democracy.¹

Keywords: culture, heritage, identity, museum, public, exhibitions, discourse, representation, meaning, social inclusion.

ملخص البحث

تدرس هذه الأطروحة علاقة الجمهور بالمؤسسة المتحفية بالمغرب وتحاول استكشاف مختلف أشكال هذه العلاقة . بالاعتماد على دراسة الإستراتيجيات التي تعتمدها هذه المتاحف تجاه جمهورها وذلك منذ إنشاء المتاحف الأولى إبان الحماية الفرنسية إلى يومنا هذا. كما تحاول هذه الدراسة تفسير أسباب رفض المغاربة لمؤسستهم المتحفية وعزوفهم عنها في أفق إيجاد “بديل جديد”، قادر على تحقيق مصالحة بين السكان المحليين ومؤسستهم المتحفية تراعي تعدد هوياتهم وانتظاراتهم في إطار مناخ تطبعه ديمقراطية ثقافية

الكلمات المفتاحية : ثقافة، تراث، هوية، متحف، جمهور، معرض، خطاب، تمثيل، معنى، إدماج اجتماعي

¹ Traduction en anglais effectué à par un traducteur certifié.

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier mon professeur et directeur de thèse, Monsieur Mohammed Chadli, pour son soutien et ses précieuses directives. Sa présence attentive et ses encouragements m'ont permis de réfléchir avec originalité, de me méfier de certaines erreurs et de réaliser un travail que j'espère être digne d'une recherche scientifique. Je suis profondément reconnaissante pour ses corrections, remarques et conseils, qui m'ont accompagné tout au long de ce parcours. Merci pour son écoute, son sens de la communication et son expertise.

Je suis également reconnaissante à Madame Bernadette Dufresne pour ses remarques et ses conseils précieux durant ma formation à l'Université Paris VIII (2019-2020-2021). J'adresse toute ma gratitude aux responsables des musées qui m'ont fourni les informations nécessaires au développement de mon travail de recherche, notamment Messieurs Jean-François Govin, Laurent Simenel, Abdelaziz Idrissi, Omar Bouka, et Ahmed Margaa.

Je remercie également Madame Meryem Benharbit et Monsieur Hassan Limane pour leur assistance administrative, ainsi que Monsieur Abdeljalil Bouzougar, directeur de l'institution, et tous les administrateurs et administratrices. Un profond remerciement va à Monsieur Mostapha Nhaila pour ses précieux conseils et son aide, ainsi qu'à Monsieur Mohsine Ziani pour son attention et ses encouragements.

Enfin, je remercie infiniment ma famille et mes amis pour leur soutien moral et leur bienveillance. J'ai une pensée particulière pour ma tante et ses conseils, pour ma mère et la paix qu'elle a su me prodiguer. Je dédie cette thèse à l'âme de mon père, qui m'accompagne dans les bons moments de ma vie comme dans les plus difficiles.

Avant-propos

La réalisation de cette thèse représente bien plus qu'un simple aboutissement académique; elle symbolise un voyage intellectuel riche en rebondissements et en découvertes. Ce projet a débuté avec un thème ambitieux qui porte sur la question de la réalisation d'un musée de l'environnement à Médiouna-Casablanca, une question d'une importance cruciale dans le contexte actuel de changement climatique et de gestion des ressources naturelles. Cependant, au fil des recherches et des réflexions, il est apparu que l'exploration de ce sujet nécessitait une perspective plus large et plus technique.

Ce changement de cap n'a pas été pris à la légère. Après de nombreuses discussions avec mon directeur de thèse, et à cause des problèmes que pose un tel sujet de recherche, nous nous sommes mis d'accord sur l'idée d'une analyse sociologique des musées au Maroc et nous avons opté pour l'étude de la question des publics. Un sujet trop peu traité par les chercheurs marocains mais qui est d'une importance capitale qui permet de comprendre les comportements des publics au Maroc vis-à-vis de l'institution muséale ainsi que les dynamiques culturelles et sociales qui animent ces comportements.

Cette thèse est le fruit d'un parcours académique diversifié et unique. Mes études en scénographie à l'Institut Supérieure d'Art Dramatique et d'Animation Culturelle ont développé chez moi une certaine sensibilité artistique, une compréhension profonde des espaces et des expressions culturelles. Cette expérience m'a permis aujourd'hui de saisir plus facilement les discours des expositions, les techniques d'organisation des espaces muséaux, et m'a servi dans l'analyse des études de cas.

Par la suite, le choix d'étudier un master en muséographie à l'Institut Nationale des Sciences de l'Archéologie et du Patrimoine m'a ouvert de nouvelles perspectives. L'étude des musées, du patrimoine et des objets ont enrichi ma vision de l'histoire notamment nationale. Ainsi, cet intérêt pour les musées m'a orienté vers un doctorat en cotutelle entre l'Université Paris VIII et l'Institut National des Sciences de l'Archéologie et du Patrimoine. Après une année de formation à l'université Paris VIII en science de l'information et de la communication, j'ai décidé de mettre fin à la cotutelle pour diverses raisons, dont administratives et afin de pouvoir concentrer toute mon énergie à l'étude des musées au Maroc. La cotutelle à Paris VIII a été une opportunité enrichissante qui m'a permis de bénéficier d'une double supervision, au départ, et d'une large connaissance sur les musées. Mes connaissances acquises lors de ma formation à Paris m'ont aidé dans la rédaction du cadre général de ma recherche.

Table des matières

Dédicace.....	2
Résumé.....	3
Remerciements.....	4
Avant-propos.....	5
Sommaire	7
Introduction générale.....	15
Partie I	
Chapitre I	
Description du projet de recherche et problématique.....	19
1. Présentation du sujet de recherche.....	20
2. Objet de la recherche.....	21
3. Les raisons du choix du sujet.....	21
4. Revue de littérature.....	22
5. Objectif de la recherche.....	24
6. Problématique de recherche.....	24
7. Hypothèses de la recherche.....	25
8. Cadre théorique de la recherche.....	26
9. Les approches de la recherche.....	26
9.1. L'approche culturelle.....	26
9.2. L'approche patrimoniale.....	27
9.3- L'approche sociale.....	27
9.4- L'approche économique.....	28
10. Les théories.....	28
10.1. La théorie de la culture.....	28
10.2. La théorie du patrimoine.....	31
10.3. La théorie de la représentation sociale.....	32
10.4. La théorie économique des musées.....	35
11. Méthodologie de la recherche.....	38
12. Le terrain de recherche.....	38
13. Le Questionnaire.....	40

Chapitre II

Cadre théorique de la recherche	41
Définition des concepts	42
Chapitre II : Le musée une institution aux multiples facettes.....	42
1. Musées et publics : une relation en devenir.....	43
1.1. Le musée : histoire d'une institution.....	43
1.2. Vers de nouvelles actions culturelles : l'animation socioculturelle.....	51
1.3. La médiation culturelle.....	54
1.4. De la médiation culturelle à la médiation interculturelle.....	56
1.5. Du musée média au musée interprète.....	58
1.6. Les musées au XXI ^e siècle : les principaux changements.....	60
1.7. Les nouvelles exigences des expositions muséales.....	62
2. l'exposition et ses normes.....	67
2.1. Normes textuelles.....	67
2.2. La signalétique.....	68
2.3. Dispositifs numériques.....	69

Chapitre III

La notion de sens dans les expositions muséale	71
Introduction du chapitre.....	72
1. La relation entre le sens de l'exposition et la réception par le public.....	73
1.1. Le sens de l'exposition.....	73
1.2. La production du sens.....	75
1.3. Circulation et distribution du sens.....	77
1.4. La réalisation du sens.....	77
Conclusion	80

Chapitre IV

La notion de public et de non-public	81
1. La notion de public et de non-public	82
2. Les non-publics : le festival et le musée en question.....	85
3. Les apports des études de publics dans la mise en œuvre des projets muséaux.....	88

Partie II

Musées et sociétés : Stratégies d'inclusions des publics	91
---	----

Chapitre I

Stratégies d'inclusions des publics	92
1. De l'objet au sujet	93
2. Essais de représentation	99
3. Vers de nouvelles pratiques muséales inclusives	101
4. Un modèle muséographique d'intégration	105
5. Les enjeux du musée actuel	107
6. Les NTIC : des dispositifs communicationnels inclusifs.....	108
7. Vers d'autres identités culturelles.....	110
Conclusion	112

Chapitre II

Les culturels studies et leur rôle dans l'évolution des musées	113
Introduction du chapitre.....	114
1. Les études culturelles.....	115
2. Point de vue sur l'institution muséale.....	116
3. Le rôle disciplinaire du musée.....	118
4. L'approche anthropologique dans les études culturelles des musées.....	119
5. Des stratégies d'inclusions des publics.....	120
6. L'autonomisation muséale : un droit conquis par les publics.....	122
7. Intégration culturelle des minorités : Les immigrés.....	122
Conclusion	126

Chapitre III

Du musée national au musée universel.....	127
Introduction du chapitre.....	128
1. Les musées face à la globalisation et au multiculturalisme.....	129
2. Migrations, identités hybrides et réseaux.....	132
3. Reconnaissance et multiculturalisme : une perspective relationnelle.....	134
4. Le patrimoine: entre reconnaissance et rapports aux publics.....	135
Conclusion	137

Chapitre IV

Vers une intégration socio-économique des publics	138
Introduction du chapitre.....	139
1. Le musée en tant qu'outil d'intégration socio-économique.....	140
2. Les musées en milieu rural : vers une intégration des non-publics.....	142
3. Les banques culturelles : une nouvelle forme muséale d'intégration économique.....	146
4. Les maisons du patrimoine : un modèle muséal d'intégration socio-économique.....	149
5. Les principaux problèmes dans les musées.....	151
6. Muséographie, espace, contenu et leur influence sur les publics.....	152
Conclusion	157

Partie III

Chapitre I

Cadre spécifique de la recherche : Les musées au Maroc, genèse et évolution.....

Introduction	159
1. Histoire des musées au Maroc.....	159
1.1 Le moment de la création	159
1.2. Phase postcoloniale (1956-1980) : tentative de redressement.....	163
1.3. Secteur privé (1980-2011) : vers une ouverture muséale.....	167
1.4. Fondation Nationale des Musées.....	172
Conclusion	182

Chapitre II

Etudes de cas : Musée de la Sira Annabaouia à Rabat.....

Introduction du chapitre.....	185
1. Le musée de la Sira Annabaouia.....	185
2. La structure du musée.....	187
3. Le musée de la Sira Annabawiya : la scénarisation du sacré.....	188
4. L'exposition de la Sira : l'approche muséographique	189
L'exposition la Sira : un voyage dans le sens.....	190
6. L'exposition de la Sira : modes d'illustration.....	192
7. La médiation : un outil de transmission du sens.....	194
8. Le profile du médiateur.....	196
9. Les nouvelles technologies au musée.....	198

10. Les lacunes du musée.....	200
11. Le Musée de la Sira : taux de fréquentation inédit.....	201
12. Analyse préalable : comportements des visiteurs.....	202
- L'acte de s'identifier.....	202
-L'acte de s'exprimer.....	203
13. Analyse des données du questionnaire.....	204
14. Echantillon du questionnaire.....	205
15. Résultats du questionnaire.....	206
Conclusion	213

Chapitre III

Etude de cas : Musée Pierre Bergé des Arts Berbère à Marrakech

Introduction du chapitre.....	215
1. Le musée Pierre Bergé : le changement de statut.....	216
2. Le musée Pierre Bergé : une architecture d'exception.....	217
3. L'exposition.....	217
4. Une identité amazighe révélée par son musée.....	219
5. Approche muséologique et muséographique.....	221
5.1. Approche muséologique.....	221
5.2. Approche muséographique.....	222
6. L'apport des nouvelles technologies au musée Pierre Bergé.....	225
7. Le texte comme support de communication	227
8. Le parcours de visite : analyse spatio-temporelle.....	229
9. Parcours de visite et appropriation de l'exposition.....	231
10. Conclusion et évaluation.....	237
11. Les lacunes du musée Pierre Bergé.....	237
12. Les centres d'artisanats berbères : une alternative du musée ?.....	240

Chapitre IV

Etudes de cas : Musée de la musique Dar Jamaï à Meknès.....

1. Le musée Dar Jamaï : de l'ethnographie à l'art ethnographique.....	243
2. Les expositions au musée Dar Jamaï.....	243
3. Exposer la musique et ses instruments : une mise en scène et une mise en son.....	244

4. Muséographie, texte et parcours	245
4.1. La muséographie	245
4.2. L'implication des visiteurs.....	247
4.3. Le récit	248
4.4. Le parcours de visite.....	250
5. Les lacunes des expositions	251
5.1. L'association entre le visuel et la sonore.....	251
5.2. L'hégémonie du visuel et du son au musée : les autres sens en question.....	252
6. La voix du public.....	254
Un premier aperçu du public.....	255
7. Questionnaire : résultats et analyse des données.....	257
8. Conclusion et évaluation	262

Chapitre V

Étude de cas : Musée du Foot Marocain à Salé (MFM)	264
Présentation.....	265
Introduction.....	266
1. Le Musée du Football Marocain : contexte de création.....	267
2. L'exposition permanente du MFM.....	268
3. La production de l'exposition.....	270
4. Le rôle du muséographe au MFM.....	272
5. Le discours des expositions du MFM.....	273
6. Le parcours de l'exposition.....	274
7. Nouvelles technologies et textes au MFM.....	276
8. La thématique du football : une appropriation ou un rejet ?.....	278
9. Conclusion et évaluation.....	284

Chapitre VI

Etude de cas : Musée Nejjarine à Fès	285
1. Présentation du musée Nejjarine.....	286
2. Les expositions au musée Nejjarine	288
3. Musée Nejjarine : Approche muséographique.....	289
4. Le taux de fréquentation au musée Nejjarine.....	291

5. Le musée Nejjarine : entre absence d’emblème et défis de communication	291
6. Un aperçu des visiteurs du musée.....	292
6.1. Origine géographique.....	292
6.2. Age et motivation	293
7. Questionnaire : résultats et analyses des données.....	294
8. Vers un modèle d’intégration des non-publics.....	298
9. L’événementiel au Nejjarine : une nouvelle forme d’initiation des non-publics.....	299
10. Le « nocturne » : une nouvelle expérience muséale.....	301
11. Le Nejjarine comme espace festif et participatif.....	303
12. Appréciations des publics et apports de l’événement.....	305
13. Vers une nouvelle forme muséale d’intégration des publics : le « musée éclaté » ² à Fès.....	307
Conclusion.....	310

Chapitre VII

Publics et musées au Maroc : synthèse et évaluation.....	312
Introduction	313
1. Les modalités d’approche de la connaissance des publics marocains.....	315
2. Les publics au Maroc : une diversité culturelle et catégorique.....	316
2.1. Les classes supérieures, et publics instruits.....	316
2.2. Les publics de catégories moyennes et populaires.....	317
2.3. Espaces « hors mur » et publics au Maroc: diagnostic d’une rencontre.....	319
3. Impact de la gratuité sur les publics	321
4. La démocratisation et démocratie culturelle au Maroc : une expérience décevante	322
Conclusion générale.....	323
Bibliographie.....	327
Bibliographie virtuelle.....	344
Liste des figures.....	347
Liste des tableaux.....	349

² Mohammed Chadli, « Le musée Nejjarine et son environnement : la naissance du projet d’un « musée éclaté », in « Qualité, traitement et restauration du bois, applications en artisanat », Fondation de la Mosquée Hassan II, Casablanca, novembre 2015, pp. 185-204.

Annexe A : musée de la Sira Annabaouiya	350
1. Entretien avec le directeur du musée de la Sira.....	351
2. Analyse de l'entretien.....	354
Annexe B : musée Pierre Bergé des arts berbères	356
1. Entretien avec le directeur du musée Pierre Bergé.....	357
2. Entretien avec le concepteur du musée Pierre Bergé.....	359
3. Analyse de l'entretien.....	360
Annexe C : musée de la musique Dar Jamai	362
1. Entretien avec le directeur du musée Dar Jamai.....	363
2. Les points clés de l'entretien.....	365
3. Analyse du formulaire du musée Dar Jamai.....	366
Annexe D : musée du football marocain	368
1. Entretien avec le conservateur du musée du Foot.....	369
2. Entretien avec le muséographe de l'exposition.....	372
3. Analyse des points clé des entretiens.....	373
4. Notre contribution au musée : stage au Musée du Football Marocain.....	374
Annexe E : musée Nejjarine à Fès	378
1. Plan du musée.....	379
1. Entretien avec les visiteurs du musée.....	382
2. Analyse des points clé des entretiens.....	387
Annexe F : questionnaires des études de cas	390
Questionnaire en Français.....	391
Questionnaire en Anglais.....	396
Questionnaire en Arabe.....	400

Introduction

La muséologie, « en tant que discipline consacrée à l'étude des musées et de leur fonctionnement, est une forme et un symbole de l'évolution des institutions culturelles contemporaines» (Chaumier, 2014 :32). Dans un contexte mondial marqué par des transformations culturelles rapides et profondes, les musées sont appelés à changer sans cesse leurs conceptions, leurs modes de d'organisation et de fonctionnement. Autrement dit, ils sont contraints à se réinventer pour répondre aux attentes d'un public diversifié et de plus en plus exigeant. La question de public est devenue alors cruciale dans toute politique de développement del'institutionmuséaleetrenvoieàdesrapportsfortvariésentrecesdeuxcomposantes.

«Rapports changeants en fonction de la nature des musées, de leurs stratégies, de leurs moyens, mais aussi des lieux de leur implantation » (Chaumier, 2014 :34)..

En Occident, les institutions muséales ont connu des formes d'engagement envers leurs publics que l'on pourrait qualifié d'évolutives. Sous la pression des tensions qu'a connu la scène culturelle et politique, l'institution muséale occidentale s'est trouvée contrainte de s'adapter aux nouvelles aspirations des populations qui réclamaient l'abolition de l'ordre mortifère des musées et l'instauration d'une nouvelle approche muséale à caractère sociale. En réponse à ces revendications radicales, les musées ont pris l'initiative de revoir leurs valeurs constitutives archaïques en mettant en cause leur raison d'être et leurs manières de gérer les choses de la culture, du patrimoine et de l'art dont ils sont dépositaires. L'objectif était de mieux s'adapter aux attentes des populations qui n'avaient de cesse de déplorer l'image trop négative du musée et ses ambitions sociales élitistes. Du coup de nouvelles tendances et méthodologies sont nées, notamment le courant de la nouvelle muséologie qui a su tirer profit des avancées des sciences de l'information et de la communication.

Au Maroc, l'institution muséale a connu un autre parcours et un destin tout à fait particulier. « Fruit d'une imposition coloniale, elle s'est trouvée confinée dans une forme d'action culturelle que l'on peut dire de propagande politico-touristique au service d'une population étrangère: les colons et les touristes » (Chadli,2007:120). Les formes et les contenus du patrimoine qu'elle exposait «reflétaient une conception réductrice de l'héritage culturel marocain et la politique des publics qu'elle prônait excluait systématiquement les populations marocaines, malgré ses prétendues missions pédagogiques en faveur de la catégorie des artisans»(Chadli,2017:32)..Après l'indépendance, le musée au Maroc a préservé son caractère

d'institution marginale œuvrant en tant qu'accessoire au service d'une activité touristique de plus en plus grandissante. Aujourd'hui comme hier, les musées au Maroc n'intéressent que trop peu les populations locales. «Malgré la création d'une fondation dédiée à la promotion de ces musées, ces derniers continuent à enregistrer un taux de fréquentation des plus faibles : 5% seulement des marocains visitent les musées » (Chadli, 2017:33»). Les rénovations entreprises tant au niveau des bâtiments, des moyens d'exposition et au niveau de la nature de ces expositions n'ont eu qu'un effet trop insignifiant sur le public.

Le présent travail cherche à comprendre les raisons du désintérêt des marocains à l'égard de l'institution muséale et tente en même temps de mener une réflexion sur les manières susceptibles de faire venir les populations locales au musée pour que ce dernier cesse de demeurer une destination étrangère.

Pour élucider nos propos, nous avons organisé ce travail de recherche en trois grandes parties. La première et la deuxième sont composées chacune de quatre chapitres, la troisième partie quant à elle est formée de sept chapitres.

Dans le premier chapitre de la première partie nous présentons le cadre théorique de la recherche, nous définissons son objet, les raisons qui ont dicté son choix, la revue de la littérature, les objectifs, la problématique et les hypothèses de la recherche.

Nous avons dédié le deuxième chapitre à la définition des concepts de la recherche (musée, médiation, actions culturelles, expositions, etc.). Ici nous décrivons les évolutions qu'a connu l'institution muséale en général et les démarches entreprises pour transformer le musée en un espace social ouvert aux publics.

Dans le troisième chapitre nous abordons la question du sens de l'exposition où nous examinons la question des interactions entre l'œuvre, l'espace dans lequel elle est placée, et les publics qui en font l'expérience.

Nous examinons dans le quatrième chapitre la notion de public et de non-public où nous présentons les écrits réalisés à ce sujet. Ces derniers traitent des questions liées à l'offre culturelle et la nécessité de la rendre accessible à tous les types de publics.

Dans la deuxième partie de notre recherche, nous dressons un état des lieux des musées en occident où nous décrivons les stratégies inclusives adoptées par ces musées.

Le premier chapitre de cette deuxième partie étudie les stratégies que la nouvelle muséologie a adoptées en vue d'inscrire les musées dans l'occident dans leurs contextes

sociaux. Ce même chapitre illustre les démarches entreprises par ces musées en matière de développement de nouvelles formes de représentation, de participation et de collaboration avec les publics.

Le deuxième chapitre présente la notion de Cultural Studies et dévoile le rôle et l'impact des recherches culturelles sur les musées et les publics. Ce chapitre présente les expériences novatrices en la matière développées dans certains musées américains et montre les diverses stratégies inclusives qu'ils adoptent et l'intérêt qu'ils accordent aux populations exclues, notamment les premières nations, les migrants et les minorités.

Le troisième chapitre dévoile la transformation des musées en institution universelle qui transcende les frontières nationales et culturelles. Il illustre comment les musées, notamment en Europe, ont évolué pour devenir des centres de savoir, d'échange culturel, et où les œuvres sont présentés dans un contexte qui encourage la réflexion et le dialogue. Il présente les musées comme des lieux où la diversité est célébrée et où l'apprentissage est une expérience partagée par des visiteurs de tout horizon. Ce chapitre analyse des concepts comme : la reconnaissance des publics, le multiculturalisme et la plurivocalité des expositions.

Le quatrième chapitre met en lumière le rôle économique des musées en soulignant comment, à travers des stratégies d'intégration socio-économique, ces derniers ont contribué au développement des communautés, en particulier dans les zones rurales. Il décrit aussi certaines approches nouvelles adoptées par quelques musées en Afrique de l'Ouest.

La troisième et dernière partie de cette recherche dresse un état des lieux des musées au Maroc depuis leur fondation au début du XX^e siècle et jusqu'à aujourd'hui.

Le premier chapitre de cette partie, présente l'histoire des musées au Maroc, leurs conditions de création, de développement, ainsi que leur situation actuelle.

Le deuxième chapitre concerne notre terrain d'étude. Nous présentons le musée de la Sira Annabaouia à Rabat.

Dans le troisième chapitre nous étudions le musée des arts berbère, Pierre Bergé à Marrakech. Nous avons consacré le quatrième chapitre au musée de la musique à Meknès. Nous présentons dans le cinquième chapitre le musée du foot à Salé. Dans le sixième chapitre nous étudions le musée Nejjarine des arts et métiers du bois à Fès. Nous avons à travers l'exemple du musée Nejjarine à Fès, fait l'analyse d'une expérience novatrice et riche en matière d'animation et d'action culturelle qu'est l'événementiel.

Nous avons essayé de montrer dans ces études de cas comment l'histoire et l'identité marocaine sont présentées dans ces musées et comment les visiteurs parviennent ou non à se reconnaître et s'approprier leurs contenus.

Le septième chapitre étudie la façon dont la notion de public se présente au Maroc. Nous dévoilons également les relations entre les diverses catégories des publics et des musées et nous décrivons les pratiques culturelles qu'adoptent ses publics. Nous cherchons dans ce chapitre à analyser les résultats de nos études de cas, ainsi que les perceptions que se font les marocains des musées et les attentes qu'ils expriment.

Partie I

Chapitre I

Description du projet de recherche

Et problématique

1. Présentation du sujet de la recherche

Les musées au Maroc, en tant qu'invention coloniale, ont connu ces dernières décennies, de remarquables évolutions. « Voulant sortir de l'emprise coloniale française, l'ayant trop longtemps hantée, l'institution muséale au Maroc tente, depuis quelques décennies, d'améliorer ses pratiques, ses espaces et ses contenus à destination d'un public de plus en plus fugitif, exigeant et insatisfait »(Chadli,2017:123). Les stratégies adoptées sont diverses: construction de nouveaux musées, rénovation des espaces, amélioration des techniques d'exposition, de conservation et de présentation. A l'aide de telles stratégies, ces musées s'attendaient à améliorer le taux de fréquentation. « Cependant, malgré ces démarches, les chiffres enregistrés ne dépassent guère la moyenne de 5,9 %³; un pourcentage réellement faible reflétant la persistance d'une situation de désintérêt, sinon de refus, du public marocain envers l'institution muséale » (Chadli, 2017 :123)..

Pour certains, notamment des médias nationaux⁴, les raisons de ce désintérêt, seraient d'ordre culturel mais aussi liées à la question de socialisation. En effet, la culture muséale est absente dans les habitudes et les préférences des marocains et dans le système éducatif national. Paradoxalement, et parallèlement à ce désintérêt marqué envers l'institution muséale, d'autres espaces publics n'arrêtent d'attirer l'intérêt des publics marocains, en l'occurrence des lieux de rassemblement populaire, comme les foires, les festivals, les moussems, etc. Fait marquant : la place «Jamaa Lafna» à Marrakech, parvient à attirer chaque jour de nombreux marocains alors que le musée Pierre Bergé, non loin d'elle, n'attire pratiquement que des touristes étrangers (voir étude de cas). Une question pourrait alors se poser, dès à présent, face à la force d'attraction de l'événementiel auprès des publics marocains: Faudra-t-il introduire l'aspect festif au musée pour attirer les publics ? Et comment? De nombreux musées ont essayé d'introduire une sorte de contextualisation à travers divers moyens. Nous citons l'exemple du musée Dar Jamai à Meknès et celui des Oudayas à Rabat qui utilisent des techniques muséographiques scénarisées à l'aide d'outils numériques créant ainsi une atmosphère festive à l'aide d'images mouvantes et de la musique

³Seulement 5,9 % des marocains fréquentent le musée » (Jelidi, 2013 : 12). Il n'existe aucune étude récente sur le nombre de fréquentations des musées au Maroc.

⁴La Vie éco: <https://www.lavieeco.com/culture/75-des-marocains-nont-jamais-visite-un-musee-6681/>, consulté le 19 octobre 2022.

Le360: <https://fr.le360.ma/culture/enquete-le-site-culturel-le-plus-visite-du-maroc->, consulté le 19 octobre 2022.

dans le but de créer des situations immersives. Cependant, malgré la diversité des contenus que présentent ces musées, le public marocain n'arrête pas d'afficher un absentéisme persistant. Il est donc clair que l'institution muséale est loin d'être attrayante pour la grande majorité du public marocain.

Dans cette recherche nous allons essayer, d'une part, de comprendre les raisons de cette situation qui a duré plus d'un siècle et qui continue à hanter les spécialistes et les professionnels des musées, et d'autre part, de tracer les contours d'une nouvelle muséologie marocaine capable d'intéresser le public local.

2. Objet de la recherche

L'objet principal de cette étude porte sur la relation musée/société et plus particulièrement la relation qui lie le public marocain au musée. Nous cherchons à travers cette étude de comprendre pourquoi les marocains continuent à afficher un désintérêt presque total par rapport à cette institution dont l'existence remonte, malgré tout, à plus d'un siècle. Nous allons essayer d'explorer les diverses formes de ce rejet en analysant et étudiant les arguments des uns et des autres à travers une étude de terrain approfondie d'institutions muséales phares au Maroc et en diagnostiquant, à l'aide d'un travail d'évaluation spécifique, la nature de l'offre culturelle qu'elles proposent. Nous n'excluons pas l'étude de la catégorie des touristes qui fréquentent en masse ces musées.

3. Les raisons du choix du sujet

Notre étude sur le rapport entre public et musée est motivée par des raisons à la fois subjective et objective. Les motivations subjectives s'expliquent par l'intérêt que nous avons pour le domaine et les choses de la culture en général et les musées en particulier et le désir persistant qui nous habite quant au développement de ces derniers afin qu'ils puissent devenir les porteurs et les exposants d'une culture marocaine, plus que millénaire, et parvenir à incarner les valeurs et les préoccupations des populations locales.

Les motivations objectives qui ont dicté le choix de ce sujet se résument dans l'intérêt que représente pour nous le secteur des musées et leurs publics en tant qu'objet d'étude méritant d'intégrer la sphère de la recherche scientifique et académique. En effet, l'étude bibliographique concernant les musées au Maroc révèle combien ce champ est resté en dehors des préoccupations des chercheurs marocains qu'ils soient universitaires ou étudiants. Autre constat négatif : l'enseignement de la muséologie comme discipline à par n'est prodigué que

dans le cadre de disciplines considérées plus « sérieuses », en l'occurrence l'archéologie, l'anthropologie, la sociologie ou l'architecture. Cependant la muséologie recouvre des domaines disciplinaires fort variés, notamment le patrimoine, la culture, la préservation, la valorisation, la patrimonialisation, le public, la médiation culturelle, la communication... Elle intéresse aussi une multitude de disciplines telles que la sociologie, l'anthropologie, l'histoire, l'art, mais aussi l'économie et la politique. Bref, l'étude des musées en rapport avec leurs publics incarne une volonté scientifique de mettre la lumière sur un secteur aujourd'hui méconnu, mais qui pourrait devenir révélateur d'une partie de l'identité marocaine.

4. Revue de la littérature

Les écrits sur les musées, la muséologie en général et le public en particulier sont rares au Maroc. À notre connaissance, l'unique étude qui a été réalisée sur les publics des musées au Maroc est en cours de publication⁵. À l'inverse, les écrits franco et anglo-saxon traitant de ce sujet (rapport publics/musées) sont abondants. Malgré leur caractère spécifique lié à des réalités différentes de celles du Maroc, ces écrits ont constitué une référence importante par rapport à l'élaboration de notre sujet de recherche.

Deux volets ont guidé nos lectures : le volet théorique et le volet pratique. Pour ce qui est de la théorie nous avons consulté les ouvrages qui traitent principalement des théories de la muséologie.⁶ Trois questions fondamentales reviennent régulièrement dans les réflexions

⁵La seule étude traitant la question de public au Maroc sur tous ses aspects est : celle de Mohammed Chadli (2007), « Musée et médiation du patrimoine : la création du musée Nejjarine à Fès » [Thèse de doctorat en cours de publication], Université Sophia Antipolis-Nice.

Tout récemment, une thèse de doctorat est soutenue à l'Université d'Aix-en-Provence à Marseille le 22 novembre 2024, par Khalid Loukid, intitulée « Collections publiques de tapis au Maroc : histoire et présentation, travail, genre et valorisation muséale, du protectorat français (1912-56) jusqu'à la création de la Fondation Nationale des Musées (2011) ». Bien qu'elle porte sur les musées marocains, le thème de cette thèse ne concerne nullement le sujet de notre étude.

⁶Nous citons « La muséologie : Histoire, développements, enjeux actuels », d'André Gob et Noémie Drouguet (2021), « culture et musées : nouveau regard sur le patrimoine » de Jean Davallon (2003), « La médiation culturelle » de Serge chaumier et François Mairesse (2013), « La distinction » de Pierre Bourdieu (1979), « Une histoire des musées de France XVIIIe-XXe siècle », de Dominique Poulot (2008), « Musée, mutation » de Joëlle le Marec, Bernard Schiele et Jason Luckerhoff (2019), etc. Ces ouvrages abordent des sujets tels que l'origine et le développement des musées, leur définition et diversité, ainsi que leurs rôles et fonctions au sein de la société. Ils mettent également en lumière la dimension politique des musées, leur organisation, les publics des musées, la fonction de conservation, la recherche scientifique au musée, etc. Ces ouvrages nous paraissent intéressants, car ils permettent de comprendre comment les musées peuvent s'adapter aux changements du 21^e siècle, notamment

liées à cette discipline : qu'est-ce qu'un musée? Quelle est son histoire? Comment a-t-il évolué? Ici sont traitées de manière concrète les questions liées aux fondements de la notion de musée, de son statut du point de vue épistémologique. Nous y avons pu nous informer de manière exhaustive sur la question de l'évolution des musées et plus précisément sur celle liée à la politique des publics. En creusant la notion de public nous avons pu comprendre l'impact de l'institution muséale sur la société et le rôle qu'elle joue sur le plan pédagogique, identitaire et symbolique ; mais au-delà nous avons pu mesurer son importance dans l'apparition de notions nouvelles comme celles du beau, du patrimoine collectif, de la monstration, de l'espace public, de la valorisation de l'héritage culturel... Ces études nous ont montré par ailleurs la portée scientifique et opérationnelle de notions clés comme celles de nouvelle muséologie, de communication et de médiation culturelle.

Dans le volet pratique de la muséologie nous avons pu consulter d'importants travaux sur l'organisation des musées, leur gestion et les différentes techniques d'exposition que l'on adopte⁷. Par ailleurs, nous avons profité des études sur le musée en tant que média et moyen de communication, mais en rapport avec des questions pratiques comme celles de muséographie, de scénographie, d'architecture, de supports d'exposition et d'installation, de nouvelles technologies d'information et de communication, etc. Certes, ces thèmes nous ont aidé à comprendre l'évolution de l'institution muséale, ses techniques et ses rapports aux publics dans des contextes différents de ceux du Maroc, mais la qualité d'approche et la pertinence dont ces études font preuve, nous ont permis de constituer une vision claire sur l'expérience muséale marocaine, ses carences, ses obstacles mais aussi les possibilités de son développement.

en termes de diversité des publics et de pratiques numériques. Ils fournissent les clés pour repenser les politiques muséales et les stratégies de médiation culturelle afin de répondre aux attentes des publics.

⁷Parmi ses ouvrages, nous citons : «Nouveaux regards sur le patrimoine, Culture et Musées », de Jean Davallon (2003), «De la médiation à la médiation : le double jeu du pouvoir culturel en animation », de Jean-Marie Lafortune(2008),«La signalétique patrimoniale: Principes et mise en œuvre », de Daniel Jacobiet Maryline Le Roy (2013), « réécrire l'exposition par sa scénographie » (2013) de Claire Lahuerta, etc. Ces ouvrages traitent les aspects techniques des musées. Ils démontrent la place de l'exposition, de la muséographie, des dispositifs d'information et de communication dans l'éducation, l'inclusion et la participation des publics. Aborder l'aspect technique au musée est important dans l'analyse des modalités de réception, des éléments qu'attirent ou pas les publics au musée, les moyens de communication, etc. Pour notre recherche, l'analyse de l'aspect technique est importante dans la compréhension des rapports entre publics et musées.

En ce qui concerne la question de public, thème central de notre recherche, les études consultées nous ont permis d'avoir une visibilité sur les multiples façons dont les visiteurs appréhendent, perçoivent, se représentent et interagissent avec les musées. Cela inclut la compréhension de leurs comportements, préférences et attentes. Les ouvrages spécialisés en la matière et les expériences muséales consultées nous ont permis de saisir l'importance de nouvelles expériences et de stratégies innovantes en matière de politique des publics, lesquelles nous ont aidé à forger une idée sur le modèle de musée qui puisse attirer l'intérêt des publics marocains et qui puisse répondre à leurs besoins et attentes. Il va sans dire que ces études et ces expériences furent d'un apport incontestable dans l'élaboration et l'approfondissement de notre problématique de recherche.

5. Objectif de la recherche

A travers l'analyse des rapports entre publics et musées au Maroc, cette recherche tente d'éclairer les stratégies par lesquelles l'institution muséale au Maroc pourrait se transformer en un espace public au service des populations et être capable de répondre à leurs attentes et leurs besoins fondamentaux. Pour ce faire, nous y procédons à l'évaluation de l'état existant en analysant les différentes perceptions et réactions des publics et comment les interactions de ces derniers pourraient aboutir à des approches nouvelles capables de les attirer au musée. C'est à ce titre que nous avons tenu, faute de pouvoir tester l'application de nos arguments dans la réalité, d'inclure dans notre recherche un certain nombre de recommandations.

6. Problématique de la recherche

Le rapport entre musées et publics au Maroc renvoie à une réalité multidimensionnelle que reflète un contexte culturel, social et économique spécifique. C'est dire que la relation musée/public soulève des interrogations sur la capacité des musées à s'adapter aux besoins d'un public diversifié, dans un pays où les potentialités culturelle et historique sont indéniables. La question est alors comment les musées, en tant que gardiens du patrimoine culturel matériel et immatériel, parviendraient-ils à devenir des espaces de dialogue et d'apprentissage pour toutes les catégories de la société marocaine ?

Cette problématique interroge également le rôle de la politique culturelle, notamment celle de la Fondation Nationale des Musées (FNM) et autorise en même temps d'autres questions: quelles stratégies la FNM met-elle en place pour garantir que les programmes et les expositions, qu'elle considère exceptionnels, soient démocratiquement accessibles à tous?

Il est également essentiel de se demander dans quelle mesure les musées au Maroc, reflètent-ils la diversité socioculturelle du pays et comment peuvent-ils promouvoir une forme d'inclusion plus large et dépasser les barrières socio-économiques qui limitent la participation de certains groupes ?

La problématique s'étend également à l'évaluation de l'efficacité des expositions et des programmes des musées. Quels indicateurs et moyens d'évaluation pourront être utilisés pour mesurer la réussite de la médiation culturelle et quel est l'impact des musées sur la société marocaine ?

De telles questions sont cruciales pour comprendre comment les musées pourront évoluer afin de mieux servir leurs publics et comment ils seront capables de contribuer, de manière significative, à l'éducation à la culture, à l'art et au patrimoine en général et de participer à la promotion d'identité marocaine plurielle dans un monde en perpétuelle transformation. La recherche qui découle de ces interrogations a pour but d'apporter des réponses concrètes et des solutions pratiques permettant d'améliorer le rapport entre les musées marocains et leurs publics locaux.

7. Hypothèses de la recherche

Nous pouvons définir les hypothèses de notre recherche de la manière suivante:

- Le faible taux de fréquentation des musées par les marocains, est dû à la nature des collections qu'ils exposent (sous forme d'objets de la vie quotidienne, trop familiers pour les marocains) et/ou de la nature des lieux d'expositions (palais ou demeures d'anciens vizirs).
- Le manque d'initiation à la culture, de communication, de connaissances, ou de sensibilisation peut expliquer le comportement de désintérêt affiché par la plupart des marocains envers l'institution muséale.
- Les musées marocains qui investissent dans des stratégies de médiation culturelle innovantes et inclusives et ceux qui introduisent l'événementiel attirent et fidélisent un public plus large et diversifié.
- Les visiteurs des musées au Maroc valorisent les expériences muséales qui sont interactives et éducatives, ce qui influence positivement leur intention de revisiter et de recommander le musée.
- La muséologie de l'objet n'est plus attractive face à l'appréciation de la signification et du sens.

Ces hypothèses constituent à notre sens, un point de départ essentiel pour entamer notre étude. Elles nous permettent de cerner les aspects spécifiques de la relation entre publics et musées au Maroc et de construire notre recherche de manière méthodique et ciblée.

8-Cadre théorique de la recherche

Les principales approches et théories auxquelles nous avons eu recours sont liées à la nature de notre objet de recherche, à sa problématique et ses hypothèses. Diverses notions sont alors évoquées ici : celles de musée, de culture, de patrimoine, de public, de représentation sociale, d'éducation à la culture et d'économie du patrimoine, autrement dit, de valeur patrimoniale.

L'adoption de ces théories est dictée par leur pertinence et leur capacité à enrichir la compréhension de notre sujet de recherche. « Elles permettent également de situer la recherche dans un contexte académique plus large, en fournissant des liens avec des discussions et des débats dans le domaine de la muséologie et des études culturelles»(Chaumier, 2014:62). Ces théories jouent à notre sens, un rôle crucial dans l'approfondissement de notre problématique de recherche. Mais avant cela, certaines approches fondamentales, que nous avons qualifiées d'approches de la recherche, méritent d'être évoquées et discutées pour l'intérêt qu'elles présentent quant à l'approfondissement et l'éclaircissement de nos propos.

9. Les approches de la recherche

Le rapport entre les musées et leurs publics est un sujet complexe qui implique diverses approches de recherche :

9.1-L'approche culturelle

Cette approche traite et analyse les musées en tant que producteurs de culture et examine leur rôle dans la construction des discours culturels. » Elle étudie également comment les musées pourraient influencer et être influencés par certaines tendances culturelles»(Chaumier, 2014:97). Loin de se limiter à la simple tâche de conservation, ayant longtemps caractérisé le musée, l'approche culturelle se définit comme « une réflexion sur les pratiques muséales et leur impact sur la société » (Claval, 2020: 176). Il s'agit donc « d'une redéfinition des rôles du musée qui met en avant la dimension dynamique des fonctions que pourrait assurer le musée dans la société, en s'intéressant à la dimension humaine de la culture comme moyen de rapprochement et d'inclusion des publics et en défendant leur droit d'accès

aux musées et les aidant à s'approprier de manière légitime toutes les formes de la culture, notamment savante⁸ » (Claval, 2020: 176). Celle-ci, désignée comme noble et élitiste, a été largement critiquée dans les études culturelles notamment pour les hiérarchies qu'elle provoque (distinction entre public initié et non-initié).

9.2-L'approche patrimoniale

L'approche patrimoniale « étudie la relation entre l'objet dans sa dimension patrimoniale et le public et aide à la comprendre. Elle insiste sur le pouvoir de l'objet dans la représentation des cultures et des histoires humaines » (Claval, 2020: 178). Certes, cette approche se concentre sur l'importance de la conservation et de l'exposition des objets du patrimoine. Nous l'intégrons dans notre recherche en vue d'étudier les effets de l'objet patrimonial sur les publics et d'évaluer les réactions de ces derniers sans oublier aussi d'étudier les techniques de gestion et de communication utilisées à cet effet.

9.3-L'approche sociale

Cette approche « met l'accent sur le rôle du musée en tant qu'institution active au sein de la société et les étudie en tant qu'espace et moyen d'inclusion sociale. Sa pertinence s'incline dans l'objectif d'égalité sociale qu'elle soutient et dans sa conception du musée comme espace d'échange et de participation visant l'intégration des publics et principalement ceux qui sont éloignés ou exclus de la culture » (Claval, 2020: 178). Dans cette approche le musée se définit comme un espace de dialogue social, d'éducation et d'inclusion. A l'aide de cette approche, il nous est opportun de comprendre les comportements et les manières par lesquelles les visiteurs interagissent face aux contenus muséaux. Parce qu'elle « positionne l'être humain au centre de ses préoccupations » (Fischer, 2020: 76), cette approche nous intéresse particulièrement en matière d'étude des représentations des publics par rapport aux expositions.

⁸« Souvent utilisé pour décrire les connaissances approfondies dans les domaines scientifiques, artistiques et littéraires, généralement maîtrisées par des personnes ayant bénéficié d'une éducation supérieure ou spécialisée » (Dumont, 1981 : 190).

9.4-L'approche économique

Cette approche constitue pour notre recherche une perspective importante car elle nous «permet d'analyser le fonctionnement et l'impact du mode de financement (subventions, billetterie, dons...) sur la politique des musées et plus particulièrement en matière de gestion des collections, d'orientation artistique et de mise en place d'activités destinées à augmenter les ressources» (Fischer, 2020 : 78),. Cette approche, qui se réfère à la théorie de la valeur patrimoniale, démontre «l'importance du financement pour les musées notamment en matière de protection des collections, d'amélioration des contenus ou des techniques de présentations. Elle est particulièrement pertinente pour comprendre comment les musées peuvent servir au mieux leurs publics tout en gérant efficacement leurs ressources » (Fischer, 2020 : 78).

10. Les théories

Parmi une multitude de notions consultées, nous avons sélectionné quatre principalement : la notion de culture, de patrimoine, de représentation sociale, et de valeur patrimoniale. Ces notions concernent divers aspects de notre sujet de recherche et touchent aux volets de la communication, de la médiation culturelle, de la démocratisation et de la démocratie culturelle. Ces champs disciplinaires constituent des outils indispensables «à l'analyse et l'évaluation de la relation entre le public et le musée, des modalités de réception de la culture et des techniques d'évaluation » (Fischer, 2020 : 76).

10.1-La théorie de culture

La culture est d'abord, « l'ensemble des traits distinctifs, spirituels, matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe les arts, les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances ».⁹Jean Claude Passeron, considère la culture comme un «contenu accessible à tous » favorisant dans sa théorie, la transmission et l'ouverture de la culture aux publics (Passeron, 1964 : 72). Pierre Bourdieu établit une analogie entre rapports sociaux et culturels. Il affirme que « la culture est au centre d'une lutte des classes sociales qui s'affrontent, pour la définition et l'appropriation de la culture légitime » (Bourdieu,1979: 84). Pour cet auteur, la définition de la culture savante (qu'il nomme culture légitime) est réservée aux classes dominantes. En effet, «la culture légitime est celle que les classes supérieures s'approprient dans le but de se démarquer des classes populaires»(Passeron,

⁹UNESCO: <https://www.unesco.org>, consulté le 23 novembre 2022

1964: 72). Il parle dans ce contexte de distinction qui hiérarchise les relations entre les classes sociales et les goûts culturels. Pour lui, « le goût est l'opération par laquelle les individus affirment leur appartenance à un groupe. Il se construit par l'initiation à la culture, par l'éducation et par la formation » (Bourdieu, 1979: 87). Ce fut le même raisonnement qu'a défendu avant lui Emmanuel Kant, dans « la critique de la faculté de juger », où il considère le goût comme « un outil d'appropriation d'une culture ou d'intégration à un groupe, et le dégoût comme l'expression d'une exclusion sociale » (Kant, 2015: 32). Tout comme P. Bourdieu, mais précurseur de celui-ci, E. Kant distingue entre le « goût savant » et le « goût barbare ». Pour lui, « la culture savante demande un certain niveau d'éducation pour être appréciées et une certaine capacité de lecture » (Kant, 2015 : 32-33).

L'éducation est donc capitale dans la constitution du goût esthétique chez E. Kant, mais aussi chez d'autres chercheurs. Colette Dufresne considère que l'éducation est un déclencheur d'intérêt culturel puisqu'elle « éveille la curiosité et inspire les individus à chercher des expériences qui enrichissent leur compréhension du monde » (Dufresne-Tassé, 2015: 121). Serge Chaumier qualifie l'éducation comme un élément qui « initie les publics à la culture et leur offre les moyens de lecture nécessaire à leur compréhension » (S. Chaumier, 2020: 77). Il précise également que l'initiation à la culture est un phénomène de socialisation qui se construit à travers des habitudes culturelles, en famille et à l'école. Ces modes d'initiation à la culture jouent un rôle important dans la constitution du goût des individus, dans leur intérêt pour la culture savante.

Par ailleurs, une autre théorie de la culture insiste sur le rôle du musée dans l'appropriation de cette dernière. Hugue de Varine nous informe qu'au cas où l'intérêt pour la culture n'est pas acquis par l'instruction des familles ou par l'école, le musée en tant qu'institution culturelle et éducative peut alors, plus ou moins, combler ce vide. Pour lui, le musée est « un lieu d'utilité qui n'est, en aucun cas, moins important qu'une école ou qu'une bibliothèque, car il partage la même vocation éducative » (De Varine, 2009: 78). Cette perspective met en lumière le rôle fondamental des musées dans la société, non seulement comme gardiens de l'histoire et de la culture, mais aussi « comme vecteurs d'apprentissage et de développement personnel » (Passeron, 1964: 72). Mais selon De Varine la conception du musée reste dépendante de l'évolution de la science et l'usage de ses acquis, en termes de conservation d'objets, de recherche sur les collections et d'application de techniques

scientifiques dans la préservation des artefacts et le développement de programmes éducatifs adressés aux publics.¹⁰

Et pour cela, il propose de repenser les programmes d'éducation dans les musées en transformant ces derniers en des lieux d'apprentissage actif et participatif où « l'éducation n'est pas seulement une transmission de connaissances, mais une expérience vivante et engageante qui encourage la curiosité et l'exploration personnelle» (Passeron, 1964: 72). Il propose, à cet effet, d'organiser des journées de dialogues entre le musée et le public dans le but d'inclure toutes les catégories de la société. L'objectif pour lui « est d'atteindre une transformation totale, tant chez les non-privilegiés que chez les privilegiés ou les élites » (De Varine, 2009: 80). S'inscrivant dans cette même logique, d'autres chercheurs ont élaboré des théories où ils envisagent le musée comme, comme un média ou un mass-média éducatif, comme Albert Parr.¹¹ Celui-ci considère que «le rapport à l'espace et au temps confère au musée la propriété de s'adresser à tous les publics de façon individuelle, c'est-à-dire que chaque visiteur, dans un espace collectif, doit se sentir visé par le média» (Parr, 2012 : 65).

Jean Davallon, de son côté, propose une approche sociologique qui considère le musée comme média. En effet, pour lui « le musée peut être considéré comme une opération de médiation sociale entre un visiteur et des objets de musée, plutôt que comme un simple outil de communication» (Davallon, 1992: 34). Une telle approche permet de voir le musée « non seulement comme un lieu de transmission d'informations, mais aussi comme un espace où se déroule une médiation symbolique et culturelle » (Parr, 2012: 65).. L'exposition, n'est en définitive pour lui, qu'un dispositif socio-symbolique qui crée un rapport de connivence entre le producteur et le visiteur autour d'un objet générant ainsi de la signification.¹² Toutes ces théories produisent, à notre avis, des connaissances essentielles qui permettent de saisir la construction d'un rapport entre les publics, le musée et la culture. Il est clair que ces rapports

¹⁰Nous citerons à titre d'exemple, le musée des beaux-arts de Bordeaux qui fait appel à des scientifiques du milieu muséal comme (Philip Dennis ou Cécile Debray). Ces derniers, profitent de leurs savoirs pédagogiques dans leurs manières de déterminer des discours qui répondent aux attentes et aux préoccupations des publics.

¹¹Pour Parr, le mass média est l'ensemble des techniques contemporaines (moyens de communications) qui permettent à un acteur social de s'adresser à un public extrêmement nombreux. Le musée est considéré pour Parr, comme un espace médiatique qui, réunissant divers médias, s'adresse à un public varié.

¹²Davallon s'intéresse aux modalités de production de discours et aux dispositifs communicationnels qui le constituent (textes, images, outils numériques), ainsi qu'aux modalités de réceptions que les visiteurs s'ingénient à construire en fonction de leurs attentes, pratiques et goûts culturels ou technologiques.

varient «selon chaque individu, suivant son goût, son éducation, sa perception de la culture et la catégorie sociale à laquelle il appartient » (Parr, 2012 : 66)..

La théorie de patrimoine

Le patrimoine est généralement défini comme «l'ensemble des biens, matériels ou immatériels, ayant une importance artistique ou historique certaine, et qui appartient soit à une entité privée (personne, entreprise, association, etc.), soit à une entité publique (commune, département, région, pays, etc.)» (Thévenin,2007:12). Mais c'est aussi «une représentation identitaire, un moyen pour lesquels les publics se rendent compte de leurs histoires» (Heinich, 2009: 123). Il est définie comme« une action» qui «change le statut de ce qu'il désigne» et attribue un «certain pouvoir à celui qui l'a fabriqué» en même temps qu'il «transforme celui qui le reçoit » (Smith, 2006: 293).Ainsi, le patrimoine n'est jamais figé, stable ou statique, « il est toujours malléable et évolutif. Et c'est ainsi qu'il devient source de compréhension des sociétés notamment contemporaines» Smith,2006:

293). En insistant sur le processus par lequel le patrimoine matériel ou immatériel¹³acquiert son statut, Smith souligne, à ce propos, l'importance de la question de la patrimonialisation.

Celle-ci se décline sous forme de «processus socioculturel, juridique ou politique par lequel un bien se transforme en objet du patrimoine. Ce dernier, est défini par sa diversité (œuvres d'art, objet du quotidien, biens immatériels, sites, paysages) et non seulement par sa valeur historique » (Deschepper, 2021: 89). Une telle diversité se traduit aussi « par l'élargissement non seulement des formes du patrimoine, mais aussi des formes et contenus des discours» (D. Harvey, 2001 : 15). Dans cette perspective, le patrimoine est conçu comme un «acte de langage» (Id.), un récit sur le patrimoine «comme expérience déclencheur d'émotions; un discours capable de provoquer chez les publics une image appropriée de leur histoire ou quotidien »(D. Fabre,2013 :123).Cependant,«l'objet patrimoine, sa présentation et le discours qu'il porte transmettent un message qui peut être soit adhérent ou rejeté par les publics» (Fabre, 2013: 124). De nombreuses évaluations de types (formatifs ou sommatifs) sont effectuées par les musées occidentaux (musée d'Orsay à Paris, Metropolitan Museum de NewYork, musée du quai Branly, etc.) afin de cerner à quel point les visiteurs

¹³Le patrimoine matériel comprend les édifices et les paysages, c'est-à-dire les « biens faisant partie du patrimoine culturel et naturel ». Le patrimoine immatériel englobe les pratiques et savoirs collectifs, tels que les traditions et pratiques culturelles (UNESCO, 2020).

s'approprient ou pas le message de l'exposition. Or, « ses musées évaluent rarement grâce à quoi cette appropriation a pu avoir lieu ou non. Tout comme le patrimoine le public est pluriel et de ce fait s'approprie le patrimoine de manière à chaque fois différente selon la nature des rapports qu'il tisse avec les objets du patrimoine » (Smith, 2006: 293). Ces rapports influencent ses connaissances qui se trouvent « vérifiées ou contredites, modifiées ou enrichies. Autrement dit, le public acquiert une nouvelle conscience intellectuelle qui lui permettra d'adhérer ou de rejeter les contenus exposés » (Vareille et Fromont-Colin, 2000: 45-46). L'objet soulève des discours, des questions contemporaines, « qu'il s'agisse de développement économique, culturel, de question d'assimilation, d'inégalité, de restitution, de cohésion ou de représentation sociale». Et puisque «les publics s'approprient les discours qui reflètent leurs réalités », l'objet patrimoine doit être « porteur de messages et de représentation » (Vareille, 2000 : 51).

La théorie de représentation sociale

La théorie de représentation sociale souligne «l'importance de la présentation consciente et réfléchie des objets et des idées » (Vareille, 2000: 60).. Elle reconnaît le rôle actif du public dans l'interprétation du patrimoine culturel «y compris dans les musées à condition que ces derniers parviennent à créer un dialogue ouvert et inclusif, permettant à chaque visiteur de trouver sa propre connexion avec le passé et de contribuer à la construction collective de la mémoire culturelle » (Eidelman, Roustan et Goldstein, 2017 : 56). Cette construction collective est désignée par Denise Jodelet, dans sa définition des représentations sociales, par la formule de «construction d'une réalité commune » (Jodelet, 2002 : 54). C'est cette transformation de la société, par la constitution des rapports sociaux, qui est occasionnée, selon Serge Moscovici, par les représentations sociales.

Force est de constater qu'il existe une différence entre représentation et représentation sociale. La représentation, considérée comme «un acte individuel de perception ou d'expression, s'applique à divers domaines, elle est l'acte de présenter ou de symboliser quelque chose à travers une œuvre ou une expression, etc. » (S. Gaymard, 2021: 122). La représentation sociale, quant à elle, renvoie à un « phénomène collectif qui façonne et est façonné par les normes, les valeurs et les connaissances d'un groupe social » (S. Gaymard, 2021: 122-123). Ancrée dans le contexte social et culturel d'un groupe, la représentation sociale «est une pensée pratique orientée vers la communication, la compréhension et la maîtrise de l'environnement social, matériel et idéal » (M. Augé, 1980 : 41). Des fois les

chercheurs combinent entre représentation sociale et évaluation et plus particulièrement dans le domaine muséal.

Ainsi, la représentation sociale fait référence «à la manière dont les musées présentent et interprètent les collections et les expositions pour les publics » (Boumediene Bouriche, 2014: 81). Au moment où l'évaluation incarne « un processus par lequel les musées mesurent l'efficacité de leurs expositions et programmes. Elle peut impliquer la collecte de données quantitatives sur le nombre de visiteurs ou l'utilisation d'indicateurs qualitatifs pour comprendre l'expérience des visiteurs et leur interaction avec les expositions » (Boumediene Bouriche, 2014 : 82).

Pour connaître le degré de représentativité de l'exposition comme est ce conçu, certains musées comme celui de l'art Moderne à Paris «utilise la méthode de la verbalisation spontanée ou «thinking aloud» issu de la recherche en psychologie, qui permet de décrypter l'expérience du visiteur pendant la visite»(Boumediene Bouriche, 2014:84).

«L'évaluateur, muni d'un microphone, suit un visiteur auquel il aura demandé de penser tout haut et enregistre ainsi tout ce qui lui vient à l'esprit » (Schmitt, 2015 : 77). Par ailleurs, le musée Adrien Mentienne à Paris, évalue le comportement des visiteurs par «l'intégration de la dimension visuelle. En effet, des appareils photographiques sont confiés aux visiteurs pendant ou après leurs visites afin qu'ils prennent un nombre limité de photographies des dispositifs qui ont marqué leur expérience de visite. Ces moments seront par la suite, commentés en entretien (Gottesdiener, Davallon, 1992:104). Cette technique permet de «placer le visiteur dans une position d'expert et de comprendre son fonctionnement psychologique. De ce fait, en combinant la représentation et l'évaluation, les musées peuvent ajuster leurs pratiques pour mieux servir et éduquer leur public, tout en restant fidèles à leur mission de conservation et d'interprétation du patrimoine culturel » Boumediene Bouriche, 2014: 88). Cela peut également aider les musées à devenir plus inclusifs et à refléter la diversité des communautés qu'ils servent. Représentation et inclusion sociale sont liées.

En effet, l'inclusion sociale est considérée comme « l'action d'inclure la société au sein d'activités culturelles, sociales, économiques ou politiques» (Roussiau, 2000: 47). C'est un «concept qui définit la notion d'égalité, de participation des individus et d'expression de point de vue»(N.Luhmann, 2014:12). Selon ce dernier, représenter un public, signifie

l'inclure au musée. Or, à notre avis, le musée peut à travers divers moyens, comme les nouvelles technologies, inclure les publics, mais sans être représentatif de leur identité. «En effet, bien que les musées s'efforcent d'inclure divers publics, il reste des défis à relever pour qu'ils soient véritablement représentatifs de la diversité sociale et culturelle. Cela nécessite un engagement continu à réévaluer et à adapter leurs pratiques pour répondre aux besoins et aux attentes d'un public de plus en plus diversifié » (N. Luhmann, 2014 : 12-13).

Ainsi, l'inclusion sociale permet «le dépassement des inégalités, par l'intégration des divers publics, alors que la représentation sociale définit des normes de présentation, de communication et tend à refléter l'identité des publics. Force est de constater que ces derniers ont plutôt besoin de se sentir visés, représentés et non seulement inclus au musée. » (N. Luhmann, 2014: 12). Dans cette lignée s'inscrit la théorie de François Mairesse et d'Anne Barrère. Puisqu'elle s'appuie sur l'importance des espaces-forum dans l'inclusion et la représentation des publics, elle considère que mêmes ces espaces « sont conçus pour être des lieux de rencontre et d'échange, où le dialogue entre les visiteurs et les œuvres est encouragé » (Mairesse et Barrère, 2015 : 80). L'idée est de transformer le musée en un espace vivant, où les expositions ne sont pas seulement à voir, mais aussi à discuter.

La nouveauté des espaces-forum c'est qu'elles sont capables «d'aider les visiteurs à devenir des participants actifs dans la création de sens une fois qu'ils se mettent à contempler des collections muséales » (Mairesse et Barrère, 2015 : 81).. De simples spectateurs jadis, ils se transforment dans les espaces-forum en acteurs doublement engagés : à la fois dans une conversation avec le musée et avec d'autres visiteurs. Dans ce genre d'ambiance, une nouvelle expérience muséale, plus dynamique et plus personnelle, s'actualise dans une ambiance de convivialité où les visiteurs peuvent partager leurs propres histoires et perspectives. Puisque pour Mairesse et barrière ,le musée est avant tout «un espace de communication et d'échange», les espaces-forum peuvent devenir «un outil puissant au service de l'inclusion sociale et culturelle en permettant à tous les segments de la société de participer au discours muséal par une prise effective de la parole » (Mairesse et Barrère, 2015 : 83)..

Des sujets jadis parfois controversés ou négligés peuvent être désormais abordés. Mairesse voit ces espaces comme essentiels pour rendre les musées plus inclusifs et garants d'une démocratie culturelle. Pour lui, «la communication en contexte muséal est importante puisqu'elle repose non seulement sur la transmission des informations et des connaissances,

mais aussi sur l'interaction sociale entre le musée et ses publics » (id. 2015: 87). Et la démocratie culturelle permet aux visiteurs des espaces-forum et «indépendamment de leur origine ou de leur statut social, de participer pleinement à la vie culturelle » (Id.2015: 89). Pour les personnes et les groupes immigrés ou issus de différentes cultures ces espaces peuvent servir de ponts entre eux et «favorisent ainsi une meilleure compréhension et appréciation des diverses perspectives et expériences à l'aide de la communication et des échanges interculturels qu'ils peuvent susciter » (Mairesse et Barrère, 2015 : 90)..

L'objectif de l'inclusion sociale¹⁴ est «de permettre à ces catégories distinctes de se reconnaître face aux contenus muséaux, de leur donner les moyens d'exprimer leurs besoins tout en respectant leurs diversités éthiques, ethniques et culturelles» (Mairesse et Barrère, 2015:91). Il s'agit donc de s'ouvrir sur de nouveaux publics tout en les représentant. Inclure etreprésenterlespublicsontdeuxactionsquinécessitentdesmoyenstechniquesethumains.

«Les musées font appel à des spécialistes, mettent en place des dispositifs (outils numériques, vitrines, supports...), organisent des expositions thématiques, des activités culturelles qui exigent une source financière importante que l'institution muséale est appelée à concevoir » (Mairesse et Barrère, 2015 : 80).

La théorie économique des musées

La théorie économique des musées «s'intéresse à l'activité financière de l'institution muséale. Même si les musées sont des institutions non-lucratives, leurs activités s'inscrivent également dans une logique économique où les critères quantitatifs (fréquentation, subvention, billetterie, etc.) jouent un rôle important dans leur évolution » (Mairesse et Barrère, 2015: 82).³ Plusieurs chercheurs ont insisté sur la nécessité pour un musée de s'offrir des moyens financiers pour remplir ses missions et répondre aux attentes de ses publics (Joseph Schumpeter, 1999 : 53 ; David Throsby, 2000 : 129 ; Sophie Cras, 2020 : 146). De nombreux musées, notamment en France, mettent en place des stratégies économiques. Nous citons l'écomusée du Haute-Alsace, «qui propose un service de billetterie visant par cela, l'obtention de revenus. Le musée génère des fonds qui sont réinvestis dans la conservation des

³A l'inverse de l'inclusion, l'exclusion sociale « signifie la marginalisation des individus en raison de différents facteurs ou critères sociaux les différenciant ainsi du reste de la population » (Zolberg, 1991 : 108). Ces distinctions peuvent être ethniques, religieuses, identitaires ou autres provoquant parfois, un rejet au sein de la société.

collections, l'organisation d'expositions, l'éducation du public et l'entretien des installations » (Cras, 2020: 148). C'est également le cas pour le musée du Papier d'Ambert et le musée de la pêche de Concarneau, qui « organisent des ateliers et des journées de formations payantes. L'objectif de ces musées est d'augmenter leurs nombres de fréquentations, mais aussi de revenus afin d'améliorer constamment leurs contenus» (Cras, 2020: 149). Il est vrai que le musée en tant qu'institution à but non-lucratif, doit présenter une certaine gratuité aux citoyens. Cependant, « la question de la gratuité peut parfois poser problème précisément lorsqu'il s'agit de besoins financiers » (Cras, 2020: 149). Françoise Benhamou affirme que « le musée est une institution au service de la société, sa mission sociale nécessite des ressources pour son exécution. Si la primauté du musée est de représenter la société, sa mission ne pourra se réaliser que lorsque le musée sera financièrement assuré soit par le biais de subventions ou de fréquentation »(Benhamou, 2011 : 85).

Charles Gray décrit l'économie comme « une nécessité». Pour l'auteur, «c'est l'introduction de l'économie au musée qui permet le renouvellement de ces contenus et l'amélioration de ces services. Sans économie, le musée ne pourra s'actualiser» (Gray, 2001: 23). De ce fait, si certains auteurs abordent l'importance de l'économie au musée, d'autres traitent la valeur économique du patrimoine ou autrement dit la « valeur patrimoniale». Xavier Greffe définit la valeur patrimoniale comme « un bien hérité prêt à être légué au musée et selon un prix » (Greffe, 2010: 86). Le bien acquiert selon l'auteur, «une valeur d'usage qui se traduit sur le marché par sa valeur marchande (loyers ou prix de vente) ou de non-usage qui ne se traduit pas par un prix et ne donne pas lieu à une consommation »(Greffe, 2010: 86). Selon Yann Nicolas, il existe deux valeurs de non-usage: La valeur d'héritage qui représente « la transmission d'un bien d'une génération à une autre procurant chez le citoyen un sentiment d'appartenance à une période donnée » (Nicolas, 2017: 169); et la valeur de non-usage, qui reconnaît que « les individus attribuent de la valeur à l'existence même d'un bien ou d'un service, indépendamment de leur utilisation personnelle » (Nicolas, 2017:170).Elle reflète le sentiment d'existence, «c'est-à-dire la satisfaction que les individus tirent simplement du fait de savoir qu'un bien culturel ou naturel existe, même s'ils n'en font pas usage directement» (Greffe, 2010: 88). Par exemple, des personnes peuvent valoriser l'existence d'un musée ou d'un site historique sans avoir l'intention de le visiter, simplement parce qu'ils apprécient son importance culturelle ou historique.

Xavier Greffe «présente une synthèse des différentes façons d’aborder l’économie du patrimoine. Il interprète le patrimoine en tenant compte de la valeur d’existence et des valeurs d’usage, tout en considérant les intérêts des populations locales, des entreprises et des touristes» (Greffe, 2010: 89). Dans son approche Greffe explore « les conditions dans lesquelles le patrimoine culturel doit être distingué, conservé, géré et valorisé » (Greffe, 2010: 88). Il considère le patrimoine comme « une ressource complexe qui prend différentes significations et qui nécessite une gouvernance éclairée face aux défis contemporains » (Greffe, 2010: 89). La préoccupation de Greffe est de proposer des solutions en matière financière. L’auteur tend donc « à mettre en évidence les moyens de dégager les ressources financières nécessaires pour mettre en valeur, au bénéfice de la communauté, un patrimoine négligé ou laissé à l’abandon. Il propose d’augmenter le nombre d’activités aux musées (ateliers, formations payantes...) et de services (boutiques, billetteries, restaurants) » (Greffe, 2010 : 92).

Mais Greffe ne se contente pas que de la valeur patrimoniale mais s’intéresse à la notion «de droit patrimonial » en insistant sur « l’importance des lois dans la protection du patrimoine.» Il montre comment les lois peuvent « servir à reconnaître et à préserver le patrimoine culturel, tout en le considérant comme une ressource pour le développement durable et la croissance économique » (Greffe, 2010: 92). Le droit patrimonial « fait référence à l’ensemble des règles juridiques qui régissent la propriété, la conservation, la restauration, l’accès et la transmission du patrimoine culturel » (Greffe, 2010: 92). Ces lois sont essentielles pour «assurer que le patrimoine soit protégé contre les dommages, le vol ou la négligence, et qu’il puisse être transmis aux générations futures» (Greffe, 2010: 93). Greffe «plaide pour une approche qui reconnaît la valeur économique du patrimoine et qui utilise le droit patrimonial pour encourager sa conservation et sa mise en valeur de manière durable.¹⁵»

¹⁵En résumé, Xavier Greffe propose une vision où le droit patrimonial est un outil pour la protection du patrimoine culturel, mais aussi pour son intégration dans les stratégies de développement économique et social. Cela implique une collaboration entre les acteurs publics et privés, ainsi qu’une prise de conscience de la valeur intrinsèque et instrumentale du patrimoine culturel. Charles Aubry et Charles Rau, pensent de leur côté, que « le patrimoine a ses propres lois de développement qui nécessitent une intervention active des pouvoirs publics pour créer un environnement propice à sa mise en valeur » (Aubry et Rau, 2009 : 54).

Cela implique la mise en place de politiques et de lois qui favorisent la conservation, la protection et la valorisation du patrimoine culturel et naturel. Selon ces auteurs, le patrimoine, qu’il soit culturel ou naturel, doit être protégé et valorisé non seulement pour son importance historique et culturelle, mais aussi pour son potentiel de contribuer au développement économique et social. «Les lois et les politiques publiques jouent un rôle

(Grefte, 2010: 92). Ainsi, nous pourrions dire que la théorie économique des musées complète les autres théories mentionnées en ce sens, que le musée pour répondre à ses besoins a besoin de sources de revenus nécessaires. Y a-t-il ici un contraste entre l'idée de non-lucrativité et la définition que préconise l'ICOM ? Certains pensent qu'il est normal qu'un musée cherche à trouver des moyens pour financer ses opérations et remplir ses missions culturelle et éducative, et justifient cela par le fait que les bénéfices générés par le musée sont réinvestis dans l'institution elle-même, plutôt que distribués à des propriétaires ou à des actionnaires (S. Gras, 2020 : 123).

Au Maroc, la question de public ne constitue pas encore une préoccupation centrale dans les musées à la fois sur le plan de la gestion quotidienne et celui de la recherche.

11. Méthodologie de la recherche

Notre démarche méthodologique est développée selon deux approches : qualitative et quantitative. L'approche qualitative nous a aidé à décrire une situation sociale et nous a permis de déterminer et d'analyser l'état des musées au Maroc, leur histoire et leur évolution. L'approche quantitative nous a permis de mesurer en chiffres le degré d'appropriation ou de rejets des publics marocains des expositions muséales. « La combinaison entre ces deux méthodes sert comme moyen de vérification, où les résultats de l'une peuvent être utilisés pour valider ou questionner les résultats de l'autre à l'aide des données qu'elles procurent » (Frecon, 2024:153). En résumé, notre démarche méthodologique est instrumentalisée par différentes techniques d'enquêtes: des observations participantes, recherches documentaires, discussions, questionnaires et études de cas.

12. Le terrain de recherche

Notre recherche repose principalement sur une étude de terrain que constituent cinq musées différents. Afin de comprendre la situation des musées au Maroc, nous nous sommes concentrés particulièrement sur la manière dont ils représentent leurs publics. L'étude de ces musées nous a permis de dévoiler par ailleurs leurs expériences sociales et culturelles, leurs politiques de gestions, les catégories de leurs visiteurs ainsi que les stratégies qu'ils adoptent à leurs égards. Nous avons choisi comme exemples le musée de la Sira Annabaouia à Rabat,

crucial dans la création d'un cadre qui permet au patrimoine de se développer de manière durable et bénéfique pour la société » (Aubry et Rau, 2009 : 56).

celui des arts berbères Pierre Bergé à Marrakech, celui de la musique à Meknès celui du Football Marocain à Salé et celui de Nejjarine à Fès. Le choix de ces musées s'explique à notre avis, par leur particularité, leur sens de représentativité, la muséographie, l'usage des nouvelles techniques de communication.

L'étude de ces musées distincts a pour but de découvrir les spécificités des lectures. Chaque exposition est analysée d'une façon à dégager les sens et messages des musées. Elle nous a permis également «d'étudier les réactions des différents publics et d'examiner leurs attentes à travers l'observation, les entretiens et les questionnaires » (Frecon, 2024:153). La méthode d'observation nous a permis de « saisir les réactions immédiates des visiteurs et la manière dont ils captent les messages émanant des expositions. En observant leurs comportements et leurs interactions avec les installations muséales¹⁶» (Frecon, 2024:154). Nous avons pu comprendre les divers éléments clés qui démontrent l'engagement des visiteurs et la réussite des expositions. Nous avons pu constater qu'une telle forme d'interaction se trouve influencée par de nombreux facteurs notamment les connaissances préalables du visiteur, ses attentes, son état émotionnel au moment de la visite, mais aussi la manière dont les œuvres sont présentées.

L'observation n'est pas la seule méthode pour analyser les comportements des visiteurs. Le recours à d'autres moyens, notamment l'étude des livres d'or, nous a permis de déterminer l'expérience vécue des visiteurs en analysant leur commentaires écrits en fin de visite. Chaque visiteur exprime ses avis grâce aux commentaires où il décrit ses expériences de visites de façon claire et précise. Certains visiteurs peuvent suggérer des modifications en proposant par exemple au musée d'abriter des expositions temporaires ou d'utiliser des nouvelles technologies. Les suggestions ou même les critiques des publics peuvent inspirer des changements futurs ou des améliorations dans la manière de présenter les collections. Le livre d'or peut à notre avis, servir de point de départ pour des recherches plus approfondies.

D'autres méthodes complémentaires ont été utilisées pour explorer les réactions des visiteurs de manière plus détaillée, notamment les enquêtes. En engageant par exemple des conversations avec les publics des musées concernés nous avons pu obtenir des informations sur leurs expériences et leur degré de réception des expositions et des messages qu'elles

¹⁶Chaque visiteur interagit avec les œuvres exposées de manière unique, filtrant les informations à travers ses propres perspectives et expériences de vie.

dégagent. Le recours à la technique d'entretien semi-directif¹⁷ a enrichi l'approche qualitative. A cet effet, une série de questions a été préparée pour orienter nos investigations de terrain. La technique de l'entretien semi-directif a été privilégiée pour sa position intermédiaire entre les formats directifs et non-directifs, et parce qu'elle offre aux participants une relative liberté de réponse qui finit par les inciter à s'exprimer librement et à partager un maximum d'informations.

Ainsi, l'étude de la réception dans les musées marocains, à travers des méthodes variées et complémentaires (observation en situation, analyses de discours, entretiens), nous a offert une opportunité précieuse pour comprendre l'interaction entre les visiteurs et les musées. Par ailleurs, l'approche quantitative nous a permis de recueillir des données mesurables et de les traduire en statistiques grâce à l'utilisation d'un questionnaire. Cette méthode nous a fourni des informations précises et chiffrées pour une analyse objective des réponses obtenues.

13. Le Questionnaire

Dans le but de comprendre les rapports des publics marocains au musée, nous avons établi un questionnaire en arabe, en français et en anglais que nous avons présenté aux publics des musées sélectionnés (voir annexe F). Le questionnaire s'adresse aux visiteurs selon leurs différentes tranches d'âge et professions (profils variés), afin de collecter différents avis. Il comprend 21 questions et s'adresse à 300 personnes¹⁸. Cet échantillon représentatif à notre avis, détermine les degrés d'appropriation ou de refus du public des expositions muséales. Les données quantitatives nous ont permis de confirmer nos analyses qualitatives et d'obtenir des informations quantifiables sur les publics (types de visiteurs, catégories d'âges, degrés d'appropriation ou de rejet, etc.). La forme des questions est mixte.¹⁹ Nous avons posé des

¹⁷L'entretien semi-directif est une méthode de collecte de données qualitative qui repose sur un cadre thématique prédéterminé. Les questions ne sont pas fixées ni dans l'ordre ni dans la formulation, ce qui permet une certaine flexibilité et spontanéité dans la conversation. Cette méthode est souvent utilisée dans la recherche en sciences sociales, et dans d'autres domaines pour explorer des sujets de manière approfondie.

¹⁸Ce nombre, me semble-t-il, est représentatif pour notre analyse, sachant qu'il sera alimenté par des entretiens.

¹⁹«Les questions mixtes s'apparentent aux questions fermées parce qu'elles sont accompagnées d'une liste de modalités de réponse. Elles sont également partiellement ouvertes, car la dernière modalité invite la personne interrogée à apporter des précisions en toute liberté. Les questions mixtes peuvent éventuellement être utilisées quand on souhaite détecter d'éventuels problèmes d'interprétation ou recueillir des précisions

questions fermées puis ouvertes afin de permettre aux visiteurs de préciser librement leurs réponses. Par ailleurs, des discussions auprès des conservateurs sont entamées afin de répondre à nos diverses interrogations notamment celles concernant le musée.

supplémentaires». Fennetaux Hervé, «*Enquête: entretien et questionnaire* », Paris, Edition Dunod, 2002, 77-78.

Chapitre II

Cadre théorique de la recherche

Définition des concepts

Définition des concepts

Dans ce chapitre nous abordons le fondement théorique de notre étude en présentant et discutant les notions essentielles qui forment l'ossature de notre recherche. Nous y traitons ainsi dans une perspective à la fois historique, théorique et épistémologique, les notions de musée, d'exposition, d'action culturelle, d'animation socioculturelle, de démocratisation culturelle, de démocratie culturelle, de communication et de médiation culturelle.

Chapitre II: Le musée une institution aux multiples facettes

Parmi les institutions de la culture, le musée détient une place à part. En effet, « il est le lieu de réunion des œuvres de diverses natures, de diverses époques, de divers producteurs/acteurs » (Botte, Doyen, et Uzlyte, 2017 : 43).. Cette diversité de nature positionne le musée «en tant que lieu de visite privilégié des publics au point de devenir l'une des principales facettes de la culture» (Botte, Doyen, et Uzlyte, 2017 : 44). En occident, notamment en France (principal acteur en matière de musée au Maroc) se développent de nouveaux musées, de nouveaux projets, de nouvelles scénographies et de nouvelles approches muséographiques. «La conception du musée classique se transforme en profondeur pour faire émerger une nouvelle forme muséographique plus complexe et dont les limites et la portée sont, à ce jour, encore inconnues » (Botte, Doyen, et Uzlyte, 2017 : 45). Cette nouvelle forme muséale, qui selon Julie Botte porte le nom de «musée du 21^e siècle», «remet en question un ensemble de critères qui constitue la base de l'institution telle qu'elle avait été instaurée au 18^e siècle et théorisée durant les deux siècles suivants. » (Botte, Doyen, et Uzlyte, 2017 : 46).

Afin de cerner les évolutions multiples des musées, il convient de revenir aux raisons de la création muséale, aux conditions de ses fondements aux rôles qui lui ont été confiés. Ainsi, l'analyse du musée d'un point de vue historique, nous permettra de saisir l'histoire, les évolutions et les rapports que les musées entretiennent avec les publics, thème central de notre étude.

1. Musées et publics : une relation en devenir

Le musée: histoire d'une institution

Étymologiquement, le mot musée « vient du grecque « muséon » qui signifie « temple des muses. Née au 3^e siècle en Alexandrie, l'institution muséale était à l'origine une bibliothèque où divers manuscrits ont été conservés » (Bazin et Dragoni, 2018:13-14). C'est également un espace où les échanges sont effectués. « Les érudits de l'époque s'y réunissaient pour discuter de divers sujets, partager des connaissances, débattre des idées philosophiques, scientifiques et littéraires, ainsi que de collaborer sur des travaux de recherche » (Bazin et Dragoni, 2018: 14). A cette époque, et même jusqu'au 15^e siècle, les musées tels que nous les connaissons aujourd'hui n'existaient pas encore, « les collections d'objets étaient préservées dans des lieux sacrés ou dans des institutions académiques. Les monastères, par exemple, ont joué un rôle clé dans la préservation des manuscrits et des connaissances de l'Antiquité » (Bazin et Dragoni, 2018 : 15). « Ces institutions religieuses ont servi de sanctuaires pour le savoir et l'éducation à une époque où les structures politiques et culturelles étaient en pleine mutation » (Bazin et Dragoni, 2018 : 14).

Au fil des siècles, les musées ont particulièrement évolués notamment à partir du 16^e et 17^e siècle. « À l'époque de la renaissance, notamment au 16^e siècle, est né le modèle de « Cabinet de curiosité » où les chercheurs lors de leurs voyages, collectionnaient divers objets (animaux empaillés, monnaies, objets exotiques cartes géographiques, etc.) » (Gob et Drouguet, 2021: 11). L'objectif des collectionneurs « était de montrer la richesse de leurs découvertes à un public relativement restreint (composé particulièrement de chercheurs et de savants) » (Gob et Drouguet, 2021: 12). Les cabinets de curiosité sont en effet, « considérés comme les précurseurs des musées modernes et ont joué un rôle fondamental dans la naissance de la muséographie.²⁰ » (Gob et Drouguet, 2021: 13). Ces cabinets avaient leurs propriétaires qui « imposaient leurs propres systèmes et hiérarchies sur les objets, créant ainsi un cadre encyclopédique pour le savoir du monde » (Bazin et Dragoni, 2018 :15). Cette pratique a préfiguré le développement des musées modernes, où « la présentation et l'interprétation des collections sont essentielles pour l'éducation et l'engagement du public. »

²⁰La muséographie est « la discipline qui définit les tâches de conception intellectuelle et technique d'une exposition. Elle concerne aussi bien les expositions d'art que celles portant sur d'autres domaines tels que la science, l'histoire naturelle, la technologie, etc. Le muséographe est responsable du programme de l'exposition qui inclut la définition des contenus, la sélection des objets exposés, etc. » (Tobelem, 2003 : 34).

(Gob et Drouguet, 2021: 15). Ainsi, les cabinets de curiosité ont non seulement posé les bases de la conservation et de l'exposition des objets dans les musées, mais « ils ont également anticipé les techniques de classification et les modes d'interprétation des musées modernes. » (Gob et Drouguet, 2021 : 11). En 1677 donc, en Angleterre, Elias Ashmole « fait don, d'un ensemble de collections (notamment archéologique et artistique) à l'université d'Oxford afin que cette dernière, puisse ériger un bâtiment pour les accueillir. Ouvert à tous les publics, l'Ashmolean Museum devient en 1683, le premier musée public de l'histoire » (Pomian, 2021: 22). Par la suite, en 1753, British Museum « fut créé comme espace public dont la visite demandait une autorisation préalable. Les ouvertures se succèdent : en Allemagne (1760), en Autriche (1778), des souverains éclairés ouvrent leurs collections aux publics. » (Pomian, 2021: 23). En France, les musées n'étaient ouverts que pour une minorité de publics (les élites). Le paradigme de la muséologie était orienté vers « l'objet », c'est-à-dire que « les expositions étaient pensées principalement autour des objets et à destination d'un public élitiste » (Pomian, 2021 : 23).

Les conservateurs de l'époque faisaient généralement des essais pour maintenir les collections. « Leur rôle était moins celui de spécialistes académiques, mais de gardiens des collections privées. Ils n'avaient pas nécessairement une formation en histoire de l'art ou en conservation, mais étaient souvent guidés par un intérêt personnel et une passion pour les objets collectés » (Pomian, 2021: 49). Quant aux concepteurs d'expositions, « leur rôle était souvent assumé par les artistes ou les artisans qui arrangeaient les objets de manière esthétique ou thématique » (Pomian, 2021: 50). L'accent était mis sur « la création d'un espace qui reflétait le statut et l'érudition du collectionneur, plutôt que sur l'éducation du public ou l'interprétation académique des objets (Pomian, 2021: 51). ». Concernant l'attitude, il avait comme même une certaine distinction marquée. « Les collections étaient principalement accessibles à un cercle restreint d'élites, et il y avait peu d'efforts pour rendre ces espaces accessibles au grand public ». (Gob et Drouguet, 2021: 12). L'art doit normalement être partagé avec le large public. « Les visiteurs étaient souvent des invités choisis, et il y avait une certaine condescendance envers ceux qui n'étaient pas considérés comme suffisamment éduqués ou raffinés pour apprécier les collections » (Poulot, 2008: 26). C'est une forme d'irrespect pour les personnes considérées comme non-cultivées. Il y a une forme de conscience qui dit que seuls les initiés ont droit à visiter le musée. Ces personnes sont considérées comme incultes, incapables de comprendre les discours des expositions. « Cette perception était non

seulement un reflet des normes sociales de l'époque, mais aussi un moyen de contrôler l'accès à la connaissance et au pouvoir. Ce n'est que lors de la révolution française, à la fin du 18^e siècle, que la question d'ouverture des collections au large public s'est posée » (Gob et Drouguet, 2021: 14). Cette période révolutionnaire en France, « proclamait solennellement l'ouverture du patrimoine aux publics, et le patrimoine culturel « jusque-là confisqué par une minorité de privilégiés, est la propriété légitime de la nation, il doit donc s'exposer à tous » (Pomian, 2021: 49-50). L'un des éléments ayant marqué la culture en occident a été d'abord la transformation du Louvre. Ce dernier, « auparavant symbole de la monarchie et lieu de pouvoir, devenait alors un espace où les citoyens pouvaient accéder librement aux richesses artistiques de la nation²¹. » (Pomian, 2021: 50). Prônant l'idéal révolutionnaire de l'égalité et de la diffusion du savoir, selon Pomian, « la révolution a également entraîné la nationalisation des biens de l'Église et de la noblesse, y compris leurs collections d'art » (Pomian, 2021: 52). Ces objets appartiennent aux biens nationaux de la France. « Cette appropriation par la nation de son patrimoine artistique et historique a été un pas important vers la création d'institutions culturelles Publiques ». (Pomian, 2021 : 52).

La notion de patrimoine a connu d'importantes révolutions. Les révolutionnaires cherchent à construire une identité nationale en valorisant ces ressources et en construisant l'art et l'histoire française. Des commissions d'inventaires, des monuments ont également été créés. « Jetant ainsi les bases de la conservation moderne et de la muséologie » (Schnitzler, 2019: 15). La Révolution française a été un moment clé dans « la redéfinition du rôle des musées et de leur relation avec le public. Elle a initié un mouvement vers la démocratisation de l'accès à la culture, transformant les musées en institutions publiques au service de l'éducation et de l'enrichissement d'un grand nombre de citoyens ». (Schnitzler, 2019 : 15).

Le 19^e siècle a connu la création de nombreux musées. Ces derniers, faisant le projet d'un choix politique et esthétique. Les collections dans les musées nationaux sont représentées comme un exemplaire d'une culture qui se montre supérieure et qui défend un objectif de conscience nationale. « L'objet ethnographique n'est plus appréhendé comme curiosité ou chef-d'œuvre, mais comme un discours politique ou social » (Schnitzler, 2019:

²¹En France, la politique du pays, centrée sur la culture noble, a fait des musées d'art, des lieux représentatifs de la nation, qui ciblent autant l'élite de la société, reflétant une image aristocratique de la France. Cette politique a progressivement changé faisant des musées nationaux comme le Louvre des institutions plus ouverte à la société.

17). Les premières institutions se sont ouvertes en Europe dans la fin du 19^e siècle en Amérique du Nord, les premiers musées ethnographiques.²² Trois types prédominaient : les musées d'ethnographie générale, les musées d'ethnographie régionale et les musées en plein air.²³ « En Amérique du Nord les musées d'ethnographie générale, rassemblent surtout des objets exotiques originaires de l'Afrique noire, de l'Arctique ou de l'Océanie » (Schnitzler, 2009: 17-18). Nous citons à titre d'exemple, le musée américain de l'histoire naturelle (1877) qui expose des collections naturelles (fossiles, plantes, mammifères...) issus de l'Arctique et de l'Asie. En Europe, la plupart des collections provenaient des cabinets de curiosités. Nous citons l'exemple du musée d'histoire naturelle de Lille, en France, (1816), qui « expose des collections zoologiques, ethnographiques, industrielles issus notamment de l'Afrique, de l'Asie et de l'Amérique ». (Labourdette, 2021: 289). « Les collections des musées d'histoire naturelle, comme celui de Lille en France, sont le résultat d'un processus historique complexe et fascinant. Elles se sont constituées au fil du temps grâce à une combinaison d'explorations, de donations, d'échanges, d'achats et de missions scientifiques » (Labourdette, 2021: 289-290). L'objectif des musées d'ethnographie générale, est de montrer une part des civilisations, d'éduquer et sensibiliser le public, de dévoiler les cultures. « . En présentant des objets et des récits issus de différentes civilisations, les musées facilitent la compréhension et l'appréciation des modes de vie, des croyances et des expressions artistiques variés. Ils invitent à une réflexion sur l'histoire, y compris sur les périodes coloniales et les contextes dans lesquels certaines collections ont été constituées ». (Labourdette, 2021: 292). Ces institutions, « peuvent ainsi contribuer à une prise de conscience des injustices passées et à des discussions sur la restitution des biens culturels. Ces institutions s'ouvraient graduellement au grand public » (Labourdette, 2021 : 292).

Les musées d'ethnographie régionale « se consacrent plutôt aux cultures populaires des régions. L'éveil du sentiment national, la constitution des États-nations, s'est suivi par un intérêt pour le patrimoine rural » (Labourdette, 2021 : 292). Le *Norsiska Museet*, créé en

²² Un musée ethnographique est un musée qui regroupe des artefacts qui retracent l'histoire des mœurs et des coutumes des peuples.

²³ Les musées en plein air sont une forme unique de muséologie qui présente des collections de bâtiments et d'artefacts à l'extérieur, souvent dans des cadres de paysages reconstitués du passé. Ces musées peuvent inclure des fermes, des maisons historiques et des musées archéologiques en plein air. Ils sont parfois appelés musées de bâtiments ou musées folkloriques. L'idée des musées en plein air remonte aux années 1790, mais le premier musée en plein air a été créé en Norvège en 1881.

1873 à Stockholm, est le premier musée « à réunir les arts, l'histoire et l'ethnographie de la région scandinave » (Vilar, 2012: 85). Ces musées sont créés pour simplement préserver les coutumes scandinaves, de refléter la vie des populations rurales. En France, « l'émergence des musées d'ethnographie régionale commence par la création en 1878, du musée de Trocadéro à Paris, du musée régional d'histoire et d'ethnographie à la Martinique (1887), du musée Arletin à Arles (1896) » (P. Rasse, 2017: 16). L'augmentation des musées en France, s'est suivie « d'une transformation des modes de présentation, d'organisation, d'un élargissement des formes de patrimoine²⁴, d'un développement muséographique²⁵, et d'une diversification d'appellations: On parle de folklore, d'art et traditions populaires, d'ethnographie et d'anthropologie » (Vilar, 2012: 86). George Henri Rivière décide en 1937 de fonder le Musée National des Arts et Traditions populaires (MNATP). Cette institution, « présente une vision synthétique de la société française traditionnelle, rurale et artisanale » (Vilar, 2012: 87). Rivière voulait montrer, valoriser, étudier et faire connaître les cultures populaires. Il inscrit ainsi, le musée national des Arts et traditions populaires dans la catégorie du « musée-laboratoire »²⁶ liant intimement recherche et collecte à destination du grand public.

Ce palais a depuis sa création à Paris « s'adresse prioritairement aux publics qui n'ont pas pour suivre leurs études » (Vilar, 2012: 87-88). Ce bâtiment est construit pour informer les publics et l'amener à une réflexion sur les pratiques scientifiques et culturelles. « Le Palais de la découverte offre une gamme d'exposés et d'ateliers dans des domaines variés tels que la chimie, les géosciences, les mathématiques, les sciences de la vie, l'informatique et l'astronomie » (Krech, Crutchfield, et Livson, 2004 : 106). Ces programmes sont conçus pour être accessibles et engageants, « permettant aux visiteurs de tous les âges et niveaux d'éducation, de s'initier à la science et à la culture scientifique » (Krech, Crutchfield, et Livson,

²⁴En fait, l'élargissement des formes du patrimoine s'accompagne d'une double diversification. Tout d'abord, dès l'instant où l'on a des nouvelles formes de patrimoine, la relation que les publics vont entretenir avec ses patrimoines va elle-même se diversifier. « Le rapport à un patrimoine reconnu comme tel depuis longtemps, comme les œuvres d'art, ne sera pas de même nature que le rapport à un patrimoine en devenir comme le patrimoine rural » (Krech, 2004 : 102).

²⁵Les musées dans cette période, ont connu une amélioration muséographique: les présentations ont été améliorées, les espaces ont été rénovés. Tout est mis en œuvre pour faciliter la circulation du regard et mettre en valeur les œuvres exposées.

²⁶Le musée laboratoire est un concept qui met en équivalence musée et ethnologie: « Les objets ethnographiques sont, avant tout des signes ; ils n'ont d'existence que grâce à un double travail, de collecte et de recherche » (Chiva, 1987 : 78).

2004 : 107). Les moyens sont adaptés aux demandes et connaissances des publics qui inclut les démonstrations pratiques les jeux éducatifs, etc. « Le palais propose également des activités à la fois informatives et ludiques. Elles comprennent des exposés scientifiques, des manipulations réalisées par des chercheurs, des visites guidées pour explorer la culture scientifique de manière inspirante » (Krech, Crutchfield, et Livson 2004 : 107).

Le palais s'adresse aux populations qui n'ont pas pu poursuivre leur études, les personnes à mobilité réduite. Il accueille un large éventail de visiteurs. «Les bénéficiaires incluent des familles, des étudiants, des professionnels de l'éducation, des personnes âgées, et des personnes en situation de handicap, qui peuvent tous profiter d'un accès illimité aux expositions et aux activités grâce à des abonnements spéciaux. Le Palais s'efforce de rendre la science accessible à tous » (Krech, Crutchfield, et Livson 2004 : 109). Il propose des tarifs réduits ou la gratuité pour certaines catégories de visiteurs, comme les jeunes, les étudiants, les personnes âgées, et les personnes à mobilité réduite. D'ici, commence une réelle volonté de rapprochement des publics notamment les non-initiés.

La France a connu, des années plus tard, «la promulgation de nouvelles lois :La première loi significative concernant les musées en France, est l'ordonnance du 13 juillet 1945, émise par le gouvernement de la République française, qui a établi une organisation provisoire des musées des Beaux-arts» (Krech, Crutchfield, et Livson 2004 : 107-108). Cette ordonnance a été complétée par «un décret du 31 août 1945, qui classait les musées en trois catégories : les musées nationaux, les musées classés et les musées contrôlés.²⁷ » (Krech, Crutchfield, et Livson 2004 : 107-109). Cette ordonnance de lois, marque les bases des musées en France particulièrement après la Seconde Guerre mondiale, en reconnaissant ses musées comme parties essentielles de la culture française et son importance culturelle. «Elle a

²⁷Les musées nationaux sont des institutions qui détiennent, conservent et valorisent des collections nationales, c'est-à-dire des œuvres d'art, des biens culturels, scientifiques ou techniques appartenant à l'État.

Les musées classés font référence à une douzaine de grands musées de région. Ils sont distingués des musées nationaux et bénéficient d'une gestion scientifique. Cependant, depuis la réorganisation du Service des musées de France dans les années 1990, la distinction entre musées classés et contrôlés a été supprimée, permettant une compétence générale sur tous les musées.

Les musées contrôlés sont initialement sous le contrôle d'une Inspection des musées de province et comprennent environ un millier d'institutions. Après la réorganisation des services de musées en France, le contrôle technique de l'État s'est limité aux musées qui souhaitaient se soumettre au statut prévu par la loi, abolissant ainsi la distinction formelle entre musées classés et contrôlés.

également mis en place des mécanismes de contrôle et de soutien de l'État pour ces institutions, ce qui a permis de préserver et de promouvoir le patrimoine artistique et culturel de la nation. La loi du 12 décembre 1958 consacre également une importance à la société et défend son droit d'accès à la culture » (Desmarais, 2018 : 82).

L'esprit de cette époque a été rempli de visions, d'une possibilité de promouvoir une politique culturelle inclusive et accessible, « reflétant une volonté de rapprochement des publics et de défense du droit d'accès à la culture pour tous les citoyens français » (Desmarais, 2018 : 82). Cette approche a constitué la base de ses politiques, et a permis de mettre l'accent sur l'importance de la culture. Ces lois ont, à notre avis, joué un rôle fondamental dans l'évolution de la politique culturelle de l'État français, marquant le début d'une série de transformations « qui ont conduit à une reconnaissance accrue de la culture comme un droit et un bien public. Elles ont posé les bases d'une politique culturelle qui s'est progressivement étoffée et diversifiée, reflétant un intérêt croissant pour l'accessibilité et la démocratisation culturelle²⁸. » (Desmarais, 2018 : 92). Ces lois ont pavé la voie à la création du Ministère des Affaires Culturelles en 1959, sous la direction d'André Malraux. Ce ministère a été chargé « de rendre les œuvres majeures accessibles au plus grand nombre de public et de soutenir la création artistique. Il a marqué un engagement fort de l'État en faveur de la culture, en reconnaissant son rôle dans la vie publique et individuelle » (Desmarais, 2018 : 82).

Le décret fondateur du « 24 juillet 1959, rédigé par Malraux lui-même, donne à ce ministère « la mission de rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français, d'assurer la plus vaste audience du patrimoine culturel et de favoriser la création de l'art et de l'esprit qui l'enrichisse » (Desmarais, 2018 : 83).

Il s'agit moins de faire venir tout le monde à la culture, que de permettre à tous ceux qui le désirent, d'y accéder. En 1961, Malraux développe « les Maisons de la culture ». Il voulait rendre « accessibles les œuvres capitales de l'humanité au plus grand nombre de français ». En effet, quoique dans cette période, « les musées s'ouvraient graduellement au large public, l'art semblait être laissé aux élites ». Pour Malraux, « chaque citoyen a le droit d'accéder à la culture notamment à l'art, au théâtre, au cinéma » (Malraux, 2009 : 28). Le

²⁸La démocratisation culturelle fondée sur la conception hiérarchisée des valeurs culturelles et artistiques, a pour priorité de réduire les inégalités d'accès à la « haute culture », appelée aussi « cultures savantes » (Stenou, 2004 : 18).

principe des maisons de la culture est de décentraliser l'institution culturelle, de rapprocher la culture aux publics.²⁹C'est en effet, une démocratisation culturelle que Malraux conçoit comme un « socle » ou ce dernier peut baser sa politique sur de bon fondement : « Une culture démocratique et égalitaire » (Malraux, 2009 : 28-29). La démocratisation culturelle passe selon Malraux, non pas par une éducation spécifiquement culturelle ou par l'apprentissage des pratiques artistiques, mais par « une rencontre entre l'œuvre d'art et le public ». (Malraux, 2009 : 28-29). André Malraux avait la conviction que l'expérience immédiate de l'art pouvait être si puissante et révélatrice qu'elle se passait de tout commentaire ou interprétation supplémentaire. Pour lui, « la présence directe devant une œuvre d'art avait le potentiel de susciter une réaction profonde et instinctive, rendant toute médiation superflue ou inutile. Cette idée souligne la force intrinsèque de l'art et son impact universel sur l'humanité » (Malraux, 2009 : 33). Sa théorie du « choc esthétique » lui a valu de nombreuses critiques.

Pour Bourdieu, la théorie de Malraux ne peut pas être valide. « La rencontre entre l'œuvre et le public ne peut pas être suffisante notamment lorsqu'il s'agit de public éloigné de la culture » (Bourdieu, 1979 : 40). La critique de la « démocratisation culturelle » a porté ainsi, sur l'homogénéisation de la culture voire « la négation d'une culture plurielle ». Ainsi, sous le règne de Malraux, surgissent de nouvelles actions culturelles.³⁰« Il s'agit d'inventer une nouvelle culture qui intégrerait les aspirations des publics, notamment de ceux qui ne fréquentent pas les lieux culturels ou qui ne comprennent pas leurs discours » (Bourdieu, 1979 : 42). Selon Claude Patriat, « il faut penser à de nouvelles actions culturelles capables d'attirer et d'inclure les publics. Des stratégies qui assurent aux publics leur droit à la culture et qui privilégient l'animateur par rapport à l'artiste créateur » (Patriat, 2013 : 74).

²⁹Selon Malraux, la culture est « l'occasion d'une rencontre sentimentale, mais elle était aussi l'occasion de développer une nouvelle rationalité scientifique, et un nouveau rapport au monde » (Vilar, 2012 : 88).

³⁰Malgré une vision peu clairvoyante et largement critiquée, Malraux vient poser les bases d'une culture égalitaire fondée sur les principes de démocratisation et de démocratie culturelle.

Vers de nouvelles actions culturelles : l'animation socioculturelle

Dans les années 1960-1970, la France a connu un renouveau politique, marqué par l'institutionnalisation de nouvelles notions tels que « l'action culturelle » et « l'animation socioculturelle ». Ces notions ont reflété un changement d'approche dans la relation entre la culture, la société et l'État, et ont ouvert la voie à une participation plus active des citoyens dans la vie culturelle. (Ory, 2011: 84). L'action culturelle est « une activité culturelle qui vise l'intégration des populations notamment éloignées de la culture » (Ory, 2011: 85). Elle a pour objectif, de faciliter la participation des populations à la vie sociale, « de valoriser et de transformer le regard porté sur les populations dites populaires ou non-élitistes » (Ory, 2011: 86). L'action culturelle s'est développée « autour de l'idée que la culture ne doit pas être confinée aux élites ou aux institutions spécialisées, mais qu'elle doit être diffusée largement et intégrée dans la vie de tous les jours » (Ory, 2011: 85-86). Elle a mené vers la création d'espace de culture ouvert et accessibles, tels que les centres culturels, les bibliothèques de quartier et les espaces d'expositions temporaires. « L'État, les collectivités locales et les associations ont joué un rôle actif dans la mise en place de ces espaces, en veillant à ce qu'ils soient des lieux de rencontre, d'échange et de créativité » (Ory, 2011 : 86)..

L'animation socioculturelle, quant à elle, « est un processus dynamique qui vise à encourager la participation active des individus et des groupes dans la vie culturelle et sociale. Elle repose sur des activités éducatives, artistiques et créatives qui favorisent l'expression, le développement personnel et le lien social » (Caune, 2006: 56). Les animateurs socioculturels jouent un rôle clé dans la mise en œuvre de ces activités, en agissant comme « médiateurs entre les œuvres, les institutions culturelles et le public » (Caune, 2006: 56). L'animation socioculturelle a pris une dimension particulièrement importante dans les quartiers, les villes et les villages, « où les animateurs socioculturels ont travaillé à créer des liens entre les habitants et à encourager leur participation à la vie culturelle » (Caune, 2006: 56-57). Ces professionnels, comme le décrit Caune organisent des ateliers, des spectacles, des festivals et des projets collaboratifs qui ont permis aux gens de tout âge et de toute origine de s'exprimer et de partager leurs expériences et leurs talents.

L'action culturelle et l'animation socioculturelle ont émergé dans un contexte de réflexion dont l'État peut contribuer à son épanouissement. « Elles ont été influencées par des courants de pensée tels que l'éducation populaire et le développement communautaire, qui

valorisent l'émancipation individuelle et collective par la culture » (Caune, 2006: 59). L'éducation populaire, en particulier, a mis l'accent sur «l'importance de rendre la culture accessible à tous, pas seulement en tant que consommation, mais aussi en tant que pratique active et participative». (Caune, 2006: 60). Ces courants ont encouragé «les initiatives qui permettent aux individus de devenir des acteurs de leur propre développement culturel et social, plutôt que de rester de simples consommateurs de culture » (Caune, 2006 : 69).

Pour une démocratie vivante, il est crucial que l'action culturelle et l'animation socioculturelle s'ouvrent à la démocratie culturelle.³¹Cela signifie «rendre le savoir accessible à tous, non seulement en termes de proximité physique, mais aussi en facilitant la compréhension et l'engagement intellectuel » (Vilar, 2012: 88).Il est important que les visiteurs puissent jouer un rôle actif dans leur expérience culturelle, notamment au musée. Il est tout aussi vital de fournir un accès universel à la culture, en particulier dans le domaine artistique, en décentralisant les institutions culturelles et en promouvant l'éducation et le partage des connaissances pour une meilleure compréhension et appréciation par tous les publics.

Bon nombre d'auteurs comme Jacqueline Eidelman et Françoise Nyssen, développent des arguments, selon lesquels «il ne peut y avoir de démocratisation ou de démocratie culturelle tant que le Louvre n'aura pas été brûlé» (Eidelmanet Nyssen, 2017 : 167).Cette idée des auteurs, repose sur la critique que les musées tels que le Louvre représentent des structures de pouvoir et d'élitisme qui perpétuent des inégalités culturelles. En « brûlant» le Louvre, métaphoriquement parlant, on remettrait en question et on déconstruirait les hiérarchies culturelles établies,ouvrantlavoieàuncultureplusinclusiveetparticipative.La «destruction»duLouvresymboliserait selonles auteurs,lafindecetteexclusivitéetledébut d'uneèreoù lacultureest accessibleàtous, sans barrières ni préjugés.Cela impliquerait «une redistribution du capital culturel, permettant à diverses formes d'expression artistique et à différents groupes sociaux d'émerger et de participer pleinement à la vie culturelle » (Vilar, 2012: 89). Jean Caune souligne que « les collections d'art et les expositions étaient autrefois réservéesàl'élite,etquecettetraditiond'exclusivitéaperdurémêmeaprèslatransformation

³¹La démocratie culturelle est: toute politique culturelle qui a pour objectif fondamental la mise en œuvre de l'ensemble des moyens capable de développer les possibilités d'expression et d'assurer la liberté de celle-ci. Il s'agit de reconnaître le droit de l'homme d'être auteur de modes de vie et de pratiques sociales qui aient signification (...) cours de muséologie du professeur encadrant Mr. Mohammed Chadli 2018.

du Louvre en musée public» (Caune, 2017: 59). Il met en lumière la nécessité de repenser le rôle des musées pour qu'ils deviennent des espaces plus inclusifs et démocratiques, «reflétant une société qui valorise toutes les formes de savoir, d'expression artistique, et non seulement celles approuvées par une élite culturelle » (Caune, 2017: 59). Dans la déclaration d'Hugues de Varine au congrès de l'ICOM à Grenoble en 1970, « le musée d'art est considéré comme élitiste» (Lafortune, 2008: 190); Il ne répond pas aux intérêts des publics éloignés. Il faut donc penser à de «nouveaux modèles muséaux capables de favoriser l'expression et la participation des publics » (Gob et Drouguet, 2003 : 35).

George Henri Rivière, a introduit dans ce sens, le concept de l'écomusée«au débutdes années 1950, et l'a expérimenté à partir de 1968 dans les parcs naturels régionaux, puis en 1971 au Creusot » (Gob et Drouguet, 2003 : 36).

L'écomusée était conçu comme une «institutionpolyphonique, un carrefour de l'espace et du temps, créé aux côtés d'une communauté et en interaction avec son environnement. Leconcept d'écomusée a été rejeté pendant un certain temps par le Ministère de la Culture, car il remettait en cause le paradigme patrimonial traditionnel » (Gob et Drouguet, 2003: 36). L'écomusée, par son approche holistique et inclusive du patrimoine culturel et naturel,matériel et immatériel, «représentait un changement radical par rapport aux muséesclassiques centrés sur les collections » (Gob et Drouguet, 2003: 38). Ce projet social et politique «visait à impliquer la communauté locale dans la gestion de son propre patrimoine, ce qui constituait une rupture avec la vision centralisée et souvent élitiste des institutions culturelles de l'époque» (Rivière, 1989: 114-115).L'écomusée était donc perçu comme une menace, car il proposait une muséologie plus démocratique et participative, en oppositionavec les structures muséales traditionnelles, comme l'exemple précédemment mentionné du Louvre, qui étaient plus statiques et moins engagées avec les communautés locales.

Ce modèle muséal, fait appel aux animateurs socioculturels. Ces derniers, « ont pour mission d'organiser des projets éducatifs, pédagogiques, culturels ou sociaux, de révéler des éléments de la culture pour en dégager les caractéristiques populaires, rurales, artisanales ou industrielles»(Rivière,1989:115).SelonDuncanCameron,«c'estàl'institutionmuséalede donner aux publics l'occasion d'être entendus et c'est à l'animateur socioculturel d'encadrer sesexpressions»(Duncan,2012:89).Danslescentresculturels,lepoindevueestle même: onvainsistersurlerôlede l'animateurqui«estunagitateur social, unmilitantde

changement social. Il pose un regard plus mesuré et nuancé sur la démocratisation de la culture et sur la démocratie culturelle » (Gillet, 2006: 44). La démocratisation de la culture, comme nous le comprenons, contribue à la décentralisation de la culture, à l'égalité d'accès aux œuvres, alors que la démocratie culturelle « favorise l'expression et la participation des publics » (Gillet, 2006: 45). Les animateurs socioculturels « embauchés sous des politiques de démocratisation et de démocratie culturelle, soutiennent et encouragent les projets qui introduisent l'expression artistique et l'initiative culturelle des populations marginalisées » (Gillet, 2006: 44). Ainsi, le glissement de l'accès aux œuvres à l'expression artistique, a concouru à l'essor de la médiation culturelle.

La médiation culturelle

La médiation culturelle, développée à partir des années 1980, se présente selon Jean-Marc Fontan « comme un pôle novateur des pratiques de l'animation socioculturelle. Elle est à la fois une pédagogie d'action, de création, une intervention sociale, politique, économique ou culturelle dont l'objet est de répondre à un besoin ou à une aspiration individuelle ou collective » (2007: 14). Cet auteur estime que « la médiation culturelle est une stratégie d'animation qui s'inscrit dans la foulée de la démocratisation et de la démocratie culturelles » (2007: 142). Pour Lafortune Louise, la médiation culturelle « transcende l'idée d'un simple concept ou d'une théorie abstraite. Elle représente un espace dynamique de communication, un lieu de rencontre et d'échange où les visiteurs tissent des liens personnels et significatifs avec diverses formes d'expressions artistiques » (2008: 52). Qu'il s'agisse de culture populaire, de culture savante ou de culture scientifique, la médiation culturelle « incarne le processus par lequel ces différentes sphères de la connaissance et de l'expression deviennent accessibles et pertinentes pour le public » (2008 : 53).

Dans cette optique, « la médiation culturelle n'est pas seulement une passerelle entre l'art et le spectateur, mais un dialogue actif qui permet aux visiteurs de devenir des acteurs de leur propre expérience culturelle » (Chaumier et Mairesse, 2013: 121). C'est un processus participatif « où les individus ne sont pas de simples consommateurs passifs de culture, mais plutôt des participants engagés qui contribuent à la création de sens et à l'interprétation des œuvres » (2013 : 122). Chaumier et Mairesse rendent compte de cette réalité en disant que « la médiation culturelle vise à élargir les publics et à transmettre la culture de manière inclusive, en reconnaissant et en valorisant la diversité des identités et des expressions »

(Chaumier et Mairesse, 2013: 121). De ce point de vue, elle est intrinsèquement liée aux perspectives de démocratisation culturelle et s'inscrit dans la logique de la démocratie culturelle, se tournant vers «la reconnaissance identitaire des minorités et le renouvellement de la culture» (Gillet, 2006: 49). Les médiateurs tendent dans ce sens de susciter la curiosité des publics, «de stimuler l'imagination et à provoquer des réactions émotionnelles » (Gillet, 2006 : 50).

Pour Jean Davallon «il n'est plus question de conserver ou d'exposer des objets, il faut les transmettre non seulement d'une génération à l'autre, mais d'une culture à l'autre » (Davallon, 2000: 126). Pour lui, «lorsque le visiteur est issu d'une culture différente (immigréou première nation), il a souvent tendance à se retrouver devant des objets étrangers, appartenant à une culture différente; ces objets sont souvent mal compris, parfois critiqués et finalement perçus comme n'ayant aucun sens ou intérêt » (Davallon, 2000: 127). Une bonne médiation culturelle permettra alors une appropriation du sens et facilitera la compréhension des divers publics.³²En 1979, le musée canadien de l'histoire au Québec organise l'exposition permanente «Mémoire» et qui présente le patrimoine et l'histoire des québécois. «Lors de cette exposition, les visiteurs québécois reconnaissent bien-sûr les objets, comprennent le message transmis, car ils ont la même culture, le même vécu, le même héritage que celui présenté par le musée » (Davallon, 2000 : 127)..

Toutefois, «la même exposition visitée par un groupe d'immigrants ou de première nation a été perçue et traduite différemment » (Vidal, 2018 : 56). Même si le discours de l'exposition est toujours le même, il devient pour ces catégories de visiteurs, plus complexe à comprendre. «Les immigrants et les premières nations perçoivent les objets exposés comme des éléments étrangers, non-familiers, éloignés de leur culture. Même si ces migrants vivent au Québec et partagent le même territoire, ils perçoivent les objets selon leur propre identité, leur attribuant diverses significations » (Vidal, 2018: 56). Selon Davallon, «le sens d'une exposition réside ainsi dans sa capacité à transcender les barrières linguistiques et culturelles,

³²À titre d'exemple, un groupe de visiteurs appartenant à la même culture reconnaîtra plus facilement les objets, comprendra le message transmis grâce à ses expériences précédentes : étude, vécu, mode de vie, média, etc. Cependant, lorsqu'il s'agit d'une immigration ou d'un public d'une culture différente, le sens de l'exposition est souvent mal compris parfois mal adapté à son vécu ou à son savoir. Il est donc important d'étudier ces diverses perceptions et rapports au patrimoine du pays d'accueil, puisque le processus d'adaptation dans un nouveau pays inclut une adaptation culturelle qui souvent nécessite une médiation adaptée aux nouveaux arrivants.

à connecter les gens avec des idées nouvelles et à les inviter à voir le monde sous un angle différent. Il se manifeste pleinement dans la diversité du public » (Davallon, 2000: 129). Davallon le montre clairement, « chaque visiteur apporte avec lui un monde intérieur riche, façonné par sa propre langue, sa culture et ses expériences de vie. Lorsqu'ils se retrouvent face aux œuvres exposées, ces visiteurs ne sont plus de simples spectateurs ; ils sont des participants actifs dans la création du sens de l'exposition » (Davallon, 2000: 129). En transcendant les barrières linguistiques et culturelles, l'exposition devient un lieu où les idées nouvelles circulent librement, où les préjugés peuvent être remis en question et où les perspectives peuvent être élargies.

La diversité du public enrichit à notre avis, l'exposition, car chaque personne réagit différemment face aux œuvres. Certains y trouvent de l'inspiration, d'autres de la réflexion, et d'autres encore un sentiment de connexion avec leur identité. « Le message de l'exposition se redéfinit selon la perception et l'interprétation de chaque visiteur. Les immigrants ou les premières nations, avec leurs histoires et leurs traditions distinctes, apportent des couches supplémentaires de signification à cette expérience » (Davallon, 2000: 130). Leurs perspectives uniques peuvent révéler des facettes cachées des œuvres, enrichissant le dialogue culturel initié par l'exposition. C'est dans le sens de la diversité culturelle que Jean Caune « propose d'introduire une médiation non seulement culturelle, mais interculturelle afin de répondre aux attentes des divers publics » (Babelon et Chastel, 1994 : 19).

De la médiation culturelle à la médiation interculturelle

La médiation interculturelle « apparue à partir des années 1980, notamment en France et au Canada, est née d'un déficit de communication, d'un besoin de recréer un lien social entre des populations culturellement minoritaires et des personnes ou des institutions culturellement dominantes³³ ». Elle se définit comme : « Le fait d'établir des liens de sociabilité entre le musée et des visiteurs issus de cultures différentes et qui résident dans le même pays ». ³⁴ La médiation interculturelle est « une situation d'échange entre diverses cultures dans un espace donné. Sa spécificité par rapport à d'autres types de médiation réside

³³ D'autres éléments ont provoqué l'essor de la médiation interculturelle : l'augmentation de la proportion des immigrants venant d'un autre continent. La difficile intégration de ces immigrants à la culture majoritaire ainsi que les tensions entre groupe majoritaire et groupes minoritaires ont ainsi amené à des recherches sur l'accessibilité dans les domaines de la culture et des services sociaux

³⁴ Définition citée dans la 9^{ème} édition du dictionnaire de muséologie, Armand Colin, 2011, pp. 143-144.

dans son souci d'égalité sociale, de rapprochement d'un public particulièrement étranger » (Babelon et Chastel, 1994 : 19). Elle part de l'hypothèse que les différences socioculturelles ou linguistiques ne peuvent pas être niées, mais qu'au contraire elles doivent être prises en compte pour une meilleure communication.

Le médiateur interculturel favorise le rapprochement des publics issus notamment de culture, d'origine ou de contextes différents (immigration)³⁵. Il est selon Cécile Camart, une « passerelle entre deux publics (public natif et public étrangers) et deux identités distinctes » (Camart, 2016: 32). Le médiateur interculturel, selon l'auteur, aide les personnes concernées à réactualiser leurs parcours migratoires par la prise de conscience du changement de leur environnement initial, de leurs modes de vie. Son objectif est « de concilier racines et nouvelles valeurs » (Camart, 2016: 33). À notre avis, la médiation interculturelle ne s'exprime pas seulement dans les relations entre publics, musées, médiateurs ou objets, mais « dans les rapports que chacun peut avoir avec l'institution muséale. Ses rapports sont souvent nés par l'instruction des familles, par l'initiation à la culture, etc » (Camart, 2016: 34). Les publics à la différence de leurs origines, évoquent le désir de se retrouver devant un contenu qui respecte leurs diversités culturelles. Il ne suffit pas de donner accès à la culture, de créer des relations d'échanges avec les divers publics ou même de faciliter leurs compréhensions des contenus exposés, mais plutôt « de leur donner les moyens pour interpréter ses contenus » (Camart, 2016: 34). Certains auteurs comme Paul Ricœur ou Joëlle Le Marec, proposent de passer de la médiation interculturelle à l'interprétation ou du musée média au musée interprète.

³⁵Le médiateur interculturel sert dans ce cas à : prévenir la formation de préjugés défavorables à l'égard de l'autre et qui peuvent contribuer à l'isolement, la discrimination, la marginalisation et l'exclusion du public ; résoudre des conflits interculturels et proposer des solutions concrètes pour une meilleure gestion de la diversité ; défendre les intérêts et les droits des publics exclus de la société par la promotion de valeurs humanisées ; promouvoir l'ouverture à la différence, l'équité, la diversité, l'inclusion et la paix sociale.

Dumusémédiaaumuséeinterprète

L'interprétation et la médiation culturelle sont deux démarches orientées vers le public, et qui visent «le rapprochement du social au patrimonial » (Bourdeau et Mao, 2015: 78). Selon les auteurs, le côté patrimonial est représenté par «un site historique, un parc naturel. Alors que le côté social est représenté par les visiteurs et par l'homme dans ses interactions avec son environnement naturel et culturel » (Bourdeau et Mao, 2015: 78). Pouvant faire partie de l'approche globale de la médiation culturelle, l'interprétation « vise à présenter le patrimoine à une population qui n'a pas reçu les moyens pédagogiques, scientifiques et socioculturelles nécessaires à son accès » (Gob et Drouguet, 2003 : 74).

Selon Gob et Drouguet, l'interprétation ne permet pas seulement de révéler le sens des objets, des œuvres, des lieux et des événements, mais à faire vivre une expérience de qualité aux visiteurs, «à susciter chez eux une réflexion critique et une prise de conscience à l'égard de ce qui est interprété » (Gob et Drouguet, 2003 : 74-75). L'interprétation selon les auteurs, se concentre sur la traduction de la langue, alors que la médiation la facilitation de la compréhension mutuelle au-delà des barrières linguistiques. Pour Stéphanie Demoulin, « la médiation implique une dimension relationnelle et de résolution de conflit, tandis que l'interprétation se concentre sur la fidélité linguistique et la transmission de l'information » (Demoulin et Bacqué, 2021 : 179).

En France, l'interprétation dans les musées et la médiation culturelle ont connu un développement significatif notamment à la fin des années 1980. C'est à cette période que l'on a commencé à reconnaître l'importance de ces pratiques. Les principes de l'interprétation ont été formalisés par Freeman Tilden, en 1957, dans son ouvrage « Interpreting our Heritage ». D'après Tilden, «la seule contemplation ou information scientifique ne peut conduire à la compréhension d'un lieu et à la satisfaction des attentes des visiteurs. Il faut un guide, un traducteur, un médiateur ou un interprète, pour révéler le sens caché de ce qui est visible » (Tilden, 2008: 98). Les Centres d'interprétations du patrimoine (CIP)³⁶ en tant qu'institutions publiques, «entretiennent des rapports réciproques avec la médiation et l'interprétation. Ils

³⁶De façon générale, « le centre d'interprétation du patrimoine est une institution culturelle, scientifique et pédagogique ayant pour objectif la mise en valeur du patrimoine culturel et naturel. Il constitue un espace de médiation qui permet la rencontre des acteurs du patrimoine et du public dans l'intérêt manifesté envers la valorisation du patrimoine et l'appui de la durabilité de l'action et du dynamisme culturels » (Lazhar 2019: 116).

sont à la fois des lieux d'information, de sensibilisation et d'intégration des publics se basant sur des moyens muséographiques» (Terrisse, 2017: 22). Les centres d'interprétation se caractérisent par l'exposition de biens à valeur humaine plutôt qu'historique ou scientifique. Ils tentent par leurs actions de transmettre un discours et non seulement l'exposition du patrimoine. Les CIP «s'attaquent directement contre l'hégémonie du concept de « patrimoine mondial» porté par l'UNESCO qui reflète un mode de pensée centré sur les valeurs occidentales» (Lazhar 2019: 116). Pour les CIP, il s'agit de penser à une conception pluriel du patrimoine (naturel, immatériel, site archéologique...), de transmettre un récit, « de ne plus prendre la conception occidentale du patrimoine, longtemps fondée sur les notions de culture matérielle, monumentalité et grandeur comme point de référence » (Gob et Drouguet, 2003: 78).

Ainsi, la fin du 20^e début 21^e siècle, marque l'ouverture du musée vers le grand public. L'institution muséale devient plus accessible, plus pédagogique. «Elle fait face à des changements et à des mutations nouvelles qui annoncent une redéfinition de son cadre d'activité, de ses actions³⁷ et de ses relations avec les publics » (Gob et Drouguet, 2003: 79). Le musée vise de plus en plus, à combattre les pratiques muséologiques traditionnelles et archaïques, à mettre en avant le public en favorisant son intégration et sa participation. Ce mouvement social a fait naître une nouvelle conscience muséale qualifiée de nouvelle muséologie³⁸. Cette dernière, est née d'un objectif «de faire ouvrir le musée à de nouvelles fonctions et à de nouveaux publics, de susciter l'éveil des publics et d'inciter leur intérêt pour le musée» (Gob et Drouguet, 2003 : 78). Elle vise à transformer l'espace muséal en un lieu vivant et dynamique. Les musées, dans cette perspective, ne sont plus des lieux de conservation, mais deviennent des espaces de création et d'innovation. C'est dans cette combinaison d'intérêt pour le public, que se construit le musée d'aujourd'hui.

³⁷Parmi ces changements, on peut notamment citer l'arrivée du numérique qui marque un tournant dans les pratiques culturelles mais également artistiques.

³⁸La nouvelle muséologie terme développé à partir des années 1980, adapte la notion de démocratie culturelle aux réalités spécifiques de l'univers muséal. Elle affirme que la collection ne peut être suffisante pour donner de sens au lieu et que l'objet doit être au service du public, de ce qu'on veut lui faire dire, et à qui on le dit. Elle se caractérise de l'ancienne muséologie, si souvent prisonnière de la collection, incapable de s'en émanciper pour offrir une proposition cohérente. Cette rupture entre l'ancienne et nouvelle muséologie, que Jacques Hainard nomme « la muséologie de la rupture » signifie cette volonté de « remettre au centre le propos et de construire une histoire que le musée raconte » (Desvallées, 1980 : 361). Il ne suffit plus de montrer pour convaincre, il faut dire.

Les musées au 21^e siècle : les principaux changements

Les musées du 21^e siècle ont connu des changements significatifs pour s'adapter aux évolutions de la société. Le premier changement est organisationnel. Comme dans toute institution qui grandit, il y'a eu nécessité de repenser les tâches et d'abstraire certaines fonctions de gestion et de direction. « On assiste à la fois à une spécialisation des personnes, à une hiérarchisation des métiers et à une distinction entre les diverses fonctions (recherche, conservation, diffusion) » (Kavanagh, 1994; Caillet 1995). Les musées ont dû repenser leur structure interne pour devenir plus flexibles et réactifs face aux attentes du public. « Cela, selon Kavanagh et Caillet, a impliqué une révision des stratégies de gestion des collections, des expositions et des programmes éducatifs. Les musées ont adopté des approches plus collaboratives, impliquant diverses parties prenantes dans la prise de décision, y compris les visiteurs eux-mêmes » (Kavanagh, 1994; Caillet 1995). Ils ont également intégré des technologies pour la gestion des collections, et la communication des contenus,

Ces modifications organisationnelles internes sont à notre sens, liées à une prise de conscience des publics. L'attention portée à l'accès des publics aux musées a été à l'origine de ce changement. En effet, la volonté de se rapprocher des publics, de répondre à leur besoin a mené vers l'amélioration et la diversification des activités culturelles et pédagogiques : programmes proposés aux publics, services d'accueil, ateliers, formations, etc. « Les structures ont été révisées, étendues et institutionnalisées. De nouveaux professionnels ont été recrutés et les équipes ont été créées » (Kavanagh, 1994 ; Caillet 1995). Les musées se trouvent en effet, en compétition avec les autres institutions culturelles, « ils ont tendance à renforcer leurs activités, à développer leurs politiques internes (spécialement du point de vue de financement) »³⁹ "afin d'attirer le plus grand nombre de visiteurs. Les actions des musées envers les publics deviennent un critère d'évaluation, « le nombre de fréquentations devient une mesure de bonne gestion d'institutions »⁴⁰. Les musées se trouvent ainsi, « plongés dans

³⁹Davallon avance que « l'entrée du musée dans la logique économique, ne serait qu'un des aspects de l'émergence d'un fonctionnement culturel du musée. Il serait le signe de l'accomplissement du rôle de l'exposition, celui d'attirer le public vers le musée » (Davallon, 1999 : 99).

⁴⁰À notre sens, considérer les chiffres de fréquentation comme seuls indicateurs de performance n'est pas suffisant. Nous pensons que la réussite du musée se mesure dans son nombre de public fidèle et non de public curieux et que l'importance de l'institution muséale réside dans ses messages transmis, dans ses stratégies inclusives adoptées et non seulement dans sa gestion.

le jeu des politiques culturelles et soumis à leur logique » (Stransky, 2019 : 210). Il s'agit là évidemment, d'un deuxième changement.

Le troisième changement se situe à un niveau social et symbolique. « Il s'agit d'une diversification d'objets⁴¹, de thématiques d'expositions, de modalités de présentation aux publics. Très exactement : une évolution des médias de diffusion, des formes de valorisation utilisées par le musée et les techniques et normes d'exposition, les formes de visites, les activités culturelles, etc. » (Stransky, 2019: 210). L'institution muséale devient de plus en plus polyvalente, elle s'ouvre sur de nouvelles programmations, traite des sujets en lien avec la société. Elle présente des expositions pédagogiques qui permettent aux publics de se retrouver face aux contenus exposés. Le musée devient selon la dernière définition de l'ICOM, « 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).

⁴¹Pour Stransky dans sa théorie de la muséalisation, tout objet, une fois au musée, peut devenir muséal. L'objet devient une source d'étude et d'exposition, acquérant ainsi une réalité culturelle spécifique.

Les nouvelles exigences des expositions muséales

Ainsi, les évolutions relevées ci-dessus (diversification de contenus d'activités culturelles, développement des techniques de diffusion et de présentation...), tentent à notre avis, de mettre en avant le rapport entre le public, l'objet, et l'espace. Ainsi, une définition de l'exposition s'impose, car comme l'affirme Davallon, la valeur culturelle du musée est directement liée à celle de l'exposition. Cette dernière, représente « un dispositif de présentation d'objets à des visiteurs. Elle est un moyen de communication, une expérience qui invite le visiteur à interagir avec son environnement et à participer à la construction de cette dernière » (Davallon, 1999 : 96-97).

Au 21^e siècle, les expositions sont confrontées à de nouvelles exigences. Il ne s'agit plus d'exposer pour montrer, mais pour transmettre un message, un sentiment, un sens particulier. L'exposition doit non seulement garantir la communication de son discours, mais également la compréhension et l'appréciation des publics. Il faut entendre par là deux choses :

« La première est que la mise en exposition des objets doit forcément être en convenance avec leur statut patrimonial et, par voie de conséquence, doit se conformer au savoir que le public a sur eux » (Davallon, 1999 : 99). Par exemple, la disposition du musée d'art doit suivre certaines normes muséographiques notamment dans le classement des objets (classement chronologique, ou par école, etc.) Le dispositif d'exposition doit répondre aux attentes des visiteurs : si le dispositif a été efficace, cela traduira une forme de satisfaction, une réaction positive. « La réception du discours varie en fonction des caractéristiques de l'objet et du degré d'assimilation du visiteur. Le récit ne doit pas dé-catégoriser les publics, il doit être clair et simple afin que chaque visiteur y trouve satisfaction et reçoive les informations de la même façon qu'un cultivé ou qu'un intellectuel » (Drouguet, 2003 : 67). Les musées d'aujourd'hui, savent que transmettre un récit non adapté aux attentes des publics ne sert à rien et ne peut attirer leur attention. ⁴² À ce propos, les musées mettent en place des explications des œuvres pour que le message soit mieux compris par les publics.

⁴²Un musée doit prêter plus d'attention à son choix de récit, car il s'adresse à une variété de publics parfois marginalisés. Une mauvaise muséographie peut parfois créer chez le public un sentiment d'inappropriation des contenus. La visite devient alors ennuyeuse et induit un sentiment d'exclusion. Parfois, un bon discours ou une bonne muséographie crée chez le public une appropriation esthétique ou émotionnelle de ce qui est présenté, en appréciant la beauté, la particularité des objets et du lieu. Cependant, cette appropriation esthétique chez le public manque dans la majorité des cas, une compréhension de l'exposition une forme d'intégration sociale et morale aux contenus exposés.

Selon Francis Haskell, « l'institution muséale est dans une logique « d'offre muséale », c'est-à-dire que le musée propose des contenus diversifiés pour finalement remplir sa mission d'attirer des publics (Haskell, 2002 : 87). Pour Davallon, « la diversification de l'expérience de visite ou des contenus, contribue à former le visiteur. Elle lui confère une compétence sur le média (telle que par exemple la maîtrise des codes de lectures de l'exposition). La visite à plusieurs crée des échanges et permet le développement du visiteur comme acteur » (Davallon, 1999 : 138). Cependant, nous rejetons le propos de Davallon lorsqu'il parle de former le visiteur. À notre avis, il s'agit d'informer le public plutôt que de le former. L'information permet aux visiteurs de comprendre les œuvres en fonction de leurs intérêts et de leur niveau de connaissance. En revanche, la formation suit un processus d'apprentissage défini par des objectifs pédagogiques. Bien que la formation muséale est bénéfique pour les musées, elle peut parfois limiter l'expérience personnelle et spontanée des publics. « Les musées, en tant qu'espaces de culture et de savoir, devraient favoriser l'échange d'idées et la réflexion personnelle, plutôt que de se concentrer uniquement sur l'aspect éducatif » (Haskell, 2002 : 87).

En outre, le musée n'a pas seulement un lieu de conservation ou de communication, mais également un lieu de recherche et de production d'informations. De ce fait, on peut se demander si la diversification des contenus, l'ouverture vers le public et vers de nouvelles formes de patrimoine, n'est pas la marque d'une séparation entre des activités qui relèvent de la logique patrimoniale et celle qui relèvent de la logique culturelle ou pragmatique. Ces trois logiques nous invitent à se poser la question, de distinction entre les expositions permanentes (qui s'intègrent dans une logique patrimoniale) et les expositions temporaires (dans une logique culturelle et pragmatique). « L'exposition permanente s'ancre dans une logique historique et patrimoniale dans les sens où elle présente des objets anciens à valeur scientifique et culturelle » (Benaïteau, Berthon et Lemonier, 2023 : 72). Elle respecte souvent certains critères de présentation: « les objets souvent ethnographiques doivent être exposés dans des conditions qui protègent et respectent l'historicité des objets. La durée de l'exposition permanente (de 5 à 10 ans) exige de mettre en place une muséographie adaptée au type de média » (Benaïteau, Berthon et Lemonier, 2023 : 74).

L'exposition permanente a pour objectif de montrer l'histoire et le patrimoine des publics. Son importance varie selon chaque pays: au Canada par exemple, l'exposition

permanente est considérée comme une forme de stagnation pour le musée, comme un arrêt pour celui-ci. À l'inverse de la France, qui privilégie la permanence des expositions et des musées ethnographiques (le Louvre comme exemple). L'expérience muséale française évoque le désir d'exposer le patrimoine en permanence dévoilant ainsi la richesse historique de la France⁴³. Pour les professionnelles des musées français, « il s'agit d'exposer l'identité des publics, d'attirer grâce au patrimoine, un nombre non-négligeable de touristes » (Desmarais, 2018: 78). Le patrimoine et la permanence des expositions sont considérés, par les musées français, comme des moyens d'attraction des publics étrangers et nationaux. L'exposition permanente considère l'objet comme un moyen de représentation et d'attrait des publics.

Quant à l'exposition temporaire, caractérisée par sa durée déterminée (de 3 mois à 1 an), par sa variété de thématiques, ses formes de présentation et de création, favorise une approche sociale. Elle permet à l'institution muséale d'attirer les divers publics, de diversifier ses activités. Elle propose selon Drouguet, « un sujet plus circonscrit, moins vaste que celui de l'exposition permanente, et permet d'approfondir une sous-thématique de l'exposition permanente. Elle traite également des sujets d'actualité et favorise la collection » (Drouguet, 2003: 55). De nombreux musées notamment de société,⁴⁴ choisissent le modèle d'exposition temporaire. Nous citons comme exemple, le Mucem à Marseille qui cherche à travers ses expositions temporaires d'accéder à un public plus large et plus diversifié mettant en avant des sujets sociaux qui interpellent les visiteurs. Le Mucem illustre cette tendance et encourage vers l'ouverture vers le large public. « En mettant l'accent sur des expositions temporaires qui abordent des thèmes d'actualité et qui résonnent avec les préoccupations des visiteurs, le Mucem cherche à créer un espace de dialogue et de réflexion » (Desmarais, 2018 : 79).

Cette stratégie reflète à notre avis, une évolution dans la vocation des musées : d'une part, la conservation, qui reste au cœur des missions des musées; d'autre part, l'engagement envers le public, qui se traduit par l'intérêt porté pour la participation des visiteurs. Dans ce contexte, on peut observer une sorte de dualité dans le choix des expositions. Certains musées peuvent se concentrer davantage sur la conservation, en mettant l'accent sur la préservation et

⁴³Ceci, est également le cas pour la majorité des musées en Afrique qui continuent de suivre le modèle hérité par la France basé sur l'objet historique, et ses exigences scientifiques.

⁴⁴Les musées de société centrent leurs expositions sur la société, sur ses préoccupations sur des sujets qui reflète sa réalité. Ces établissements, qui ne traitent pas principalement de l'art, trouvent leurs diverses étiquettes malcommodes et adoptent alors cette dénomination.

l'étude des collections. D'autres, en revanche, sont orientés vers le public, en cherchant à attirer de nouveaux visiteurs autour des sujets exposés. Cette dualité n'est pas nécessairement conflictuelle, mais peut être complémentaire. « Les expositions qui se concentrent sur la conservation apportent des connaissances et une vision historique et culturelle essentielle au musée, tandis que celles qui sont orientées vers le public offrent de la vitalité et de la pertinence, en faisant des musées des lieux vivants, en constante évolution » (Le Marec, Schiele et Luckerhoff, 2019 : 142). Le Mucem, par son approche sociale innovante, montre qu'il est possible de concilier ces deux aspects. « En intégrant la conservation dans une vision plus large qui inclut la médiation culturelle et l'interaction avec le public, le musée crée un espace où le patrimoine culturel est à la fois préservé et constamment renouvelé par les contributions et les expériences des visiteurs » (Le Marec, Schiele et Luckerhoff, 2019 : 142-143). Cette approche permet aux musées de rester pertinents dans le monde moderne, de répondre aux défis de la diversité culturelle, et de jouer un rôle actif dans la société. Par ailleurs, le rôle actuel du musée révèle diverses évolutions significatives. En effet, il faut souligner que le musée n'est plus soumis à la décision politique. « La mission de conservation du patrimoine, assurée par l'État, a été partiellement transférée aux collectivités territoriales » (Desmarais, 2018: 82). Cela a un certain nombre de conséquences. Ce transfert entraîne selon Davallon, « une rupture qui traverse les aspects administratifs et scientifiques. Les collectivités prenant à leur charge le financement d'un musée estiment souvent qu'elles ne sont pas en mesure d'assurer le financement, d'en contrôler le fonctionnement, les activités, voire les orientations » (Davallon, 2003 : 64). Davallon affirme que les collectivités demandent l'application d'une nouvelle politique culturelle, l'augmentation des activités muséales afin d'assurer des revenus, etc.).

Davallon démontre également que l'aide financière de l'État est une forme de motivation pour les collectivités territoriales. Selon ses propos, nous pouvons imaginer qu'une telle aide tend à devenir relative au fur et à mesure que le domaine des musées s'élargit et que les opérations portent de plus en plus, sur des musées locaux. Certes, dans tous les cas, le public prend une place centrale, puisque sans celui-ci, le musée ou l'exposition n'existerait ni dans leur dimension culturelle ou scientifique ni même sociale ou éducative. Bref, les musées d'aujourd'hui, aspirent à combiner entre ces quatre éléments mentionnés dans la recherche: exposition, présentation, ouverture vers le public et participation. Ils sont tenus de respecter

certaines exigences et normes de présentation. Le discours de l'exposition, désigné sous forme de texte, d'images ou de signalétique, doit donc suivre certains critères de présentation. Le respect des normes muséales permet une meilleure transmission des informations. Cette logique des normes, reflète le changement de l'institution muséale. Cette dernière, considère de plus en plus les divers publics et met à leur disposition des éléments informatifs lisibles (texte, images, signalétique...) qui facilitent leur compréhension ou même leur orientation.

2. L'exposition et ses normes

Normes textuelles

Les musées, en tant qu'espaces de savoir et de culture, ont constamment adapté leurs critères de présentation pour mieux communiquer avec leurs visiteurs. Ces critères ont évolué parallèlement aux avancées technologiques. Ainsi, « les formes de présentation se sont diversifiées, suivant des normes muséales qui dictent la mise en texte, la mise en forme et la mise en place des œuvres⁴⁵ » (Jacobi, 2005 : 49). Le commissaire de l'exposition, considéré comme « un auteur, joue un rôle crucial dans la facilitation de la compréhension et l'engagement du visiteur. Son travail sur le texte, sa présentation et son emplacement contribuent à la cohérence et à la logique de l'exposition. » (Benaïeau, Berthon et Lemonier, 2023: 79). L'objectif est de valoriser le discours du média et de transmettre un message clair et significatif aux visiteurs.⁴⁶ Ainsi, lors de la préparation des textes, le commissaire de l'exposition se concentre sur plusieurs questions clés : quel est l'objectif du texte ? À quel public s'adresse-t-il ? Où et comment doit-il être présenté au public ?

Ces interrogations sont à notre avis, essentielles pour déterminer le message de l'exposition, le type des collections présentées, et les éléments descriptifs (textes) qui transmettent un sens à l'exposition. L'objectif des commissaires d'exposition est de créer un

⁴⁵Par exemple, le texte accompagnant les expositions a pris différentes formes : des cartels simples aux textes explicatifs plus élaborés, chacun avec ses propres normes à respecter. « Le cartel, en particulier, est un outil textuel essentiel dans les musées. Il fournit des informations clés sur l'œuvre exposée, telles que le nom de l'artiste, la date de création, et la provenance géographique » (Jacobi, 2005: 48-49). Placé à proximité immédiate de l'œuvre, il permet aux visiteurs d'obtenir des renseignements pertinents et facilement.

⁴⁶Pour que le message de l'exposition soit clair, « les commissaires de l'exposition choisissent de mettre en place des cartels efficaces et lisibles, souvent présentés avec un texte en couleur claire sur un fond sombre, tel que le noir ou le bleu. Cette pratique vise à maximiser le contraste et à faciliter la lecture » (Jacobi, 2005 : 49). Les titres en gras attirent l'attention et encouragent les visiteurs à s'engager avec le contenu présenté.

contenu qui engage le public dans un dialogue avec les œuvres exposées. Pour cet objectif, les commissaires doivent avoir « une connaissance approfondie des différents types de publics qui visitent le musée. Cela inclut des considérations sur l'âge, le niveau d'éducation, les intérêts culturels, et même les attentes spécifiques des visiteurs » (Jacobi, 2005 : 50). Ils doivent ajuster les contenus selon les attentes des visiteurs. Pour cela, les musées doivent impliquer des enquêtes, des groupes de discussion ou l'observation des interactions des visiteurs avec les expositions afin de connaître les appréciations des publics. En se concentrant sur ces aspects, les commissaires d'exposition favorisent une expérience riche et mémorable pour les publics.

La signalétique

La signalétique est un moyen d'orientation au musée qui joint l'importance du texte. « Elle permet aux visiteurs de se repérer, de suivre une direction, de trouver un service (Jacobi et Le Roy, 2013: 25). Elle est dite directionnelle « quand elle a pour seule fonction d'aider le visiteur à se repérer dans l'espace. Elle incite le visiteur à suivre consciencieusement un ensemble de prescriptions afin de faciliter son orientation et sa découverte de l'espace » (Jacobi et Le Roy, 2013: 26). La signalétique a en quelque sorte une fonction pragmatique ; elle offre un sens, une logique à l'espace et à l'exposition. Selon Jacobi et Le Roy le texte, tout comme le panneau signalétique, obéit à quelques impératifs. Il doit être « indicatif, compréhensible et clair par tous les visiteurs quelles que soit leurs cultures ou leur langue » (2013: 26). Selon eux, « la signalétique est une forme de médiation interculturelle, qui ne distingue pas entre les publics, car chacun peut comprendre son langage » (2013:28). Chaque élément informatif doit selon les auteurs attirer l'attention des visiteurs, peu importe leur âge ou culture. Les publics sont guidés par les informations, c'est pour cela que le texte et la signalétique doivent être lisibles, et facile à comprendre.

La signalétique dans les musées « influence considérablement la manière dont les visiteurs construisent du sens lors de leur visite. Elle agit comme un intermédiaire entre l'œuvre et le spectateur, facilitant la compréhension et l'interprétation » (Gob et Drouguet, 2021: 67). Elle aide les visiteurs à se situer physiquement, mais aussi intellectuellement, en leur indiquant dans leur parcours et interprétation. Elle peut également encourager les visiteurs à explorer des thèmes spécifiques sans en induire et peut également offrir des

informations adaptées à tous les niveaux de connaissances et d'intérêts, ce qui permet aux expositions de cibler les diverses catégories de visiteurs y compris notamment ceux avec des besoins spécifiques. La signalétique est considérée comme « un outil de médiation qui aide les visiteurs à comprendre et à s'engager avec les œuvres. Elle permet de transformer une simple visite en une expérience éducative et mémorable » (Gob et Drouguet, 2021 : 69). Les dispositifs multimédias constituent également d'importants outils d'informations et de communications qui influencent l'expérience des publics. Ces technologies engagent le public de manière interactive.

Dispositifs numériques

Les dispositifs numériques ont à leur tour, un impact considérable sur les publics des musées. Ils transforment l'interaction de l'exposition et offrent aux visiteurs une expérience dynamique et engageante, les influençant de plusieurs façons : « Les dispositifs numériques fournissent des informations détaillées sur les œuvres d'art, les artistes et les contextes historiques, rendant l'expérience plus informative et éducative pour les publics » (Baujard, 2021: 96). Ils permettent aux visiteurs de personnaliser leur visite en choisissant les parcours et les œuvres qui les intéressent, ce qui est utile pour augmenter leur sens de satisfaction. Les nouvelles technologies ont une certaine influence sur les publics. Comme le dévoilent les écritures des auteurs dans ce sens, ils permettent d'enrichir la visite, la rendent plus accessible et ludique. Les bornes interactives en tant qu'outils numériques, « sont des outils tactiles qui informent les publics sur les contenus, expositions, espaces, etc. Elles rejoignent l'importance du texte et de la signalétique et permettent aux visiteurs d'approfondir leurs connaissances acquises lors de la visite » (Vidal, 2018 : 56). Ces outils donnent également vie au parcours. Quant aux audio-guides, « ils permettent l'écoute de commentaires sur les objets ou œuvres d'art lors de la visite. Traduit en différentes langues, ces dispositifs assurent la compréhension plurielle des différents publics notamment ceux de cultures différentes ou parlants d'autres langues (les touristes par exemple) » (Vidal, 2018 : 57).

D'autres nouvelles technologies font leurs présences aux musées, mais de façon beaucoup moins répandue. Nous parlons dans ce sens, des réalités augmentées et des hologrammes. « Ces outils technologiques intègrent des éléments virtuels en 3D, en temps réel et au sein d'un environnement réel » (Baujard, 2011: 99). Le principe, comme l'explique bien Baujard, est de combiner le virtuel au réel, de permettre aux publics de vivre une

expérience immersive. Par exemple, au musée d'art contemporain de Lyon en France, « les visiteurs interagissent grâce à un appareil Smartphone, avec des éléments virtuels placés dans le monde réel. L'appareil va calculer et superposer en temps réel les éléments virtuels à la réalité » (Baujard, 2011 : 99-100).

L'objectif du musée est de favoriser le sens participatif et réflexif des visiteurs. Ces nouveaux dispositifs, à la différence de leurs types, s'adressent aux publics et n'ont donc aucunologique ou sens sans la présence de celui-ci. Ils facilitent également l'accès à la culture pour les publics éloignés ou à mobilité réduite. Les visites virtuelles, comme généralement connu, permettent à ceux qui ne peuvent pas se déplacer de découvrir les collections en ligne. Cela contribue à démocratiser l'accès à la culture, d'attirer un public qui ne peut facilement accéder au musée. Cependant, l'utilisation des NTIC doit à notre avis, être réfléchie et centrée sur l'utilisateur. Elle ne doit pas dépasser l'importance du texte ou de l'objet, mais plutôt servir à les mettre en valeur et à améliorer l'expérience globale du visiteur. Comme l'affirme Baujard, « les musées doivent trouver un équilibre entre innovation et tradition, en s'assurant que la technologie complète et ne remplace pas l'interaction humaine et la contemplation de l'objet » (Baujard, 2011 : 100). En adoptant ces technologies, les musées encouragent la participation des publics, ce qui est essentielle à la pertinence des institutions dans la société contemporaine.

Bref, les nouvelles technologies, le texte ou la signalétique, transforment les musées en espaces informatifs et dynamiques, où la construction du sens est « une expérience personnalisée et partagée, reflétant la diversité des visiteurs et enrichissant la culture collective » (Baujard, 2011: 101). Si les expositions sont conçues pour engager le public, ce dernier ne se présente plus comme spectateur, mais comme participant actif dans la création du sens.

Chapitre III

La notion de sens

Dans les expositions muséale

Introduction

La notion de sens dans est une question fondamentale dans le contexte muséal. Lorsqu'on parle de sens, on se réfère aux réactions des visiteurs, aux diverses interprétations et émotions et aux connaissances transmises par les objets et les œuvres d'art. Le public, comme élément central au musée est invité à s'engager dans « un dialogue avec les collections, où chaque individu devient un créateur de sens ». Aujourd'hui, dans les musées le sens « n'est plus une donnée fixe et unilatérale, mais un flux vivant et évolutif, façonné par les interactions entre les visiteurs et les œuvres » (Levasseur et Veron, 1992 : 113).. Les institutions muséales, conscientes de cette interaction, essaient de créer des environnements qui favorisent le dialogue et la réflexion. Comme l'affirment bien Levasseur et Veron, les musées proposent des narrations ouvertes qui invitent à la découverte personnelle et à l'interprétation subjective, reconnaissant ainsi la diversité des parcours et des perspectives. Le public avec ses multiples horizons, participe activement à la construction du sens. Chaque visiteur, armé de son vécu et de ses références, apporte une lecture unique qui enrichit le discours global de l'exposition. Selon les auteurs Les musées deviennent des espaces où le sens est constamment redéfini et où la culture se vit au pluriel. Cette introduction représente une exploration de la relation entre le sens et le public dans les expositions muséales, soulignant l'importance de cette interaction pour enrichir l'expérience culturelle et éducative offerte par les musées. Qu'est-ce donc un sens d'une exposition ? Comment des facteurs sociaux, comme l'ethnie, l'âge ou la catégorie socioprofessionnelle influencent-ils la réception des publics ?

1. La relation entre le sens de l'exposition et la réception par le public

Le sens de l'exposition

La notion de sens englobe divers aspects du musée. Elle se rapporte à la manière dont les visiteurs interprètent et donnent une signification aux objets qu'ils rencontrent. Le sens de l'exposition soulève des questions sur le rôle des musées dans la société. Martine Levasseur et Elisio Veron définissent le sens de l'exposition comme « une conception complexe qui résulte de l'intervention d'un nombre grandissant d'acteurs et de métiers » (Levasseur et Veron, 1992: 113). Il s'agit pour les auteurs d'une expérience de visite, qui intègre les sens, l'intellect, l'émotion, et qui vise à susciter l'engagement du visiteur. Pour Jacques Press, « le sens de l'exposition dépend de la relation que les publics établissent avec les collections, mais aussi avec la culture et le musée » (Press, 2010 : 104).

Nicole Everaert-Desmedt, en s'appuyant sur la théorie sémiotique de Charles Peirce, considère que le sens d'une œuvre ou d'une exposition émerge de l'interaction entre le visiteur et l'œuvre. Pour Peirce, « le sens n'est pas simplement contenu dans l'œuvre elle-même, mais plutôt dans la relation dynamique qui se tisse entre le signe l'œuvre et son interprète le visiteur » (Peirce, 2006 : 127). Selon les propos des auteurs, chaque œuvre est un signe complexe qui attend d'être décodé. Le visiteur, comme l'affirme également Davallon, engage un processus de sémiotique triadique où le signe, l'objet, et l'interprétant (la pensée ou la réaction du visiteur) interagissent. Cette interaction est influencée par les expériences antérieures, les connaissances culturelles, et les attentes personnelles du visiteur, ce qui signifie que chaque personne peut arriver à une interprétation différente de l'œuvre. Dans ce cadre, une exposition est un ensemble de signes à interpréter. Desmedt suggère que le parcours du visiteur est essentiel dans cette interprétation. « Chaque visiteur apporte ses propres expériences et connaissances, qui influencent sa compréhension des œuvres présentées » (2000: 225). Le sens n'est donc pas fixe, mais change dans l'espace de l'exposition. Comme nous le comprenons des propos des auteurs, le sens de l'exposition est profondément ancré dans l'interaction entre les visiteurs et l'ensemble des éléments qui composent le musée. « Cette relation est bidirectionnelle: d'une part, les collections, à travers leur histoire, esthétique et leur mise en contexte invitent à la réflexion et à l'interprétation ; d'autre part, les visiteurs avec leurs bagages culturels et leurs expériences personnelles donnent vie aux objets en leur attribuant un sens qui résonne avec leur propre vécu » (2000:

226). Press avait raison de dire à ce propos que « Les musées modernes reconnaissent cette dynamique et cherchent à créer des expositions qui ne sont pas seulement informatives, mais qui sont également des espaces de découverte et d'échange » (2010: 104-105). Ces musées, cherchent à mettre en place des environnements qui engagent les visiteurs, en aménageant des parcours éducatifs et ludiques. Cette forme de relation personnelle avec les expositions muséales pourra conduire, selon Press, à une « compréhension plus profonde et à une appréciation plus riche de la culture et de l'histoire » (2010 : 105), mais aussi de la société.

En outre, le musée lui-même, en tant qu'institution, joue un rôle clé dans la construction du sens. Par son architecture, sa mission, ses politiques et ses programmes, il crée un cadre qui influence la manière dont les expositions sont perçues et expérimentées.

«Le musée est un lieu de savoir, mais aussi un espace social et culturel où se rencontrent des individus de tout horizon pour partager et construire du sens » (Davallon, 1992: 378). Le visiteur essaie donc, dans l'espace de l'exposition, de comprendre l'idée et le message du concepteur en mettant en relation les objets et l'architecture dans l'espace. Le succès de cette situation de communication dépend à la fois du concepteur et du visiteur. Cette situation d'échange, que Davallon la résume comme suit : le concepteur «doit s'assurer que son discours est lisible à travers les dispositifs qu'il a mis en place » et le visiteur «doit s'investir un minimum dans la visite afin d'amener les objets et leurs scénographies à une dimension imaginaire qui lui permet de saisir les significations au-delà du visible» (1992: 379). Il est donc primordial de souligner que le visiteur, devient lui aussi producteur et acteur de sens, notamment à travers les lectures et les interprétations qu'il procure à chaque partie de l'exposition. Cette interaction entre le visiteur et l'exposition crée une dynamique où le sens est construit. L'exposition, comme l'affirme Davallon n'est donc pas une entité statique, elle est modifiée, enrichie et réinterprétée par les visiteurs qui y apportent leurs perspectives.

C'est la raison pour laquelle plusieurs chercheurs, notamment J. Davallon, D. Jacobi, ou B. Schiele, attribuent le statut de média à l'exposition et insistent sur le fait qu'il n'est plus question de s'intéresser à l'œuvre, aux publics et aux dispositifs techniques déployés de manière indépendante, mais à la situation de communication créée à partir de tous ces éléments. En justifiant pourquoi une exposition est conçue comme un média, Davallon disait parce qu'elle «placé des codes sémiotiques dans un espace et propose des relations entre le

public, les concepteurs et les acteurs de production. » (2003: 82). Par ailleurs, cette approche considère que le sens est une production tridimensionnelle : production, articulation et réception du message. Elle considère le média en tant que « constructeur de valeurs ». En considérant « l'exposition comme un média, elles'inscrivent alors directement dans ce schéma de pensée et rejoint ces enjeux actuels » (2003: 83). En effet, à travers cette méthodologie, il est à fois possible d'étudier l'exposition d'abord en tant que producteur de sens, mais aussi en tant qu'élément sémiotique qui reflète une culture et une idéologie. L'exposition est donc un dispositif qui construit un discours en se basant sur des arguments qui reflètent la politique culturelle du musée.

La production du sens

La production du sens dans une exposition est « un processus créatif et délibéré » (2003: 84). Les producteurs, qui peuvent être les artistes, les commissaires d'expositions⁴⁷ ou les scénographes, jouent un rôle dans la transmission du récit. Ils imaginent et mettent en œuvre une narration qui guide les visiteurs dans leur expérience de visite. Pour Christophe Genin, « le sens se fabrique à travers une pratique sociale. Elle permet aux producteurs d'utiliser un équipement technique (moyens) pour la production de sens (idéologie) afin de fabriquer un produit (média) investi d'une signification particulière (discours) » (Genin, 2007: 89). La signification est pour Genin, une tentative pour identifier le sens par des mots, par des propositions, par des jugements. Le sens serait le noyau obscur de la signification⁴⁸ ; c'est-à-dire grâce à la « signification » et à la tentative d'explication, les publics peuvent accéder au « sens ». Selon Génin la chose qui fait sens à quelqu'un ne soit pas reconnue de la même façon pour quelqu'un d'autre. Génin explique cette situation par le fait que « si une chose nous fait sens, nous ne sommes en rien certains d'attribuer à cette chose la même signification qu'à autrui » (2007 : 90). Cela est d'autant plus vrai que la signification ou l'ensemble d'explications concernant le sens ne seront pas toujours acceptés par la totalité des publics. C'est ici où se fige le problème de l'identification et l'interprétation du sens. Génin

⁴⁷Le commissaire est en charge du découpage, du choix, de la sélection des récits dans l'exposition au musée et de la production qui se réalise souvent à partir de l'écriture d'un texte que l'équipe technique, l'architecte, le scénographe, ou le désigner de l'exposition mettront en scène.

⁴⁸La différence entre le sens et la signification, réside dans le fait que le sens est plus général et peut être considéré comme la compréhension de base d'un terme, tandis que la signification est plus contextuelle et personnelle, dépendant de l'interprétation individuelle dans un cadre donné.

nous mène, à travers les notions de sens et significations dans une sorte d'interprétation quasi philosophique. Pour lui, si le sens invite à la reconnaissance de ce qui serait évident pour tout le monde (le sens commun); la signification n'est l'ensemble d'explications visant le sens, «interrogeraient les a priori de ce sens commun en ouvrant la porte à toutes les interprétations possibles » (2007 : 90-91).

Nous pensons donc que même s'il existe une intention pour fixer le sens, par exemple dans un musée et à partir d'une exposition, il sera toujours interprété dans son mouvement et dans sa diversité de culture. Tout le monde peut interpréter le sens, mais les moyens pour la production du sens ne sont pas les mêmes pour tous. Et nous nous inscrivons dans la réflexion de Stuart Hall sur la question de l'hégémonie et du contrôle des moyens de production du sens. En effet, il n'y a pas une signification universelle pour chaque chose et un consensus universel sur ce que les choses signifient (2008 : 129). Nous pouvons supposer donc que le musée est un média (institutionnel) qui a le pouvoir de renvoyer à des significations, mais que la figure du musée et son pouvoir de signifier ne seraient pas neutres dans la société, parce que même si le musée accomplit une mission éducative ou informative, il construit à la fois des valeurs et des propositions discursives. Par la production d'un enchaînement de significations, le musée doit alors naviguer avec prudence et responsabilité et être attentif à la pluralité des voix et veiller à ce que son discours soit inclusif et représentatif de la multiplicité des expériences humaines.

Circulation et distribution du sens

Les expositions muséales «font toujours appel à un véritable dispositif communicationnel qui se présente sous forme d'un mélange du spatial et de ce qui relève du discours, de rencontre et de langage» (Davallon, 2003: 381). Le sens se distribue et circule dans les musées à partir de ce contexte dont l'élaboration incombe aux commissaires d'exposition, aux scénographes et aux équipes muséales. Ce sont ces derniers qui présentent les objets et les œuvres, et essaient à travers ces moyens de raconter une histoire ou des histoires et transmettre un message ou des messages ou posent une question ou plusieurs. Les objets et les œuvres se présentent ainsi comme un texte avec une structure, un langage et un contenu «où le sens est distribué dans le récit de l'exposition. » (Glicenstein, 2009: 255), et qui doit être «lu et décodé par le visiteur pour se faire une idée cohérente de l'exposition. Il va sans dire que le récit de l'exposition n'est pas linéaire mais il autorise plusieurs lectures et interprétations» (Glicenstein, 2009: 257). En général, le sens qui se construit dans l'esprit du visiteur, se trouve influencé par son bagage personnel, sa culture et ses émotions de manière interactive avec l'exposition. Lorsqu'un commissaire d'exposition propose un récit, «le visiteur le complète par son expérience. Cette forme d'interaction entre l'intention du commissaire et l'interprétation du visiteur crée un espace dynamique où le sens est constamment en circulation et en évolution » (Glicenstein, 2009 : 258).

La réalisation du sens

Le visiteur est un acteur incontournable dans la réalisation du sens de l'exposition malgré le fait que celle-ci «est l'apanage d'une équipe de production qui tente de le guider à travers un processus interprétatif en lui offrant préalablement d'autres catégories de sens » (2009: 259). L'expérience du visiteur permet en effet de comprendre comment s'accomplit le sens dans une exposition. Génin, le dit clairement : «Le sens dans les messages des expositions ne véhicule pas un sens unique, mais plusieurs sens, parce que l'exposition tant que texte se prête aux multiples lectures qui se différencient du discours des institutions » (2007: 95). Cela signifie que la réalisation du sens dépend de la lecture de chaque visiteur. Ces derniers construisent des lectures variées et différenciées qui peuvent être négociées, opposées ou harmonieuses par rapport au discours proposé par les professionnels des musées. Selon Génin, les visiteurs n'acceptent pas toujours le discours proposé par une exposition, mais négocient en fonction de leur propre compréhension. Cette négociation se présente sous

forme de processus actif où les visiteurs s'engagent avec les œuvres, posent des questions, et cherchent des réponses qui correspondent à leur vision du monde. Outre la négociation, « les visiteurs peuvent se trouver en désaccord avec l'interprétation ou le message que les professionnels des musées cherchent à communiquer » (2007: 96). Cela peut être dû à des différences idéologiques, des expériences personnelles contradictoires ou simplement une préférence pour une autre interprétation. L'opposition, comme l'affirme Génin, peut stimuler un dialogue critique et ouvrir la voie à de nouvelles perspectives. Mais cela n'exclut pas une forme d'harmonie qui peut se produire entre les idées des visiteurs et celles que prône le discours de l'exposition. Cette concordance peut renforcer leur appréciation de l'exposition et leur permettre de se connecter plus profondément avec les œuvres présentées.

La relation entre les visiteurs et les discours des musées varie selon chaque individu et sa capacité à construire du sens. Certains facteurs comme l'âge, l'ethnie, la catégorie socioprofessionnelle peuvent à notre avis, affecter la manière dont les individus interagissent avec les expositions et construisent du sens. L'âge par exemple, la capacité à comprendre certaines thématiques ou à utiliser certains outils dans les musées. Les jeunes ou les enfants peuvent être plus attirés par des expositions ludiques, tandis que les adultes peuvent rechercher des expériences plus scientifiques ou éducatives.

L'ethnie et la culture d'origine jouent également un rôle important dans la construction du sens. Les visiteurs, comme par exemple les migrants, cherchent des éléments qui reflètent leur identité. Cette catégorie de public peut se confronter à des représentations qui ne répondent pas à leur histoire. Les migrants, visiteurs de musée, éprouvent parfois un sentiment de non-représentation ou d'éloignement notamment lorsque les expositions défendent des objectifs politiques ou privilégient une culture dominante, comme l'affirme bien Génin. Pour ce type de visiteurs, la construction du sens peut nécessiter un effort supplémentaire « pour établir des liens entre leur propre vécu et les objets. Cela peut impliquer la recherche d'éléments communs ou universels dans l'expérience humaine, tels que des thèmes de migration, de famille, de travail ou de résilience, qui peuvent transcender les différences culturelles » (Génin, 2007 : 95)..

La catégorie socioprofessionnelle peut également affecter l'accès au musée ainsi que les attitudes des publics envers les musées. Les personnes ayant un niveau d'éducation plus élevé ou travaillant dans des domaines liés à la culture peuvent avoir une certaine familiarité

avec le discours muséal et peuvent facilement saisir les récits proposés. En outre, des facteurs tels que le genre, l'orientation sexuelle, le handicap et d'autres aspects de l'identité sociale, peuvent influencer la façon dont les visiteurs perçoivent et interprètent les expositions. Ceci a poussé Lahuerta de conclure que « les musées modernes s'efforcent de répondre à ces divers besoins et perspectives en créant des espaces accessibles et des programmes qui reflètent une variété d'expériences et de points de vue (visites guidées, ateliers, collaborations avec les publics exclus, etc.)» (2013:205). En définitive, la relation entre les publics et les musées est donc façonnée par un de nombreux facteurs sociaux qui déterminent comment le sens est construit, partagé et parfois contesté au sein de l'espace muséal.

Conclusion

Il est donc clair que l'assimilation du sens d'une exposition nécessite «une analyse approfondie qui demande une immersion dans les subtilités de son contenu, une appréciation de son contexte et une réflexion sur son influence » (Génin, 2013: 206). L'exposition devient alors un miroir qui reflète les intentions de son créateur, mais aussi les préoccupations des publics. Elle agit comme «un dialogue entre l'auteur et son public, où chaque interaction peut altérer une signification et enrichir une interprétation » (2013: 207). Génin affirme que lorsqu'il s'agit du sens dans l'exposition, il est essentiel de reconnaître la diversité des perspectives. Ce qui résonne avec une personne peut ne pas avoir le même effet sur une autre, en raison des différences culturelles, expérientielles ou personnelles. Ainsi, une œuvre ou une exposition peut susciter différentes réactions, devant un phénomène qui évolue avec son public. En fin de compte, «l'analyse d'une œuvre ou d'une exposition ne se limite pas à déchiffrer ce qui est explicitement présenté ; elle implique également de saisir l'implicite et l'inexprimé. C'est dans cet espace entre les lignes que réside souvent la véritable essence de la signification, un territoire où l'exposition, le sens et le public se rencontrent» (2013 : 209).

. Ainsi, l'exposition et le public deviennent à notre sens, indissociables; chacun donne sens à l'autre, créant un cycle perpétuel de découverte et d'appréciations. Certes, si certains publics trouvent un sens dans la contemplation des œuvres, d'autres qu'on pourrait qualifier de public éloigné ou de non-public, n'ont pas cette opportunité ou ne choisissent pas de la saisir. Ces derniers, peuvent néanmoins construire du sens dans des espaces alternatifs (théâtre, bibliothèque, festival, etc.). Mais qu'est-ce qu'un public et qu'est-ce qu'un non-public des musées ? Comment perçoivent-ils l'institution muséale ?

Chapitre IV

La notion de public et de non-public

Chapitre IV

1. La notion de public et de non public

Le public renvoie à une situation de communication où un « récepteur » toujours défini par rapport à un « émetteur » fabrique, crée, diffuse une offre destinée à être proposée à des individus dans des conditions déterminées (Gerber et Thévenot, 2017 : 12). Il se décline selon Gerber et Thévenot, sous d'autres terminologies « destinataire », « participant », « lecteur », « spectateur », « auditeur » ou « usager ». Autour de ces terminologies, se posent les questions de représentation, de production, de réception, de participation et de catégorisation des publics.

Le non-public renvoie à une catégorie de non-initiée, distante et éloignée de la culture. Cette notion, selon Francis Jeanson, désigne les publics qui n'avaient pas accès à la culture dans ses formes traditionnelles. « Une immensité humaine », selon les termes Jeanson, « composée de tous ceux qui n'ont pas encore accès ou qui n'ont aucune chance d'accéder au phénomène culturel » (2009:64). La notion de non-public apparaît aussi sous le terme de « non cultivés », pour désigner ceux qui « n'ont ni les moyens ni l'instruction pour accéder à la culture ». Parfois on parle de « non-public contestataire », c'est-à-dire, ceux qui dénoncent un système social et refusent leur intégration culturelle. (2009 : 66).

L'émergence de la notion de non-public s'inscrit dans le souci d'une démocratisation de la culture qui fait suite à des travaux sur les publics de la culture⁴⁹.

C'est principalement en France que « la notion de non-public telle qu'on la comprend aujourd'hui, a émergé dans le contexte de l'effervescence de mai 1968 » (2009:66-67). Elle a été introduite par Francis Jeanson, notamment dans le contexte de la Déclaration de Villeurbanne en 1968. « Cette notion fait référence à ceux qui n'ont pas accès ou n'ont pas la possibilité d'accéder au phénomène culturel sous ses formes actuelles » (2009 : 67).

Il existe également un public à mobilité réduite, qui pour des raisons d'accessibilité au musée devient un non-public. En effet, les personnes à mobilité réduite peuvent souvent être incapables de visiter les musées en raison de contraintes d'accessibilité. Ces contraintes

⁴⁹ Parmi ces études, nous citons celles de Francis Jeanson « sur la notion de non-public », de Olivier Thévenin « publics, médias de masse et participation », de Bruno Péquignot « les publics de la culture et la notion de non-publics », de Cosmina Ghebaur « les non-publics de la culture : une approche ethnographique de situations de réception demi-contraintes », etc.

peuvent prendre diverses formes, telles que des escaliers sans alternatives, l'absence de signalétique adaptée, etc.

La prise de conscience de l'existence d'un non-public, entraîne selon Jeanson une vision revisitée de la culture, qui ne doit plus être une simple transmission d'une culture dite bourgeoise, mais une action culturelle qui vise à intégrer les divers publics. Cette prise de conscience appelle aussi à une intervention des politiques publiques en la matière. La notion de non-public est contestée pour « la coupure qu'elle établit entre un public et un non-public, par cette dichotomie entre ceux qui ont accès et ceux qui n'ont pas accès à l'art et aux pratiques culturelles » (2009 : 69).

. Selon Bruno Péquignot, « il n'y a pas de non-public de l'art ou de la culture, car ces deux notions sont partout, dans les magazines, sur les affiches publicitaires, à la télévision, à la radio, et non pas seulement dans les lieux institutionnels » (2004: 29). Pour Emmanuel Ethis, « les non-publics n'existent pas » (2006: 248), pour la simple raison que la notion de non-publics n'est pas pertinente, car « chaque individu a une relation unique avec l'art et la culture, qui ne peut être réduite à une simple question d'accès » (2006: 248-249). Pour Ethis, la pratique culturelle, comme interaction dynamique entre l'individu et l'œuvre, est une rencontre qui est toujours singulière et personnelle. Cette perspective met en lumière l'importance de l'expérience individuelle dans la réception de l'art et de la culture, plutôt que de se concentrer uniquement sur les barrières à l'accès ou sur les catégories de public et non- public.

Dans le contexte muséal, Jean-Pierre Esquenazi, soulève une réflexion importante sur la distinction entre les publics et les non-publics. Il s'intéresse à la manière dont les individus interagissent avec les espaces culturels et comment les musées perçoivent et engagent les divers publics. Cette approche permet de comprendre non seulement ceux qui fréquentent les musées, mais aussi ceux qui ne le fréquentent pas, offrant ainsi une perspective plus large sur l'accessibilité des institutions culturelles. Pour cet auteur « le public se définit selon ses choix culturels, son mode de vie, ses habitudes. Il est un récepteur actif notamment lorsqu'il participe aux divers aspects de la culture principalement muséale » (Esquenazi,2009:138),et refuse de catégoriser les publics« publics de cinéma», de théâtre ou d'opéra, etc. De même que l'auteur rejette la notion de non-public pour se concentrer plutôt sur le « devenir-public » et propose à cet effet d'explorer les moyens de médiation, de communication et d'encouragement à la visite.

D'autres notions concernant l'intérêt que le public porte à la culture émergent au fur et à mesure. Notamment le « passant », le « spectateur », le « public-expert » (des opéras et des musées), le « public de masse » (personnes indifférentes), (Gonon, 2011 : 147). Chacune des catégories de ces publics a ses préférences culturelles. Les publics de masse ou les non-publics, s'intéressent aux arts de rue, à la culture populaire, à des lieux comme les spectacles, les festivals ou les concerts de musique (id.).

Dans le contexte du musée, Jean-Pierre Esquenazi note une différence de comportement des différents publics. Pour lui, le public-expert interprète premièrement l'œuvre avant de se l'approprier éventuellement ; le public de masse s'approprie premièrement l'œuvre avant de l'interpréter éventuellement » (2009 : 141). Le public de masse, considéré comme un non-public, s'oppose donc aux caractéristiques du public expert. Selon la logique de la distinction, ces derniers « vont facilement saisir le sens de l'œuvre exposée, alors que les publics de masse trouveront des difficultés à interpréter cette œuvre » (Esquenazi, 2009 : 142). Raison pour laquelle Esquenazi invite à la considération des non-publics, qu'il conçoit comme « des publics ignorés ou dévalués et non pas simplement comme des publics absents ou ignorants » (2004 : 90).

Nous l'avons déjà vu, en France, l'intérêt pour les publics va de pair avec le développement des politiques culturelles. André Malraux voulait « rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, au plus grand nombre de Français » (2009 : 28). Dès lors, l'accès à la culture devient un enjeu politique, et les publics un objet d'étude central. En outre la catégorisation des publics amène à notre sens, à une hiérarchie sociale, à une situation de conflit entre les deux catégories. La sociologie de la culture a tenté d'expliquer les inégalités d'accès à la culture à partir d'une analyse des hiérarchies sociales et culturelles, notamment Pierre Bourdieu qui a montré comment les goûts et les choix de visite sont déterminés par la position ou la catégorie sociale des individus.

En conclusion, un non-public n'est pas forcément un public ignorant, incapable de comprendre ou d'interpréter le sens d'une œuvre. Chaque individu a sa propre perception, imagination, une capacité de réflexion qui l'aide à saisir les messages d'une œuvre.

Dans le contexte muséal, les publics de masse semblent hériter certaines habitudes de sortie en dehors des musées. Selon Daniel Dayan, « Les publics initiés préfèrent l'opéra, la culture noble et les musées, alors que les non-publics apprécient la culture populaire et les

festivals» (Dayan, 2000 : 432-433). Parce qu'ils se sentent moins remarqués, les non-publics s'attirent vers les lieux collectifs bastion de la culture populaire et de l'événementiel (Dayan, 2000 : 433).

2. Les non-publics: le festival et le musée en question

En occident, la question des publics est liée à la politique publique de la culture. Pourtant, peu d'analyses ont réellement analysé la notion de public sens et les enjeux politiques, sociaux ou artistiques. C'est sur ce constat et dans ce contexte d'incertitude que de nombreuses enquêtes en France prennent place. Au fil des années, des études de public complétant les données de l'enquête sur les pratiques culturelles des français, ont permis de mieux cerner les rapports que les individus entretiennent avec les espaces ou objets culturels. À ce titre, l'étude de Gerber Nathalie et de Thévenot Pauline, est une première. Elle rassemble « plus de 22.000 questionnaires recueillis sur près de 49 festivals sur tout le territoire français » (Gerber et Thévenot, 2017 : 122). Cette étude propose de porter un regard neuf sur les publics des festivals. L'ambition de cette recherche est de comprendre les rapports que les offres festivalières entretiennent avec les non-publics notamment, et pourquoi ces derniers préfèrent les festivals plutôt que les musées. Tout d'abord, « le festival représente une forme événementielle tout à fait singulière associant un lieu, une programmation, des rituels et une ambiance » (Béghain et Kneubühler, 2021 : 102).

Suivant cette logique événementielle, les publics des festivals constituent une microsociété qui se forme suivant un calendrier bien précis. En outre, et comme le montrent bien les auteurs, chaque festival possède un dispositif original qui s'inscrit dans un contexte historique, territorial, institutionnel et culturel singulier. Le festival en tant que forme ou espace de divertissement, offre une ambiance singulière largement absente dans les musées. Les non-publics y peuvent vivre des moments intenses, tout en restant libres et dynamiques, avec une économie d'effort de compréhension ou d'interprétation des contenus. Alors qu'aux musées, les non-publics doivent être plus attentifs, engagés et réflexifs.

Emmanuel Ethis affirme que « la répétition des festivals chaque année, crée une habitude chez les non-publics notamment » (2006: 250). Cette habitude représente à notre avis, une forme d'éducation ou d'initiation à la culture événementielle. C'est sans doute en raison de la dynamique qu'offrent les festivals et la relation entre culture populaire et festivité que les non-publics préfèrent et fréquentent ces lieux. Cosmina Ghebaeur, en s'interrogeant sur

la manière d'enquêter sur les non-publics de la culture⁵⁰, affirme qu'il est possible d'être non-public d'un musée tout en étant public d'un festival et inversement. Pour l'auteur, « le choix de l'espace n'est qu'une question de goût, de culture acquise par éducation, ou initiation » (2014: 138). Les visites organisées aux musées voire imposées par une institution ou autres (dans le cadre de visites scolaires, ou de visites touristiques guidées), «peuvent donner lieu à des visiteurs d'une exposition tout en étant non-public de celle-ci»(2014: 138-139). En effet, les visiteurs se rendent parfois aux musées sans un réel intérêt ; ils peuvent venir soit par imposition, de passage ou par curiosité et deviennent ainsi des non-publics n'assimilant vraiment pas le sens de l'exposition. Ghebaour utilise le terme de spectateur pour désigner les non-publics, les personnes indifférentes face aux contenus exposés. Pourquoi les non-publics visitent beaucoup moins les musées ? À qui donc la responsabilité ?

Selon Boris le manque d'intérêt des non-publics pour les musées⁵¹ est dû aux constructions collectives des pratiques et des goûts qui varient en fonction des modes de sociabilité et de socialisation. La famille et l'école assurent, ce qu'appelle Chevrot, les «socialisations primaires». C'est à travers «leurs comportements et leurs conceptions parentales, les parents façonnent le devenir culturel de l'enfant » (Chevrot, 2017: 99); et par le biais de l'enseignement que l'école contribue au développement artistique et culturel des jeunes. Quant aux «socialisations secondaires» elles représentent «les sociabilités suscitées par les environnements relationnels (conjoint, groupes d'amis, collègue, etc.) » (Chevrot, 2017: 100). En effet, c'est au contact des autres que s'opère une partie des découvertes culturelles et que se consolident certaines pratiques de visites. D'autres travaux de Chevrot,

⁵⁰Cosmina Ghebaour a contribué à la réflexion sur les non-publics de la culture avec son article intitulé «Enquêter sur les non-publics : quelle posture de recherche pour quel dispositif méthodologique ?». Cette contribution examine la posture de recherche et le dispositif méthodologique adapté pour étudier les non-publics dans le domaine culturel.

⁵¹Boris Chevrot aborde la question de l'attraction des publics dans son article intitulé « Comment rassembler les parties d'un public invisible ? ». Il explore les méthodes et stratégies que les institutions culturelles peuvent utiliser pour attirer un public plus large et plus diversifié. Chevrot souligne l'importance de comprendre les besoins et les intérêts des publics cibles pour créer des expériences qui résonnent avec eux et les encouragent à

s'engager avec l'offre culturelle proposée.

⁵²portent sur les rapports que les individus entretiennent avec certains espaces ou musées à travers ce qu'il appelle les raisons, les intentions, les motivations, les attentes, le degré d'assiduité, les domaines de curiosité des publics, les représentations préalables, la familiarité, le degré d'expertise des uns et des autres.

Connaître les raisons pour lesquelles les publics ou non-publics visitent des lieux muséaux ou culturelles, concourt à notre avis, à une analyse de leurs pratiques culturelles (habitude de sortie, centre d'intérêt, participation socioculturelle...). « Le rapport aux espaces culturels, l'intérêt pour une institution particulière, relève souvent de la dimension cognitive ou intellectuelle des publics, mais également de la dimension affective et émotionnelles » (Chevrot, 2017: 100). Récemment, de nombreuses études de public tentent de traiter la dimension affective des publics notamment par rapport à leurs choix d'espace de visite. Nous citons comme exemple, l'étude de Jaqueline Deguise-Le Roy, qui révèle l'importance de l'affectif dans le choix des publics. Selon Le Roy, « les individus initiés, ceux qui s'intéressent à l'espace muséal, qui se l'approprient, sentent et s'identifient ses contenus, ne sont dans la plupart du temps, pas indifférent » (Le Roy, 2020 : 57).

Cette catégorie de public réagit, participe, ressent des émotions, car elle est plus apte à comprendre le contenu présenté que celle non-initiés. « La dimension affective des publics s'enrichit du vécu de ces derniers, de leurs cultures, éducation, ou rapport à un espace donné » (Le Roy, 2020: 59).. Un individu n'ayant aucune conscience ou intérêt pour un espace ou un contenu, n'aura certes aucune émotion. Par ailleurs, Le Roy distingue entre public exclus et non-public. En effet, les publics exclus sont selon l'auteur, « des individus négligés par une institution culturelle ou par la société » (Le Roy, 2020 : 59). Ces publics ne sont pas indifférents, au contraire, ils revendiquent souvent leurs droits d'insertion culturelle. Alors que les non-publics éprouvent peu d'intérêt pour les institutions culturelles ou n'ont désormais, pas les connaissances nécessaires pour comprendre leurs contenus ou même pour revendiquer. Dans ce cas, comment peut-on connaître les publics pour concevoir des projets qui les représentent ?

⁵²Boris Chevrot a exploré divers aspects des interactions sociales et culturelles dans ses travaux. Son étude intitulée « De l'isolement social aux territoires sociables examine l'intervention sociale en milieu rural et comment l'innovation territoriale peut répondre aux défis de l'isolement social.

3. Les rapports des études de public dans la mise en œuvre des projets muséaux

Le public est ainsi, «le signe incontestable de la réussite d'une politique culturelle. Il est un élément central au musée» (Ancel et Pessin, 2004: 28). Les études de public sont devenues des outils de gestion stratégique. Par exemple, les grandes études qui dessinent un portrait des publics aident les institutions notamment muséales à mieux comprendre la culture des individus et ainsi, anticiper des actions (allant dans le sens de leurs attentes). « Savoir qui sont les publics qui ne visitent pas ou qui revendiquent pour une représentation au musée, c'est se donner les moyens de comprendre les raisons de leur désintérêt ou demandes et potentiellement trouver des solutions, en mettant en place des actions spécifiques » (Ancel et Pessin, 2004 : 28-29).

Dans ce cas, la fréquentation des musées ne se réduit plus à un simple indicateur de performance ; elle devient comme l'affirme Ancel et Pessin, un instrument de pilotage pour analyser, prévoir et élaborer des scénarios prospectifs. Connaître les publics, c'est donc en faire un moteur de l'évolution du musée. C'est l'occasion d'identifier les points à améliorer au sein de l'institution, d'établir des priorités et d'intégrer les conclusions des études dans le projet scientifique et culturel de l'institution. «Certains professionnels des musées, centrent leurs actions sur le type de public le plus présent et d'autres au contraire, diversifient leurs actions pour attirer un public notamment exclu ou non-initié» (Ancel et Pessin, 2004 : 29). Les études de public permettent aux professionnels des musées de penser leurs pratiques et leurs actions. Elles créent des représentations des publics en apportant « un regard sur leurs choix et préférences. Elles permettent aux professionnels des musées de prendre conscience de l'importance des publics qui fréquentent leur établissement, qu'ils sont porteurs d'un point de vue et d'une sensibilité à dégager » (Triquet et Davallon, 1993 : 55).

La représentation des publics est nécessaire pour concevoir des expositions plus adaptées aux différents types de publics (espaces, l'accueil, l'assistance humaine ou documentaire et l'action culturelle). Le musée des beaux-arts de Montréal, par exemple, organise des expositions qui mettent en lumière l'histoire, la culture et les contributions des groupes minoritaires. Ces expositions incluent des œuvres d'art, des artefacts historiques et des récits personnels qui reflètent la diversité des expériences. « Le musée s'efforce d'acquiescer et de représenter des collections qui représentent une gamme plus large de cultures et de perspectives » (Triquet et Davallon, 1993:59). Cette approche vise à créer un espace

inclusif où tous les visiteurs se sentent représentés et valorisés. La connaissance des publics est dans ce sens, une condition nécessaire pour réussir toute tentative de représentation au musée; il faut arriver à l'intégrer dans la conception et dans la production même de l'action culturelle. Les études des publics permettent aux différents acteurs (scientifiques, concepteurs, designers, scénographes, médiateurs, etc.) de s'en saisir et de définir, voire redéfinir, les missions de l'institution selon les besoins et intérêt des publics. Selon Olivier Donnat et Sylvie Octobre « il suffit de faire une étude sur les publics pour comprendre leurs besoins, pour dépasser en nombre de fréquentation certains lieux jugés populaires (festival, concert de musique...) » (Donnat et Octobre, 2001 : 190). Certes, l'étude des publics est une démarche importante pour concevoir des projets qui les représentent, cependant force est de constater que cette méthode n'est pas forcément suffisante. « Les études des publics créent la connaissance, mais elles n'ont pas d'effets directs sur l'institution, sur sa notoriété ou sur la manière de communiquer avec les publics » (Donnat et Octobre, 2001 : 191). Elles ne sont qu'un moyen de réflexion ou d'inspiration pour les concepteurs. De plus, les études des publics ne sont que « des instantanés, des regards particuliers posés par un observateur, une certaine façon de reconstituer le public » (Donnat et Octobre, 2001 : 191-192).

L'approche par quelques indicateurs n'est donc qu'une simplification qui met en avant tel ou tel aspect du public. Elle ne peut donc pas être généralisée sur tous les publics de l'institution muséale. Il faudrait également distinguer plusieurs acteurs dans les études des publics; parmi eux « certains étudient les publics avec les mêmes approches et outils que les clients de secteurs économiques, sans tenir compte des spécificités et des besoins réels des publics » (Vilatte et Schall, 2008 : 176).

La multiplication des études des publics s'est accompagnée d'une forme de « routinisation des méthodes et des questionnements » (Vilatte et Schall, 2008 : 176-177). Certaines études, deviennent signe d'une faible réflexion sur les publics, sur les éléments qui attirent ou pas leur intérêt au musée. Yannick Le Marec, décrit l'risque d'une posture de « naïveté savante » au sein des institutions qui consisterait à penser qu'on connaît son public, parce qu'on dispose de quelques chiffres de fréquentation ou des informations à son propos. « On accumule des données sur les publics sans pouvoir véritablement les utiliser pour réfléchir » (Le Marec, 2007 : 108). Pourtant, que faire de ces données ? Comment les

expliquer? Et surtout, comment les utiliser pour attirer un grand nombre de publics notamment exclus ou non-initiés ?

Une meilleure connaissance des publics ne peut à notre avis, pas régler l'ensemble des problèmes rencontrés par une institution. Par contre, elle peut être efficace pour élaborer une démarche de réflexion et d'action. Pour offrir aux responsables des musées un cadre de pensée adapté à leurs actions, les études des publics doivent diversifier leurs approches en envisageant, à côté de la fréquentation et de la démarche sociologique, une approche psychologique afin de mieux comprendre les réactions des publics, tel est le cas de notre travail de recherche et notamment de nos études de cas (partie 3, chapitres : 3, 4, 5,6 et 7). Ainsi, quoiqu'insuffisantes, les études de publics, aident les professionnels à mieux agir, à entreprendre des démarches inclusives capables d'attirer, de représenter et d'inclure les divers publics. C'est en effet, grâce aux études de publics que les musées connaissent aujourd'hui mieux leurs visiteurs. Les professionnels des musées, notamment en occident, tentent de plus en plus d'ouvrir leurs espaces, de diversifier leurs contenus et approches à destination d'un public de plus en plus variés. Ils mettent en place diverses stratégies dites inclusives et participatives. Quelles sont donc ces stratégies ? Comment les musées ont-ils attiré la diversité des publics ?

PartieII

Muséeset sociétés

ChapitreI:

Stratégiesd'inclusionsdespublics

Chapitre 1: Stratégies d'inclusions des publics

Dans le monde contemporain, la question de la représentation des publics notamment exclus prend une place centrale, «interrogeant les pratiques traditionnelles et invitant à une réflexion profonde sur les rôles sociaux et culturels des espaces culturels, notamment les musées ». (Doytcheva, 2018: 142) Ces derniers se transforment désormais en espaces dynamiques de dialogue et d'échange, où la diversité des récits et des expériences trouve sa place. En analysant l'impact de la diversité culturelle sur la société occidentale Milena Doytcheva montre comment cette diversité, souvent célébrée comme une richesse, peut également révéler des fractures et des exclusions, notamment dans le domaine muséal.⁵³ Elle souligne que les musées ne sont plus de simples espaces d'exposition, mais des lieux d'inclusion et d'intégration des publics.

Pour intégrer les divers publics, de nombreux musées en occident ont tenté de mettre en œuvre deux stratégies: une stratégie communicationnelle et une stratégie de concertation. «La première transparaît dans le développement des expositions temporaires et l'importance accordée à la fréquentation. La deuxième essaie d'interpeller les visiteurs, c'est-à-dire leur permettre de participer aux activités, événements ou débats, les inclure aux seins des expositions muséales» (Doytcheva, 2018: 143). Le positionnement actuel des musées en occident, remet en question la place de l'objet ethnographique, son importance au sein d'une institution qui « se détache de l'objet en se tournant davantage vers les publics et leurs préoccupations ». L'objet patrimonial acquiert donc diverses significations, et qui varient selon la culture de chaque communauté. Il est tantôt un « symbole religieux », tantôt un « représentant culturel et identitaire » (Doytcheva, 2018: 145). L'objet a une valeur, un sens au musée, chacun le perçoit à sa manière suivant ses goûts, son vécu, ses connaissances ou croyances. Comment les musées représentent-ils le patrimoine des communautés dites-exclues ? Comment incluent-ils les divers publics ?

⁵³Dans le contexte muséal, cela se manifeste par la manière dont les institutions culturelles accueillent ou négligent les différentes communautés culturelles. Doytcheva aborde la question du multiculturalisme en soulignant les défis conceptuels et pratiques liés à la mise en œuvre de politiques multiculturelles. Elle souligne que, malgré les intentions positives, ces politiques peuvent parfois conduire à des résultats inattendus, tels que la marginalisation de certains groupes.

1. De l'objet au sujet

L'objet patrimonial est par définition, « le témoin d'une nation, une mémoire par laquelle les populations se rappellent des moments passés » (Cornu, Négrier Sprungard, 2020: 213). Cette définition a en quelque sorte évolué avec l'évolution de la société et des techniques de représentation et de communication. L'objet patrimoine n'est plus un simple outil d'exposition, mais « un élément central dans la relation entre les musées et les publics » (2020: 214). Alain Bourdin considère l'objet comme « un catalyseur de dialogue, de réflexion, de critique et de transformation sociale » (Bourdin, 1984 : 28). L'objet est un moyen d'engager les publics les encourageant à participer dans la conservation et l'interprétation du patrimoine. Pour Lucie Morisset, « l'objet n'est considéré comme un patrimoine que lorsqu'il achève un certain nombre de critères (qualité, historicité, valeur scientifique, etc.). Sans ces critères, l'objet n'a aucune valeur et ne mérite pas d'être exposé au musée » (Morisset, 2009: 133). Cette idée a été critiquée par Françoise Choay, qui considère « qu'un objet ne peut pas être mesuré uniquement par des critères tels que l'âge ou la rareté, mais par son impact et sa signification dans le contexte actuel » (Choay, 1996: 102). Choay pense que de nombreux objets modernes peuvent être considérés comme patrimoine en raison de leur influence sur la société ou leur représentation d'un moment culturel important.

Par ailleurs, dans les pays dits tiers, notamment le Maroc, la question de l'objet en tant que patrimoine est régie par des normes et des lois spécifiques qui établissent des critères de sélection. « Selon la loi 22.80, les objets qui présentent un intérêt particulier pour l'art, l'histoire ou la civilisation du Maroc peuvent être inscrits ou classés comme patrimoine »⁵⁴. L'objet patrimoine peut ainsi prendre plusieurs perceptions, qui varient selon chaque culture ou pays, mais dès son entrée au musée, il devient un régénérateur d'histoire, « un médiateur entre deux réalités, entre un passé et un présent, entre une réalité historique et culturelle » (Stransky, 2015: 112). Au Canada, par exemple, existe diverses communautés, chacune a ses propres visions de l'objet patrimoine: les premières nations par exemple, considérées comme les premiers occupants du territoire canadien⁵⁵, perçoivent l'objet comme « un élément sacré qui représente la spiritualité » (Tremblay et Miège, 1998: 155). L'objet doit être exposé selon

⁵⁴(Voir) le site du Ministère de la jeunesse, de la culture et de communication : <https://www.mjcc.gov.ma>, consulté le 29 décembre 2022.

⁵⁵Les premières nations sont également appelées autochtones, aborigènes, ou peuples natifs.

des critères et un rituel spécifique⁵⁶. Certains objets à caractère cérémoniel⁵⁷ sont pour les premières nations, des objets sacrés qui ne peuvent faire l'objet d'une exposition⁵⁸. Représenter les premières nations n'est donc pas une tâche facile, elle nécessite avant tout, et comme l'affirme bien Stransky, une recherche sur leurs caractéristiques culturelles, patrimoniales, artistiques et humaines, sur les objets qui peuvent selon leurs croyances, être exposés ou pas afin d'éviter les tensions et les conflits (entre public et musées). Selon Gaëtan Tremblay et Bernard Miège, « certains musées, comme celui de l'histoire au Québec, présente la culture autochtone sans réellement se rendre compte de ses particularités culturelles. Le musée oublie parfois qu'il s'agit d'une culture non-occidentale, ayant certaines spécificités qui diffèrent de celle canadienne » (Tremblay, 1998 : 148).

La sélection des objets doit donc respecter la sacralité de ces derniers et « les objets doivent être présentés différemment » (Tremblay et Miège, 1998 : 148-149). Les premières nations rejettent le musée. parce que, d'une part, il ne reflète pas leurs attentes ni même leur identité. D'autre part, le musée présente une exposition permanente, qui après une période de sa visite, devient habituelle pour les publics voire moins attirante. Selon Jacques Cuisin, « la permanence des expositions provoque chez le public un sentiment de déjà-vu, une répétition visuelle qui s'exprime par un rejet ou un non-retour à l'institution muséale »⁵⁹ (Cuisin, 2018: 28). Semontrent répétitives, ces expositions attirent moins de public fidèle que de public

⁵⁶Les autochtones détiennent « des rituels de purification, comme les fumages avec des plantes ou bien les offrandes de tabac qui contribueraient indirectement à préserver les objets des insectes ». (Tremblay, 1998:152). Ils procèdent également à des inspections régulières selon un cycle prédéfini afin de vérifier que les objets ne subissent pas de détérioration.

⁵⁷Tremblay François, affirme que les objets cérémoniels sont isolés dans les réserves ; ils ne sont ni photographiés, ni publiés ; Ils ne sont ni exposés au musée, ni sur Internet ; ils ne sont pas montrés aux chercheurs sans l'autorisation préalable de la communauté. Toutefois, pour présenter certains objets à caractère cérémoniels, les musées demandent à des artistes de créer des objets similaires, mais non authentiques. Il s'agit de copies de ces objets.

⁵⁸De nombreux musées ont essayé d'exposer le patrimoine et la culture autochtone. À titre d'exemple, le Musée de l'histoire au Québec, ouvert en 1856, explore les différentes facettes de la culture autochtone.⁵⁸Il présente l'exposition permanente « Au cœur des premières nations », qui retrace l'histoire des peuples Inuits.⁵⁸L'exposition tend à travers son discours, à mettre en valeur la culture de ces communautés, à dégager les aspects de leurs croyances et modes de vie.

⁵⁹Dans l'exposition permanente, le visiteur est à la fois comblé par une vue d'ensemble, une présentation synthétique, qui représente le musée. Or, il est au sein de ses expositions un être frustré, il cherche à comprendre les messages transmis, il reste sur sa faim, car ses présentations ne leur permettent pas d'aller au fond de la réflexion.

curieux. «Une seule visite ou deux à l'exposition permanente suffit pour avoir une idée globale de la future programmation » (McLoughlin, 1999 : 92). Les publics se retrouvent devant des expositions où l'objet perd son attrance, sa valeur, et parfois même son sens⁶⁰.

De nombreux publics, dont ceux des premières nations, revendiquent des institutions plus innovantes, qui respectent leurs héritages et qui répondent à la fois à leurs besoins. Certains musées, ont pensé à mettre en place des expositions dites «semi-permanente» afin de résoudre les problèmes de la longévité des expositions. En Suisse, par exemple, «le Musée National de Zurich expose ses collections sur une durée de 5 ans, contrairement à l'exposition permanente qui dure jusqu'à 10 ans. Le but du musée est de minimiser le temps d'attente des publics qui critiquent la longévité des expositions »(McLoughlin, 1999 : 93). Cependant, cette institution n'a réussi sa mission d'attirer des publics que lors d'une nouvelle exposition comme si les visiteurs étaient en attente de nouveautés.

Selon Axel Honneth, «un visiteur qui connaît déjà l'exposition, ne peut pas se rendre fréquemment à celle-ci, car il a déjà une idée globale du lieu et de son contenu »(McLoughlin, 1999: 94). La permanence et la semi-permanence des expositions, sont perçues par Honneth, comme des formes de stagnation du musée⁶¹, comme un temps d'arrêt d'exposition qui n'est en mouvement que lorsqu'il s'achève laissant place à une nouvelle exposition» (McLoughlin, 1999 : 95). Neil Macgregor critique la vision d'Honneth en affirmant que «la permanence et la semi-permanence des expositions ne peuvent être vu comme des formes de stagnation, mais plutôt comme « des éléments d'un écosystème muséal plus large qui cherche à équilibrer la préservation du patrimoine avec l'engagement et l'éducation du public» (Macgregor, 2021 : 157). Pour ce dernier, « les expositions permanentes offrent une stabilité nécessaire qui permet aux visiteurs de se connecter avec le patrimoine sur le long terme»(Macgregor, 2021 : 157). Certes, la plupart des publics

⁶⁰L'objet comme élément primordial au sein des expositions ethnographiques et permanentes, doit faire face à de nouveaux défis. L'objet doit regagner l'intérêt des publics, il doit être un élément significatif, sa présence doit plus ou moins, donner un sens et une valeur au lieu. Le musée est dans ce cas, tenu de trouver des solutions quant au rejet des expositions permanentes. Il doit se réinventer, créer de nouvelles expositions capables de réconcilier le public à son milieu muséal. Le visiteur doit en quelque sorte, se transformer d'un simple spectateur d'expositions à un acteur de sa propre visite.

⁶¹Le musée de l'histoire au Québec a en décembre 2011, connu sa plus grande baisse : «De 46 % de visite en 2010 à 18 % en 2011 ». ⁶¹Ces chiffres témoignent d'un certain désengagement des publics qui après avoir découvert l'exposition ne s'y retournent plus.

considèrent ce type d'expositions comme non-représentatives, comme ennuyantes ou consommées et recherchent des expositions actives, qui se renouvellent, qui leur permettent d'aller au fond de la réflexion. L'irreprésentabilité des expositions permanentes et semi-permanentes à provoquer diverses tensions aux musées, notamment auprès des publics exclus. Il fallait donc aux musées de trouver des solutions à ces problèmes. Le Musée de la Civilisation au Québec (MCQ) est venu dans ces sens, pour résoudre ce genre de problèmes.

« Il est l'un des premières institutions à avoir défendu la place du public au musée en cherchant à se réconcilier avec les publics en biaisant la permanence des expositions et en proposant l'exposition temporaire comme modèle. »⁶²

L'exposition temporaire est, en effet, appréciée pour sa capacité « à renouveler l'intérêt du public et à présenter des sujets d'actualités où les collections ne sont pas disponibles de manière permanente. Elle centre son intérêt sur le public au lieu de l'objet patrimonial et traite des sujets en lien avec la société et ses préoccupations » (Macgregor, 2021: 158). L'exposition temporaire comme l'affirme Macgregor installe l'idée qu'il faut conquérir le public, l'intéresser, le faire venir, et même revenir au musée. « Elle représente une quadruple innovation : d'abord muséale, car elle réunit en un seul lieu des œuvres éparpillées dans le monde, cachées dans des réserves ou prêtées par des propriétaires » (Gobet Drouguet, 2003: 23). L'exposition temporaire « offre à un public de curieux, pour un temps limité, un ensemble habituellement d'objets muséaux. Elle est destinée à se renouveler rapidement; au point que le musée dépourvu d'exposition temporaire est comme un phélinou « fermé ou en panne en quelque sorte » (Cuisin, 2018: 30). La politique culturelle du MCQ prouve sans ambiguïté qu'il bascule vers l'événementiel et l'éphémère tout en entrant de plus en plus dans l'économie marchande⁶³. Les publics du MCQ viennent et reviennent au musée comme ils le font pour le théâtre, le festival ou le cinéma, car ils y passent toujours quelque

⁶²La logique de production d'expositions temporaires concerne un grand nombre de musées à vocation sociale qui évoquent un désir de représentativité. Selon Daniel Jacobi, « les expositions temporaires ont pour objectif de rapprocher les communautés ; aborder des sujets sociaux, pour finalement causer un changement » (Jacobi, 2012 : 140).

⁶³Comme nous l'avons déjà mentionné dans la théorie économique, les musées jouent de plus en plus un rôle économique et acquièrent une valeur marchande. Un musée peut être représenté comme une unité économique (comme une entreprise), considéré sous l'angle de la relation entre ses intrants (collections, budget, employés) et sa production (chiffre d'affaires, expositions, présence médiatique, publications scientifiques). Dans ce cadre, on peut également étudier l'effet des musées sur les autres secteurs sur le plan de l'emploi ou du chiffre d'affaires généré.

chose (...).» (Cuisin, 2018: 33). En favorisant la temporalité des expositions, le MCQ traite des thématiques sociales comme la mort, la vieillesse, la beauté, la santé, l'éducation, etc. Les sujets choisis sont universels, sans limites géographiques, temporelles et culturelles. Ils s'adressent en premier lieu aux femmes, aux hommes et aux enfants et touchent directement leurs attentes. Ce musée présente également des expositions permanentes dont l'exemple le plus célèbre est «Nous les premières nations ». Cette exposition, «inaugurée en 1998, reflète les réalités urbaines et contemporaines des autochtones, notamment Inuits, leurs rapports au territoire, leurs productions artistiques et leurs relations avec les non-autochtones» (Cuisin, 2018: 36). Le MCQ combine ainsi le permanent au temporaire où chaque espace présente un type d'exposition différent. «Il répartit ses espaces en deux: un espace particulièrement dédié aux expositions permanentes, à l'histoire et à l'ethnographie, et un autre dédié aux expositions temporaires et au traitement des sujets sociaux »⁶⁴. Ainsi, le musée parvient à adopter un certain équilibre: il garde ses premières fonctions de conservation et d'exposition permanente du patrimoine, tout en attirant de nouveaux publics par le biais de la temporalité⁶⁵. L'objectif est de représenter l'identité et l'héritage des visiteurs, les inciter à revenir constamment au musée, réussir à capter leur intérêt, et à augmenter le nombre de visite.

Cependant, malgré les changements des formes d'expositions ou même de présentation, les premières nations perçoivent le MCQ comme «une construction occidentale conçue pour répondre à des besoins non-autochtones. Le musée semble pour les premières nations, répondre à des objectifs économiques » (Cuisin, 2018: 37). Il traite des thématiques sociales pour finalement augmenter son nombre de fréquentations et de revenus. Le rôle du musée n'est pas saisi par les premières nations; comme le rappelle l'artiste et sociologue Guy Soui Durand, «le musée est perçu par les peuples premiers comme un mouvoir, une vitrine dans laquelle la vitalité des cultures matérielles se tenferme et éteinte» (Mayrand, 1985:

⁶⁴ Les informations sur le site officiel du musée canadien de l'histoire : <https://www.museedelhistoire.ca>, consulté le 8 janvier 2023.

⁶⁵ En effet, l'institution muséale est toujours ce lieu scientifique, en relation avec un patrimoine dûment collecté, étudié ou exposé et qui en quelque sorte, résiste au temps, institue le devoir de mémoire, et perpétue la transmission des objets et de la culture symbolique. L'exposition permanente quelle que soit sa problématique, reste primordiale au sein du musée ; car elle reflète l'héritage patrimonial, l'histoire et l'identité des publics. Dans ce cas, afin de garder l'existence du média permanent tout en attirant de nouveaux publics, les expositions doivent plus ou moins, répondre aux attentes des visiteurs, elles doivent être des moyens d'inclusion et de représentation sociale.

203). C'en est d'ailleurs pas un hasard si de plus en plus de communautés cherchent à se doter de leur propre musée ou centre culturel. C'est pour cela que les premières nations défendent l'idée d'une appropriation muséale, ils souhaitent gérer leur propre musée aussi bien sur le plan architectural que sur celui de l'organisation de l'espace intérieur et des stratégies d'expositions et de présentations. Cette dynamique de revendication, ne concerne pas uniquement les premiers occupants du Canada, même les migrants revendiquent cette situation. Cette catégorie de public fortement présente en occident, «réclament son droit de représentation et d'inclusion aux musées » (Castellano, 2011: 223). Pour intégrer ces catégories, de nombreux pays ont créés des musées dits d'immigration. Ces derniers, «ont pour objectif de mettre en valeur le rôle de l'immigration dans la société d'accueil. Au Canada, par exemple, le premier musée de l'immigration a été fondé en 1999, suite aux revendications culturelles des premières nations »⁶⁶ (Castellano, 2011 : 224).

Pour l'état canadien, cette initiative est un pas vers la réconciliation et la compréhension mutuelle entre les peuples natifs et migrants en mettant en lumière les histoires et les expériences souvent négligées ou marginalisées dans le récit historique dominant. En France, «le musée de l'histoire de l'immigration, ouvert au public en 2007, propose des expositions permanentes et temporaires qui explorent les contributions des immigrés dans la société française» (Castellano, 2011: 225). Il offre un espace pour comprendre les migrations humaines et pour reconnaître ces catégories comme faisant partie de la société française. Ce musée représente donc une « réaction contre les crises de rapports entre le public et le musée » (Castellano, 2011 : 226).

Pour l'état français, «la création d'une telle structure représente une forme de réconciliation et de reconnaissance des publics exclus » (Dorais, 2004 : 419-420). Il s'agit de reconnaître au présent et dans le passé, le rôle des immigrés dans la société française. « Le musée de l'immigration remet en cause les récits traditionnels au profit de groupe minoritaire qui trouveraient leur place dans un récit renouvelé, dont ils étaient jusque-là absents» (Mc Loughlin, 1999 : 92). En mettant l'accent sur les histoires personnelles et les expériences des immigrants, le musée vise à favoriser une meilleure compréhension des enjeux migratoires et à célébrer la diversité culturelle. Pourrions-nous dire dans ce cas, que le musée de l'immigration est une solution représentative pour cette catégorie de publics ?

⁶⁶Les premières nations sont considérées par l'état canadien, comme les premiers migrants du Canada.

2. Essai de représentation

Le musée de l'immigration, en tant que modèle muséal, a été créé pour répondre aux demandes des migrants. Réflète d'une politique d'inclusion des divers publics, « ce musée cherche à travers ses expositions à retracer le parcours des publics en présentant des expositions qui mettent la lumière sur l'apport des cultures étrangères dans la célébration de la diversité culturelle dans la société d'accueil » (Castellano, 2011: 223). Les expositions montées tentent de déconstruire l'image figée que les publics ont sur les migrants et les autochtones à travers une sélection d'objets, de messages et des thèmes appropriés. La vigilance devrait être ici de mise, car la simple erreur peut parfois provoquer des tensions entre les peuples. Parce qu'il défend un public exclu de la société, le musée de l'immigration est un défenseur de droit, un médiateur et un conservateur du patrimoine. En tant que médiateur, « il facilite le dialogue entre les communautés immigrées et la société d'accueil à l'aide d'expositions, de conférences et d'ateliers qui encouragent la réflexion et la conversation sur des sujets tels que l'identité, l'appartenance et la citoyenneté » (Castellano, 2011: 224). À titre d'exemples concrets, le musée de l'immigration au Canada, présente à son tour, une exposition permanente dite « sous la peau d'un autochtone »⁶⁷ qui met à disposition des visiteurs une variété d'objets ethnographiques. « L'exposition retrace l'histoire des peuples Métis, leurs premières migrations au Canada et leurs modes de vie et croyances » (Castellano, 2011: 223). À travers la présentation du patrimoine Métis, elle cherche à montrer la culture de ces peuples dans l'objectif de représenter leurs identités et transmettre leurs savoir-faire.

Cependant, même dans ces expositions censées représenter la mémoire autochtone, « règne le plus profond silence sur la réalité même de l'immigration » (2011: 223).. En effet, les migrants de l'Europe, ont été plus mis en avant par le musée au détriment des autochtones. Selon Michel Foucault, « les discours du musée seraient contrôlés par les règles de l'exclusion. La distinction entre européen et autochtone au Canada, donnent un indicatif sur la situation socio-économique de chacune des populations. Les européens vivent dans des conditions plus appropriées alors que les autochtones sont plus ou moins négligés de la société » (Foucault, 2019: 198). Être d'origine non-européenne ou « non-blanche », qualifie les communautés autochtones de migrantes. Les premières nations sont au Canada,

⁶⁷(Voir) les informations de l'exposition sur le site officiel du gouvernement canadien <https://www.canada.ca/fr.html>, consulté le 10 janvier 2023.

considérées comme des migrants et non comme les premiers occupants du territoire canadien, ce qui par conséquent, contredit les réalités historiques. Pour les autochtones, le musée de l'immigration doit avant tout, s'adresser aux Canadiens puisque ce sont eux les migrants. Les premières nations sont les premiers à poser leurs traces au Canada d'où le statut de migrants paraît selon eux, irrationnel voire dominant et injuste. Si par exemple, les Inuits sont des migrants originaires de l'Alaska, leur présence au Canada a précédé celle des Canadiens. Ces derniers, sont donc des intrus qui, par leurs pouvoirs dominants, ont pu s'approprier la terre des autres. Certains Canadiens oublient même leurs histoires ou parfois l'ignorent, sauf que la réalité historique affirme que «ceux qui ont le moins de pouvoir deviennent migrants, assujettis à la dominance des autres » (2019: 198-199). Conscients de leurs droits et de l'importance de leurs patrimoines, les autochtones revendiquent la préservation des traces de leur passé pour pouvoir maintenir leur existence sur le territoire canadien. C'est également le cas des migrants des États-Unis qui manifestent contre l'institution muséale et revendiquent leurs droits d'appropriation du patrimoine, d'égalité, d'intégration et de participation aux activités culturelles et artistiques.«Ils sollicitent les responsables des musées à revoir leurs politiques culturelles muséales ainsi que leurs stratégies de communication. Les musées dans ces pays, tentent progressivement, de résoudre ces problèmes en pensant à de nouvelles stratégies inclusives capables de réconcilier les publics avec le musée. » (Foucault, 2019: 199).Parviendraient-ils à devenir des espaces inclusifs et représentatifs des minorités ethniques, jusqu'ici exclues ?

3. Vers de nouvelles pratiques muséales inclusives

Certains musées, notamment au Canada et aux États-Unis, décident de prêter attention à la singularité des cultures. « Un groupe de travail composé de professionnels du milieu muséal est constitué. Des membres de l'Association des musées canadiens (AMC) et des représentants de l'Assemblée des Premières Nations (APN) se réunissent afin de discuter des relations que les musées devraient entretenir avec les premiers occupants » (Dubuc et Vollant, 2004 : 27). Les professionnels du milieu muséal établissent dans ce sens, un rapport produit par l'APN qui vise à développer des stratégies collaboratives⁶⁸ facilitant l'échange et le traitement des thématiques muséales. Collaborer avec les publics permettra selon les professionnels, « d'éviter les conflits ou les critiques désavantageuses, de connaître leurs particularités, ce qu'ils veulent exposer ou pas, des'ouvrir sur leurs croyances et traditions »⁶⁹ (Dubuc et Vollant, 2004 : 28). Le rapport aborde aussi les conditions de conservation, de présentation, encourage l'implication des publics et « suggère la transformation des musées en un espace forum. Ce dernier, préconise une nouvelle façon de communiquer avec le public en organisant des journées d'échanges et de débats incluant les diverses préoccupations des publics » (Dubuc et Vollant, 2004 : 29). Le rapport marque le début d'une nouvelle ère de collaboration et de partage des connaissances.

Par ailleurs, « le rapport de la commission pour la vérité et la réconciliation (CVR) propose des mesures de protection du patrimoine. Il rappelle la responsabilité des musées à l'égard des publics migrants et autochtones, dans la transmission de leurs cultures, patrimoines et langues » (McLoughlin, 1999 : 97). Ces rapports mentionnés, représentent à

⁶⁸Les démarches collaboratives apparaissent comme le mode d'action central des muséologies sociales qui proposent un nouveau rapport à la culture et au patrimoine. Les collaborations se retrouvent dans toute sorte de muséologies sociales dites « coopératives, participatives, communautaires, populaires, actives, etc. ». Ces notions sont souvent employées les unes pour les autres. Elles visent notamment à faire ressurgir les « racines de cultures englouties » selon l'expression de De Varine.

La définition du courant de la « muséologie participative » d'après le lexique du MINON est celle qui associe une population et des professionnels du musée au travail du musée dans un esprit de démocratisation, reconnaissant le droit à chaque individu d'avoir accès aux pratiques culturelles muséales.

⁶⁹Plusieurs ouvrages confirment ses compagnes de collaborations entre les musées et les publics. Nous citons à titre d'exemple, Michael Ames, qui promulguait une muséologie dite « coopérative » (1971), suivi par Henri Clavir (1987), Kate Hill (1981), Phillips Uzel (1988), Robert Janes (1991), Vincent Robitaille, (1997), Laura Peers (2000), pour ne citer que quelques noms, et plus récemment par Dubuc et Kaine (2010). Ses ouvrages visent à décoloniser les pratiques muséales, de se détacher de l'esprit dominant-dominé qui se montre plus ou moins présent dans les musées en occident notamment en France et au Canada. Ses ouvrages montrent que les musées expriment un grand intérêt pour sois disons le vivre ensemble.

notre sens, un appel à l'action. Les musées sont considérés comme une voie possible vers une réconciliation entre les peuples. Cette tendance à l'inclusion des publics dans les diverses fonctions muséales, fait preuve d'un changement de pratiques professionnelles. À titre d'exemple, « le musée Ellis Island à New-York a amélioré ses relations avec les migrants en restaurant un grand nombre d'objets patrimoniaux » (Eidelman et Van Praët, 2000 : 30). Il a également mis en place des expositions temporaires qui traitent des sujets préoccupants pour les migrants. Le musée a également « organisé trois ateliers créatifs au cœur desquels les migrants ont travaillé à la conception de dispositifs de représentation pour mettre en valeur leurs objets » (Eidelman et Van Praët, 2000 : 30). Ces pratiques inclusives au regard de leurs distinctions, font à notre avis, appel à la paix sociale, à la lutte contre l'assimilation, à la promotion de l'identité culturelle des publics selon un esprit de réconciliation et de respect mutuel. Les musées ont compris que pour attirer les publics exclus, il fallait avant tout, les entendre, prendre leur avis, collaborer avec eux. La collaboration est donc « une considération, une forme de médiation interculturelle entre le musée et la diversité culturelle des publics. Elle peut prendre plusieurs formes, allant des partenariats avec les publics à des projets internationaux » (Eidelman et Van Praët, 2009 : 34).

Par exemple, les musées peuvent travailler avec des artistes ou des groupes communautaires pour créer des expositions qui reflètent les expériences de ses populations. En France, des institutions comme le Musée du quai Branly et la Cité Nationale de l'Histoire de l'Immigration sont des exemples de la manière dont les musées intègrent la collaboration et la diversité culturelle dans leur programmation. Ces musées « organisent des expositions et des programmes éducatifs qui mettent en lumière les contributions des différentes communautés à la société française et mondiale » (Dubuc et Kaine, 2010: 122). Ils collaborent avec les publics, notamment dans la création d'expositions autour de thèmes qui touchent des questions sociales.

En Suisse, la collaboration dans les musées est également manifeste dans les programmes éducatifs. « Les musées s'efforcent de créer des programmes qui sont non seulement informatifs, mais aussi inclusifs en tenant compte des diverses origines et expériences culturelles des visiteurs » (Dubuc et Kaine, 2010: 123). Par exemple, des ateliers et des visites guidées sont souvent organisés en plusieurs langues pour accueillir les visiteurs internationaux et multilingues. De plus, les musées suisses « collaborent avec des écoles et des universités pour développer des programmes éducatifs qui intègrent l'histoire et la culture

de la Suisse» (2010: 122). Ces programmes visent à sensibiliser les jeunes générations à l'importance du respect et la compréhension entre les différentes communautés.

Au Canada, de nombreux musées ont fait de la collaboration leurs premières démarches muséales. Nous citons (le musée de la civilisation au Québec, le musée des civilisations à Hull, le musée Glenbow à Calgary, et le musée McCord à Montréal). Ces institutions organisent des expositions en partenariat avec les premiers occupants où ces derniers, peuvent intervenir dans le choix des discours et des thématiques abordées. «Ces musées travaillent régulièrement avec des communautés autochtones pour organiser des expositions et des événements qui mettent en avant leur patrimoine culturel et artistique » (2010: 124). En impliquant ces communautés dans le choix des discours et des thématiques, ces musées favorisent une médiation interculturelle qui enrichit l'expérience de tous les visiteurs. «Il s'agit, en réalité, de faire de l'exposition un modèle pour la société pluriculturelle en respectant la différence de chaque individu sous le sceau de la tolérance » (Peers et Brown, 2003 : 86).

Le musée McCord par exemple, conserve et expose le patrimoine ethnographique autochtone. Depuis les années 2000, ce musée «abrite des expositions thématiques qui dévoilent aux publics, la valeur et la richesse culturelle des premières nations. De 2001 à 2017, vingt-quatre expositions thématiques ont été présentées au McCord, dont 12 produites en collaboration avec les communautés autochtones » (Dubuc et Turgeon, 2002: 121). L'exposition «à la croisée des chemins » est un exemple intéressant basé sur le partenariat avec les premiers occupants notamment (Métis et Inuits). « Les artisans autochtones exposent d'anciens objets ethnographiques et produisent des œuvres contemporaines afin de lier entre les traditions passées et les créations actuelles » (Dubuc et Turgeon, 2002 : 122). L'exposition a également permis aux premières nations de proposer des conceptions muséographiques qui répondent aux particularités de leurs patrimoines. L'implication des publics dans la conception muséographique de l'exposition est une démarche qui marque à notre avis, un tournant dans la reconnaissance et la valorisation des diverses cultures. « Cette collaboration permet non seulement de présenter un patrimoine riche et diversifié, mais elle offre également une plateforme pour que les publics puissent raconter leurs histoires selon leurs propres termes et à travers le prisme de leurs rituels et traditions » (2002 : 122-123)..

La participation active des premières nations dans le processus muséographique est essentielle pour plusieurs raisons : «Tout d'abord, elle assure que les objets et les artefacts sont exposés d'une manière qui respecte leur signification culturelle et spirituelle.⁷⁰ Elle enrichit également les expositions en intégrant des narrations multiples et des points de vue diversifiés» (2002: 123). En impliquant ces catégories de publics dans la scénographie par exemple, le musée garantit que ces objets seront manipulés et présentés avec le respect qu'ils méritent. A notre avis, cette approche permet également de dépasser les narrations traditionnelles. Les premières nations ou migrants ont ainsi l'opportunité de mettre en lumière leurs récits, souvent marginalisés ou ignorés dans les discours dominants. Cela, comme le confirment Dubuc et Turgeon, contribue à une meilleure compréhension et appréciation de la complexité de leur histoire, de leurs systèmes de connaissances et de leurs contributions à la société. De plus, «la conception muséographique qui intègre les rituels et les pratiques des premières nations ou migrants, favorise une expérience immersive pour les visiteurs. Elle permet aux publics de s'engager d'une manière qui stimule les sens et qui invite à la réflexion » (Dubuc et Turgeon, 2002 : 124).

L'implication des publics dans la conception muséographique est une pratique exemplaire qui ne fait pas l'exclusivité du Canada. D'autres pays, en Europe intègrent ces pratiques. Le musée national de l'histoire de l'immigration en France, par exemple, s'engage à faire participer les publics. «Il cherche à être un lieu de reconnaissance, un espace pluriel où les publics expriment leurs points de vue » (2002: 124). Les expositions mises en place par le musée, proposent de réunir divers points de vue et permettent aux publics de participer aux activités muséales. « Elles sont pensées comme un modèle supérieur à l'exposition ethnographique traditionnelle fortement présente dans les musées en France, et qui présente seulement le point de vue du conservateur ou du concepteur-muséographe » (Castellano, 2011 : 233).

Au musée de l'immigration en France, l'implication des publics migrants laisse selon Castellano, entrevoir une meilleure forme d'exposition. Ce modèle d'exposition, est qualifié en anglais de « multivocal » et se traduit en français par « plurivocalité ». De nombreux auteurs comme Elise Dubuc et Laurier Turgeon définissent la plurivocalité « comme

⁷⁰Cela est particulièrement important pour les objets qui sont considérés comme sacrés ou qui ont des utilisations cérémonielles spécifiques.

«l'intégration des voix de tous les groupes culturels concernés au sein des expositions muséales» (Dubuc et Turgeon, 2002 : 125). Ils supposent que la prise en compte des points de vue des publics rend les expositions plus honnêtes, plus démocratiques et plus transparentes. La plurivocalité dans le contexte des musées, « signifie que les expositions et les programmes ne sont pas dominés par une seule autorité ou perspective culturelle » (Dubuc et Turgeon, 2002: 126). Elle reflète selon les auteurs, une variété de points de vue, en invitant des membres de différentes communautés à contribuer à la narration et à la présentation des œuvres. Cela peut inclure des collaborations avec des artistes, des historiens, des publics, qui peuvent offrir des interprétations alternatives ou complémentaires des collections. «L'objectif de la plurivocalité est donc de donner la parole à ceux qui ont été historiquement marginalisés ou ignorés dans les récits muséaux » (2002 : 125).

4. Un modèle muséographique d'intégration

L'ouverture des pratiques muséographiques dans les musées, « l'hybridité des supports, des discours et des disciplines artistiques s'avère être une tendance actuelle en muséologie » (2002: 130). Les musées en occident développent de plus en plus de nouveaux moyens d'inclusion des publics, de nouvelles façons de se rapprocher des peuples exclus.

«Les publics sont considérés comme le premier pôle d'interaction. Ils peuvent interagir avec les artistes, les concepteurs, les contenus exposés » (Desvallées et Mairesse, 2011 : 123). Ils ne sont, comme l'affirment Desvallées et Mairesse, plus des récepteurs incompetents, mais des sujets dotés d'une compétence communicationnelle. Cette dernière, est pensée comme un «cadre à la fois affectif, cognitif et social, qui va permettre aux visiteurs d'appréhender ce que leur propose l'exposition» (2011:123). Il est alors normal que l'interaction entre visiteur et exposition soit définie par les auteurs comme une appropriation qui vient répondre à une ou des stratégies communicationnelles. Les musées en occident s'engagent dans le processus d'affirmation des publics marginalisés. «Exposer l'histoire et le patrimoine d'un peuple, n'est plus exclusivement associé à un passé lointain par la présentation d'objets traditionnels, mais plutôt perçue comme une réalité vivante et toujours actuelle par le biais de la création artistique contemporaine, par le bon choix du discours et de techniques de communication»

⁷¹(Foster, 2013: 89). L'objet, comme nous l'avons déjà mentionné, lorsqu'il est intégré dans des créations artistiques ou présenté à travers des discours et des techniques de communication acquiert une nouvelle dimension. Il ne se limite plus à sa définition de simple témoin du passé, mais devient un élément de dialogue culturel actuel. « L'objet devient un symbole de l'identité culturelle, un marqueur de l'histoire sociale et un instrument de l'éducation. Il devient un point de départ pour des conservations sur l'identité, l'appartenance et le changement » (Foster, 2013 : 91). Ainsi, pour analyser les rapports entre objets et publics, il s'agit d'observer les réactions des visiteurs afin de mieux prévoir les effets de l'exposition sur eux. L'observation des visiteurs, comme nous l'avons déjà mentionné, permet d'obtenir des informations globales sur ceux-ci, « une prise en compte de l'exposition en évitant toute conception pouvant s'opposer aux attentes des publics, à leurs savoirs ou identités en développant des discours célébrant le vécu des publics, et attentifs à leurs psychologies différentielles et leurs réactions » (2013 : 27).

Dans ce sens, l'observation et l'étude préalables des publics, sont nécessaires pour éviter les tensions ou critiques, et déconstruire les préjugés qui stigmatisent les publics. L'étude des publics permet dans ce sens, de connaître les aspirations, les besoins, et les caractéristiques socioculturelles des visiteurs. Elle permet également d'inscrire leurs politiques dans un contexte de réconciliation, d'échange et de reconnaissance des publics. Ainsi, les thèmes décrits ici, démontrent une évolution positive des pratiques muséales. « Plus qu'un simple échange entre le musée et son public, la collaboration et l'implication des visiteurs deviennent des modes de pensée et d'action propres aux musées. Cet intérêt pour le public évolue en permanence vers une représentation des diverses identités culturelles à qui il faut proposer des contenus qui répondent à leurs particularités » (2013 : 94).

⁷¹Pour Stephen Weil, le McCord, est considéré comme « une zone d'échanges » provoquant parfois des tensions et des conflits. Il a donc intérêt à être à l'avant-garde des enjeux politiques et sociaux actuels. « Il lui incombe finalement de se centrer sur les particularités identitaires des publics et sur les pratiques professionnelles renouvelant ainsi son rapport à la société » (Weil 2002 : 76).

5. Les enjeux du musée actuel

Représenter les publics exclus nécessite un important travail de recherche, de réflexion, de conception, de collaboration et d'inclusion, comme enjeux majeurs. Si les premières nations, par exemple, revendiquent leur représentativité par les musées, c'est parce qu'ils rejettent l'idée d'un récit unique et homogène de l'histoire et de la culture et une vision monoculturelle du monde⁷². Ainsi, pour représenter la diversité des publics, les objets doivent être porteurs de « Voix des publics », « c'est-à-dire, qu'ils ne peuvent pas être exposés, sans le consentement des publics » (Tremblay et Miège, 1998: 155). De nombreux concepteurs de musées en Europe ou en Amérique, « tentent de laisser aux publics le choix de collectionner ou de présenter les objets »⁷³ (Soulier, 2015: 52). Ils cherchent à responsabiliser les publics afin d'éviter tout jugement de leurs parts.

Les publics, choisissent eux-mêmes les objets à exposer et la manière dont ils seront présentés. Ils sont donc entièrement responsables de leurs choix. Par ailleurs, et dans le cadre de la représentation des publics exclus, certains musées tentent d'aborder certains sujets qualifiés de censurés, des thèmes sensibles pour les publics comme la question de la spiritualité. Pour François Tremblay, « le caractère sensible de la spiritualité devrait être respecté par les musées en évitant les descriptions trop détaillées de certaines pratiques rituelles, en valorisant plutôt le récit des expériences personnelles ». (Tremblay et Miège, 1998: 155). Les thèmes de la spiritualité, de la religion et des traditions en général, sont considérés par les auteurs, comme des sujets délicats à aborder, mais aussi à représenter au sein des expositions. Afin de traiter ce genre de thématiques sensibles, différents concepts ont été proposés par les musées : par exemple, « le musée canadien de l'histoire propose d'abriter différentes expositions temporaires, qui représentent les trois religions autochtones (amérindienne, inuite, et chrétienne)⁷⁴ » (Soulier, 2015: 54). Ces dernières, ont été traitées de la même façon, sans distinction et d'une façon complémentaire. « Le musée canadien de

⁷²Par exemple, les autochtones rejettent l'idée qu'ils forment un seul groupe ethnique homogène. Ils se définissent Inuits, Métis et Indiens, chacune des communautés à ses propres spécificités culturelles et qui doivent être mis en valeur aux musées.

⁷³Nous citons à titre d'exemple le Mucem à Marseille qui adopte des approches participatives où les publics peuvent suggérer des thèmes d'expositions ou voter pour des objets particuliers à inclure dans les collections permanentes ou temporaires.

⁷⁴Nous citons les expositions « The spiritual life », « Mythologie inuite », « Mythes et croyances » au musée canadien de l'histoire.

l'histoire souhaite à travers ses expositions, égaliser les croyances des premières nations et dévoiler l'importance des objets religieux » (Franco, 2021: 254). L'entrée de la religion au musée exprime selon Tremblay, « la volonté des concepteurs d'aborder les croyances des peuples. Un sujet qui doit être traité en profondeur, d'une façon qui respecte les spécificités de chaque religion » (Tremblay et Miège, 1998 :158). Ils'agit d'un thème « débat » qui peut être la source de conflits s'il est mal transmis ou interprété⁷⁵. À côté des sujets sensibles comme la spiritualité, les musées en occident traitent des sujets sociaux et préoccupants pour les publics. Des thèmes comme (l'immigration, l'exclusion sociale, l'environnement, etc.). Aborder divers sujets nécessite pour les concepteurs des musées, de mettre en place des outils muséographiques qui faciliteront la compréhension et l'inclusion des publics.

6. Les NTIC: des dispositifs communicationnels inclusifs

L'expérience communicationnelle des musées permet de « déconstruire les frontières entre expositions et visiteurs. Ces derniers, peu importe leurs nationalités, langues, catégories sociales ou situations (ex. Handicap), peuvent grâce à des outils muséographiques, comprendre le message et le sens de l'exposition » (Pomian, 2020: 280). Les nouvelles technologies d'information et de communication sont dans ce cas, indispensables pour les musées. « Elles sont à l'ère de la nouvelle muséologie, perçus comme des outils d'intégration et de participation du grand public » (2020: 282). Lorsqu'il s'agit des premières nations, migrants ou de toutes autres catégories sensibles de la société, ces outils numériques (bornes interactives, audio-guides, projection vidéo, etc.) « offrent un contenu plus riche et détaillé permettant d'éviter tout préjugé de la part des utilisateurs » (2020: 282-283). Les tensions pouvant parfois naître aux musées, proviennent souvent d'une mal compréhension de l'exposition, d'un contenu textuel parfois moins claire ou ambigu⁷⁶. Les NTIC peuvent dans ce sens, donner des informations plus riches et pointues. Ils sont considérés « comme des moyens d'approfondissement informatif où l'information n'est pas seulement comprise, mais

⁷⁵Si l'exposition ne respecte pas les spécificités culturelles ou religieuses des publics, ces derniers, peuvent le vivre comme une offense. Ils ressentent toujours cette infériorité sociale. Ils ont toujours tendance à se défendre, à lutter pour leur droit d'expression.

⁷⁶Le texte seul au musée ne suffit plus. Ils'agit de mettre en place des dispositifs qui approfondissent la compréhension des visiteurs. Pour Davallon, Eidelman et d'autres « ce qui manque dans la muséographie traditionnelle est la possibilité d'immersion, de participation et d'appropriation du contenu dont le recours aux NTIC paraît nécessaire.

assimilée» (Gob et Drouguet, 2003: 48). Les NTIC provoquent une forme d'interaction et de participation aux contenus. Certes, l'intérêt pour le public ne cesse d'évoluer vers une vision participative, et chaque individu se sent ciblé par un dispositif numérique parce qu'il facilite la compréhension des contenus abstraction faite de son ethnie ou sa langue d'origine (ex. audio-guides). Dans ce cas on peut dire que les NTIC permettent à la fois l'apprentissage, l'inclusion, et la participation des publics⁷⁷. Cependant, ces mêmes NTIC peuvent parfois être des facteurs d'exclusions pour les publics. Les visiteurs préscolaires, par exemple, trouvent des difficultés à comprendre ou à utiliser des outils multimédias. Ils se sentent considérés par le contenu de l'exposition, c'est aussi le cas des personnes âgées. De même que les NTIC peuvent parfois remplacer le texte de l'exposition ou même à arriver à en détourner le regard des visiteurs.⁷⁸ Ces derniers, en appréciant les outils numériques peuvent désormais, oublier le reste du média. On le voit bien, la partie n'est pas gagnée : les concepteurs des musées se trouvent tiraillés entre la volonté de faire participer les publics exclus par le biais des NTIC et la volonté d'attirer leurs attentions aux contenus exposés. Quelle méthode adopter alors en vue d'optimiser et d'exploiter de nouvelles possibilités de fidéliser les publics.⁷⁹

«La majorité des musées en occident, placent les NTIC à l'extrémité de l'exposition (fin du parcours d'exposition) afin de permettre aux publics de mieux parcourir les espaces, de lire les textes de l'exposition et de se reconstruire un sens» (Gobet Drouguet, 2003: 49). Le

⁷⁷Le musée de Glenbow à Calgary propose une application permettant aux publics de « créer des œuvres en s'inspirant des techniques d'artistes reconnus. Les publics fabriquent des supports à la technique de l'artiste américain Alexandre Calder et créent des objets comme l'artiste français Henri Matisse. Ces applications permettent de comprendre les concepts clés d'une exposition en s'appropriant les codes des œuvres exposées » (Mc Loughlin, 1999 : 101).

⁷⁸Les écrits d'Howard Rheingold (1995), sur les communautés virtuelles et les travaux de Michel Gensollen (2003), sur l'inclusion des publics par le biais des NTIC montrent l'importance des nouveaux dispositifs de communication dans la participation des publics. Les auteurs affirment que l'attrait des dispositifs multimédia, a fait diminuer la valeur du texte. Selon Gensollen, « les publics prennent moins de temps à lire les textes des étiquettes. Ils trouvent que les explications dans les dispositifs numériques (bornes interactives) sont plus approfondies et plus fluides ». Il ajoute, « Malgré l'émergence de dispositifs numériques, le texte reste toujours primordial au sein du musée et garde toujours un public fidèle ». (Gensollen, 2003 : 167).

⁷⁹Dans ce sens, en faisant la différence entre les dispositifs numériques et les dispositifs traditionnels, nous nous retrouvons devant un visiteur qui se forge à une culture muséographique, là où un autre se forge à une culture numérique. Devant un visiteur qui lit des textes de loin et un visiteur qui touche un dispositif pour finalement lire son contenu, nous trouvons que ces deux formes muséographiques ont le même objectif : faciliter la compréhension du sens de l'exposition.

positionnement des dispositifs numériques à la fin du parcours complète certainement le message de l'exposition et aide à rafraîchir les connaissances acquises.

7. Vers d'autres identités culturelles

Si l'accès à la culture est un droit pour tous les publics. Il n'est plus question de privilégier une catégorie tout en rejetant une autre. Chaque citoyen a le droit d'accéder au musée, d'être représenté et reconnu comme partie de la société. En Europe, comme au Canada ou aux États-Unis, les migrants d'Asie constituent une importante communauté, ils sont fortement présents et participent activement au développement de ces pays. D'autres états ont mis en place divers établissements culturels afin d'intégrer cette catégorie de public. Nous citons à titre d'exemple le musée du quai Branly à Paris, qui « évoque l'expérience migratoire des migrants notamment d'Asie. Depuis son ouverture en 2006, ce musée présente des expositions artistiques qui illustrent la culture de l'Asie (...). Objets ethnographiques (...) et créations artistiques évoquant le trajet des migrants et leurs créations » (Franco, 2021 : 143).

Dans cette dynamique d'insertion sociale, les enfants migrants sont également représentés au musée. Nous citons l'exposition temporaire « ligne d'horizon » « qui a été exposée dans différents pays, dont le Canada et à travers plusieurs régions en France. L'exposition propose un parcours ludique pour les enfants migrants en les intégrant dans une situation certainement inégale pour eux, qui touche notamment l'univers scolaire.⁸⁰ » (Roustan, 2007: 42). Le musée organise également, « des ateliers de suivis psychologiques pour les enfants victimes de violence ou autres, des formations académiques, des rencontres pédagogiques afin d'intégrer cette catégorie de public » (2007: 43). Il convient enfin de noter et comme l'affirme Roustan, que cette diffusion de connaissances passe par la mise en place de dispositifs qui facilitent la compréhension des jeunes publics (jeux interactifs ou kit pédagogique, vidéos projection...) et qui, associé à la recherche scientifique, rendent l'exposition plus ludique. Le musée asiatique Guimet à Paris est également un exemple important dans ce sens ; « il propose des programmes éducatifs variés, y compris des formations académiques. Ces programmes sont destinés à enrichir les connaissances des étudiants et des chercheurs tout en rendant l'art asiatique plus accessible au grand public »

⁸⁰ « L'exposition illustre le parcours des enfants migrants, elle dévoile les conditions de leurs voyages, les événements qu'ils ont pu surmonter, ainsi que leurs objectifs migratoires » (Roustan, 2007 : 42).

(2007: 45). De cette manière, les migrants adultes et enfants, pourront plus ou moins, se donner une représentation positive d'eux-mêmes. Il en résulte que les stratégies menées par ses musées, reposent sur «la reconnaissance culturelle, le respect des droits et l'intégration sociale et culturelle des migrants » (2007: 47). Cependant, peu d'immigrés visitent ses musées, la plupart sont aujourd'hui des non-publics indifférents, qui ignorent l'importance des musées. Faute d'études d'évaluation, les attentes et les besoins des publics asiatiques se trouvent loin d'être exhaussés, ce qui explique pourquoi le musée ne s'est pas intéressé aux traditions orales, à la festivité, à la spiritualité, caractérisant la vie de ces publics. Un autre problème réside dans la représentation des identités non asiatiques, notamment arabes et musulmanes. Ici, il existe un parti-pris politique et idéologique qui influence les choix curatoriaux et les contenus des expositions. Les musées peuvent être influencés par des considérations politiques et idéologiques qui privilégient certaines narratives historiques et culturelles au détriment d'autres. Cela peut se traduire par une exclusion ou une sous-représentation des cultures arabes et musulmanes, créant ainsi un déséquilibre dans la diversité des expositions présentées.

Conclusion

Les éléments décrits dans ce chapitre démontrent une certaine évolution des pratiques muséales. «Plus qu'une simple participation culturelle et sociale, les processus de collaboration et de prise en compte des publics, deviennent des modes d'actions propres aux musées» (Gob et Drouguet, 2003: 49). Ces derniers, en tant qu'espace de contacts et de tension, ont intérêt à être à l'avant-garde des enjeux politiques et sociaux actuels. Malgré les acquis, les approches muséologiques sont appelées à faire preuve de plus d'ouverture, de compréhension et d'inclusion des différents publics indépendamment de leurs origines afin d'établir avec eux de nouveaux rapports. Hormis cela, force est de constater que les politiques muséales ont fait preuve de volonté de développer des pratiques pour inclure leurs publics, notamment exclus. Ses démarches sociales représentent une forme de reconnaissance de ses communautés et qui se dévoilent dans les thématiques d'expositions, dans les stratégies collaboratives et dans la prise en compte des divers points de vue. De leur côté, les publics ont commencé à saisir autrement le musée: ce n'est pas seulement un espace de conservation de l'héritage historique, mais aussi un lieu où ils peuvent se retrouver et se représenter ; un espace symbolique où les objets ont un sens et une valeur particulière. Cependant, les responsables des musées sont conscients qu'ils devraient faire preuve d'imagination pour maintenir une attractivité croissante de leurs musées vis-à-vis de leurs publics et pour récupérer les non-publics.

Chapitre II :
Les cultural studies
et leur rôle dans l'évolution des musées

Introduction

Pour les cultural studies, «l'institution muséale est le reflet des idéologies dominantes et des discours historiques officiels. Elle peut servir, dans ce cas, à légitimer certaines narrations tout en marginalisant d'autres.⁸¹ » (Van Damme, 2004 : 32). Selon cette théorie les musées sont des acteurs clé dans la création d'une certaine image de la nation, qui peut inclure «la glorification de certains aspects de l'histoire et de la culture » (2004: 33). Cela soulève des questions importantes sur la représentativité et l'inclusivité, car les musées ont le pouvoir de façonner la mémoire collective et l'identité culturelle. Dans de nombreux pays, «la construction des musées est souvent interprétée comme une démonstration de la puissance et de la richesse culturelle » (2004: 33-34). A travers le prisme des cultural studies, cette démarche peut être analysée selon les propos de Van Damme, comme une affirmation de l'identité nationale et un moyen de consolider et de communiquer les valeurs culturelles d'une nation.

Pour les cultural studies les musées sont non seulement des « lieux de conservation du patrimoine, mais aussi des espaces où se jouent des enjeux de pouvoir et d'identité » (Van Damme, 2004: 33). Mais pour ce courant intellectuel, les musées «peuvent parfois produire des structures de pouvoir existantes, tout en offrant des opportunités pour des représentations plus diversifiées et inclusives, qui reflètent la complexité et la pluralité des sociétés modernes » (2004: 34). Les cultural studies ont, en quelque sorte, bénéficié par leurs analyses et critiques, au développement des musées notamment aux États-Unis. Analyser ces études, nous permettra de saisir les visions des auteurs, leurs critiques par rapport à la question du musée. Ces recherches ont mené vers l'amélioration des musées et notamment dans leurs rapports aux publics.

⁸¹Pour la plupart des publics en occident, les musées nationaux reflètent toujours une culture noble, savante et hiérarchique. Ils perçoivent le musée comme un espace limité à une culture basée uniquement sur l'objet culturel.

1. Les études culturelles

Tout d'abord, la littérature scientifique concernant les cultural studies ou études culturelles des musées n'est pas récente. « Elle est apparue dans les années 1964 à l'Université de Birmingham en Grande-Bretagne » (Thompson, 1991: 32). Parmi les études culturelles des musées, existent de nombreuses études de cas. « Les techniques et méthodes pour l'analyse de cas appartiennent en général à la sociologie, à l'anthropologie, à l'ethnologie, à la socio-sémiotique, mais les fondements théoriques des études culturelles des musées s'appuient sur les travaux de Richard Hoggart, Edward Thompson, Raymond Williams, et Stuart Hall » (1991: 32). Dans le texte « la dialectique de la Raison », publié dans les années 1970 à New York, les auteurs Theodor Adorno et Max Horkheimer, réfléchissent sur la transformation de la vie moderne par la voie des industries culturelles. Une des hypothèses centrales de cet ouvrage est que dans les pays industriels comme les États-Unis, « la culture et l'art sont soumis à la logique de la gestion moderne, à la logique du bénéfice, du contrôle et de l'argent, mais aussi des hiérarchies entre cultures (populaires et savantes, entre un public initié et non-initié) »⁸² (Adorno et Horkheimer, 2017 : 128).

Les cultural studies ont un lien étroit avec la démocratie. « Ce lien se manifeste à travers plusieurs axes, notamment la valorisation de la diversité culturelle, la critique des médias, de l'industrie culturelle, ainsi que l'analyse des pratiques quotidiennes » (Rasse, 2017: 42). La démocratie, « en tant que système politique fondé sur le principe de l'égalité des citoyens, trouve dans les cultural studies un allié pour la promotion de la diversité et de l'inclusion » (2017: 42). Rasse affirme que les cultural studies s'intéressent à la manière dont les cultures sont produites, diffusées et consommées ; elles mettent en lumière les inégalités et les rapports de pouvoir qui peuvent exister au sein des sociétés démocratiques. L'un des apports des cultural studies à la démocratie est la notion de démocratisation de la culture. Cette idée défendue par Mattelart et Neveu, repose sur « la réduction des obstacles d'accès à la culture et la reconnaissance de la valeur des expressions culturelles diverses, y compris celles issues de groupes marginalisés ou minoritaires » (Mattelart et Neveu, 2018: 144). En

⁸² Les études culturelles « nées d'un refus des hiérarchies entre culture savante et populaire, repensent l'ensemble des cultures sous l'angle de la réception et de la remise en question des formes de représentations » (Rasse, 2006: 42). Elles analysent la dynamique des mouvements minoritaires, et montrent comment ces groupes sociaux marginalisés, défendent leurs droits, ainsi que leur place dans la société.

explorant les cultures populaires et en les valorisant, les cultural studies contribuent «à élargir la définition de ce qui est considéré comme culturellement légitime, favorisant ainsi une plus grande inclusion dans le discours démocratique » (2018: 145). Les travaux de Théodore Adorno et Max Horkheimer, par exemple, ont mis en évidence les dangers de la culture savante dans les sociétés, où la culture d'élite peut devenir un outil de domination et de manipulation. Selon Adorno et Horkheimer, une « démocratie saine » pourrait amener les citoyens à une prise de conscience, capable de les rendre « culturellement égaux » et participer activement à la vie culturelle (Adorno et Horkheimer, 2017 : 132). Cette participation, selon Adorno et Horkheimer ne se limite pas à la consommation passive de biens culturels, mais inclut également la création, l'interprétation et la critique. En promouvant une participation active, les cultural studies « renforcent les compétences critiques des citoyens, ce qui est vital pour le fonctionnement d'une démocratie participative » (2017: 132). Le courant des cultural studies part du constat que la culture est un terrain de lutte politique et que les pratiques culturelles peuvent être « des formes de résistance et d'expression politique » (Mattelart et Neveu, 2018 : 148). En étudiant comment les groupes utilisent la culture pour défendre leur identité et leur place dans la société, les Cultural Studies mettent en lumière les dynamiques de pouvoir et les possibilités de changement social et politique.⁸³

⁸³Les Cultural Studies offrent ainsi des outils théoriques et méthodologiques pour comprendre et critiquer les processus culturels dans les démocraties contemporaines. Elles permettent de questionner et de déconstruire les hiérarchies culturelles, « de valoriser la diversité et de promouvoir une participation active des citoyens, ce qui est essentiel pour le renforcement et l'épanouissement de la démocratie » (Mattelart et Neveu, 2018 : 149).

2. Point de vue sur l'institution muséale

Les cultural studies ont également apporté une « contribution significative à la critique des musées, en particulier en ce qui concerne leur rôle dans la société et leur relation avec la culture et le pouvoir » (Mattelart et Neveu, 2018 : 149). Ces critiques, selon les auteurs, se concentrent souvent sur la manière dont les musées présentent l'histoire et la culture, et sur l'implication de ces présentations pour la compréhension et l'appréciation de la diversité culturelle. Dans l'article de Nelson Goodman « the end of museum » ou la fin du musée, l'auteur affirme que l'institution muséale, principalement aux États-Unis, veut se donner une forme de légitimité. Il explique que les musées cherchent à transmettre des messages d'égalité, alors qu'ils construisent leur discours sur la base d'une hiérarchie sociale. Goodman dévoile les paradoxes de l'institution muséale. Pour l'auteur, « le musée croit qu'en mettant l'accent sur la culture noble, il contribue à l'attrait des publics, et que grâce à l'attraction des touristes, il crée des emplois. Il se montre comme un endroit qui fournit du plaisir, alors qu'il ne produit que du loisir » (Goodman, 1998 : 267). Tony Bennett critique dans ses études, la vision de l'ICOMet qui révèle que le musée est une institution « au service de la société » ; pour Bennett, « le musée est plutôt une institution au service du gouvernement. Il sert le pouvoir civilisateur des États en régulant la conduite physique et mentale des individus » (Bennett, 1995: 136). Bennett affirme que le musée est conçu de la même façon qu'une prison contemporaine. L'analogie du musée comme prison est mise en avant par Tony Bennett. Il introduit cette idée à partir du texte de Michel Foucault sur la naissance de la prison. Pour Foucault, « la prison est un endroit d'interdiction et de discipline » (Foucault, 1984 : 62). En effet, selon les hypothèses de Foucault, en prison comme au musée, l'individu est invité à contrôler sa conduite, à ne pas toucher, à garder le silence, à obéir. Au musée comme en prison, le sujet est surveillé. D'après Bennett, « c'est dans cette fonction civilisatrice de contrôle et surveillance que le musée ressemble à une prison » (Bennett, 1995 : 136).

L'argument central dans l'œuvre de Tony Bennett est que le musée, comme « figure institutionnelle, est similaire à la prison. Le musée serait sous cette perspective, un outil régulateur des attitudes et de la forme d'agir » (Bennett, 1995: 138). Le musée comme l'affirme Bennett, serait une institution qui dirige subtilement les mœurs et les formes de fonctionner et de se conduire dans les sociétés. La visite au musée se dessine selon Bennett comme une pratique civilisatrice de la conduite humaine. Le dispositif muséal dirige en effet

la visite, comme s'il s'agissait d'un gardien toujours prêt à enseigner le comportement civil et moral des publics. Le dispositif du musée, d'après Bennett, « est préparé pour conduire le comportement des visiteurs. En conséquence, il y a très peu de visiteurs qui ont le temps ou l'inclination de voir au-delà de ce que les musées montrent. Il y a très peu de visiteurs qui ont le temps et l'envie de se poser la question par rapport au sens et comment le musée expose ce qu'il expose » (Bennett, 1995:140). Pour Bennett, cette action d'ordre de déclassification des objets et des sujets, produit chez le visiteur, des formes rationnelles pour voir les objets. Les musées, dans leur façon d'ordonner et d'arranger l'environnement visuel, créent une façon civique de regarder. D'après l'auteur, cette vision répond depuis longtemps à une grammaire visuelle « visual grammar »⁸⁴ singulière et proche du pouvoir. Le musée n'est pour l'auteur « qu'une machine à produire des récits, à ordonner les discours, les textes et les significations des faits dans le présent » (Bennett, 1995:144). Selon l'auteur, « cette pratique d'arrangement rationnel du musée correspond à la pratique éducative et culturelle de la prison. Le musée est devenu un instrument éducatif et civilisateur dont la finalité reste comparable à celle de la prison » (1995 : 145).

⁸⁴La grammaire visuelle est une approche qui vise à analyser et à comprendre les éléments visuels de la communication et leur fonctionnement. Selon Tony Bennett, la grammaire visuelle peut être appliquée dans divers contextes, y compris les musées, pour interpréter comment les objets et les images sont présentés et perçus.

3. Le rôle disciplinaire du musée

Tony Bennett n'est pas le seul auteur à souligner le rôle disciplinaire du musée⁸⁵. Eileen Hooper-Greenhill a également évoqué la fonction du musée dans une société disciplinée. Pour elle, «le rapport entre musée, savoir et pouvoir est une évidence d'ordre épistémologique dévoilée par Foucault » (Hooper-Greenhill, 1991: 321) Comme l'explique aussi Gordon Fyfe : « La transition du cabinet au musée fut un changement épistémologique : une mutation dans l'espace de la représentation qui a permis de transformer les cultures occidentales » (Fyfe, 2006 : 32).

L'approche critique des études culturelles des musées représentée par les thèses de Tony Bennett, dévoile non seulement le rôle disciplinaire du musée qui consiste à éduquer les publics, mais pose la question du sens de celui-ci. Critiquant l'expérience américaine, cet auteur affirme que les idéologies sont au cœur de la mission des institutions muséales dans ce pays. Il démontre que le développement du musée actuel s'est produit en fonction des stratégies gouvernementales et non pas sur un esprit révolutionnaire et démocratique. Néanmoins, cette critique sur le rôle disciplinaire du musée est « constructive parce qu'elle ouvre la porte vers une perspective réformatrice et réflexive de la culture et des politiques qui entourent le musée; c'est une invitation aux institutions muséales pour devenir moins dépendantes des intérêts des gouvernements » (Fyfe, 2006: 33). Elle invite à connaître les publics des musées, à moins les manipuler et à les représenter. Une autre approche du musée fut développée par la suite : l'approche anthropologique. Elle se définit par « la valorisation des pratiques, des représentations et des significations que dégage l'institution muséale » (2006 : 35).

4. L'approche anthropologique dans les études culturelles des musées

L'approche anthropologique dans les études culturelles, utilise « la méthode ethnographique »
En effet, « l'expertise des anthropologues est cruciale pour déchiffrer les significations

⁸⁵Bennett est peut-être le seul à comparer le rôle disciplinaire du musée à celui de la prison, mais sans jamais affirmer que telle comparaison soit possible dans toutes ses dimensions. L'analogie est valable si on accepte de voir le musée comme un espace destiné à la discipline, l'obéissance ou à « l'orthopédie civile des comportements ». Par contre, le musée à la différence de la prison, n'est pas un espace d'enfermement à temps plein. Il n'est pas non plus un espace dédié à la punition.

complexes et souvent non-écrites qui sont attachées aux objets culturels » (Cervulle et Quemener, 2018: 76-77). Ils aident à contextualiser ces objets dans leurs cultures d'origine, en fournissant des informations sur les pratiques sociales, les croyances religieuses, les structures politiques et les systèmes économiques qui ont donné naissance aux artefacts.⁸⁶En outre, les anthropologues jouent un rôle important « dans la mise en lumière des processus par lesquels les objets sont collectés, conservés et exposés » (Cervulle et Quemener, 2018 : 77). Ils questionnent « les méthodes de collecte et les motivations derrière l'acquisition des objets souvent dans un contexte colonial ou postcolonial, et soulignent la nécessité d'une approche éthique et responsable » (2018: 78). Cette perspective critique comme l'affirment Cervulle et Quemener est essentielle pour comprendre les dynamiques de pouvoir et les relations entre les musées et les communautés dont proviennent les objets. La collaboration entre les anthropologues et les musées a également conduit à une réévaluation des pratiques de représentation. « Les expositions ne sont plus conçues uniquement comme des vitrines d'objets anciens, mais comme des espaces de narration qui racontent des histoires complexes et diversifiées » (Cervulle et Quemener, 2018 : 78-79).

L'intersection entre les études culturelles et l'anthropologie crée un terrain d'étude dynamique et complexe. « Les deux disciplines reconnaissent que la culture n'est pas statique, mais en constante évolution, façonnée par les interactions humaines et les contextes historiques » (Fillaudeau, 2015: 140). Elles partagent « un engagement envers une compréhension approfondie des cultures, non seulement en tant que système de significations, mais aussi en tant que force active dans la vie sociale et politique » (2018: 79). Les études culturelles apportent ainsi aux anthropologues des outils pour analyser les médias, tandis que l'anthropologie offre aux études culturelles « une méthodologie rigoureuse et une longue tradition d'enquête ethnographique » (2018: 79). Ensemble, elles peuvent offrir des perspectives critiques sur des questions telles que l'identité, le changement social, etc. Henrietta Lidchi affirme que c'est grâce aux études culturelles que certaines cultures ont été prises en compte. « Les objets exposés dans les musées au Canada, par exemple, appartiennent en majorité aux peuples autochtones. Ces derniers, avant les études culturelles, étaient presque inconnus des musées » (Lidchi, 1997: 161). Malgré les multiples

⁸⁶ « Les anthropologues en tant qu'experts des cultures humaines, apportent une perspective essentielle à la compréhension des objets exposés dans les musées » (Cervulle et Quemener, 2018 : 76).

revendications des communautés autochtones, c'est grâce aux études culturelles que leurs voix ont été transmises et prises en compte par les musées. Selon Lidchi, les études culturelles ont dévoilé les particularités de ces peuples et leurs cultures. L'ensemble des connaissances issues des recherches culturelles ont conduit les musées à se faire une idée sur les objets, l'histoire et les valeurs des publics ciblés et ont, ainsi, inspirées les musées en occident. Les états ont pu, grâce aux cultural studies, mettre en place différentes stratégies inclusives, dont la création de nouvelles lois et structures muséales.

5. Des stratégies d'inclusions des publics

Ainsi, selon les propos des auteurs, les études culturelles ont affecté les discours des musées et le type de contenu exposé. Elles ont également fait appel au rôle des états dans la protection du patrimoine. Reconnaissant que le patrimoine culturel est un bien précieux qui reflète l'identité et l'histoire d'une nation, les gouvernements ont commencé à élaborer des lois pour sa préservation.⁸⁷ Par ailleurs, à Amsterdam, « l'état du pays a lancé en 1975, la création de nombreux musées de sociétés. Ces derniers, ont eu pour objectif de traiter des sujets qui préoccupent les publics comme: la reconnaissance des différences, l'immigration, le multiculturalisme, et la diversité culturelle et ethnique des peuples (Gagné et Neveu, 2009 : 117). Ces institutions, répondent à la volonté de l'État d'intégrer les diverses catégories de publics, de favoriser l'égalité et le respect des cultures. Dans ce sens, le musée historique d'Amsterdam représente un modèle institutionnel important. « Il a été conçu pour refléter l'histoire néerlandaise, mais aussi celle des migrants en proposant des expositions temporaires, qui représentent ces catégories⁸⁸ » (Perreault, 2017:97). Rebecca Perreault

⁸⁷Aux États-Unis, par exemple, « le gouvernement a mis en place de nombreuses lois, dont la loi fédérale pour la sauvegarde et le rapatriement des objets de 1989, qui oblige les institutions muséales à protéger et à rapatrier les objets aux communautés concernées » (Fillaudeau, 2015 : 142) ; et la loi du 19 mai 1992 relative à la protection, au rapatriement et à la mise en valeur des biens culturels autochtones (NAGPRA). Cette loi reconnaît la valeur des objets culturels, et le droit de représentation et d'inclusion des communautés.

⁸⁸« Le musée, inspiré des « musées forum », tend à rapprocher les communautés en créant une forme de rencontre et d'échanges. Il tend à faire ressortir la « voix des publics ». Le musée historique d'Amsterdam se montre comme un espace d'écoute qui vise à valoriser l'identité des peuples, notamment exclus de la société. Nous interprétons la philosophie du musée comme une tentative d'inclure la voix des publics. Comme la formule Cicognani, « le musée vivant a pour mission de présenter et d'interpréter, par des voix multiples, tous les aspects des cultures humaines » (Perreault, 2017 : 91). Le concept de musée vivant soulève des questions importantes sur la représentation et l'interprétation. Comment présenter fidèlement les cultures et les pratiques sans les figer dans le temps ? Comment impliquer les divers publics au milieu de cette variété de discours et de techniques proposés par les musées ?

affirme que « les publics principalement exclus ont le droit de parler de leurs propres cultures, d'exprimer leurs propres points de vue » (Perreault, 2017: 89-90). Cependant, malgré l'importance de ces démarches et stratégies inclusives, certaines catégories de publics perçoivent encore les musées comme des espaces non-représentatifs de leurs identités. James Clifford démontre que le problème de la représentation ne se situe pas seulement sur un niveau culturel, mais peut inclure des enjeux sociaux, linguistiques, psychologiques, historiques, ou religieux. Clifford précise que « les événements douloureux vécus par certaines catégories de publics, dont les premières nations ou migrants, ont créé chez eux le désir de s'approprier le musée » (Clifford, 2013 : 22).

Ces publics souhaitent sortir de l'idéologie de musée dédiée pour eux, ils optent plutôt pour un musée créé par eux » (Anderson, 2002: 55). Ils souhaitent se doter de leur propre structure muséale. L'appropriation de l'espace est un droit défendu par cette catégorie de publics. « Leur désir d'explorer leur vrai passé et de raconter leur vraie version de l'histoire, fut sans doute l'une des motivations ayant poussé ces publics à manifester pour leur autonomisation muséale » (2002: 56). L'autonomisation culturelle est perçue par les migrants et premières nations comme « une décolonisation historique, un détachement de pouvoir et de rapport dominant-dominé. C'est aussi une forme d'auto-identification du patrimoine » (2002: 58). L'autonomisation culturelle est considérée comme un droit qui ne peut pas être remplacé par des échanges ou des collaborations. Ces publics sont conscients que la meilleure représentation de leurs cultures, c'est celle conçue par eux.

6. L'autonomisation muséale: undroitconquisparlespublics

L'autonomisation muséale est «un concept qui renvoie à la capacité des individus à prendre en main leur propre développement culturel, à exprimer librement leur identité et à participer pleinement à la vie culturelle de la société » (Castellano, 2012: 212). Les publics, souvent marginalisés en raison de leur origine ethnique, statut socio-économique, âge ou handicap, aspirent à voir leur histoire et leurs cultures reflétées dans les institutions culturelles. Face à ce sentiment d'exclusion et à un manque de représentation dans les musées traditionnels, «ils expriment le désir de créer leurs propres structures muséales, où leur patrimoine et leur identité peuvent être pleinement célébrés et préservés » (2012: 213). Pour ces publics, «ces structures visent à offrir un espace où leur culture et récit sont mis en avant. Elles permettent une narration plus inclusive et diversifiée de leur histoire et qui va au-delà des récits dominants souvent présentés dans les musées traditionnels » (Castellano, 2012: 212-213). L'autonomisation muséale vise selon Castellano, à décentraliser le pouvoir muséal en le redistribuant aux communautés qui ont historiquement été marginalisées. Elle encourage la participation active de ces communautés dans tous les aspects de la gestion muséale, de la curation à l'éducation, en passant par la conservation et la programmation. Cela permet non seulement une représentation plus équitable, mais aussi une meilleure compréhension et appréciation de la diversité culturelle.⁸⁹

⁸⁹ Dans ce sens, l'exemple du Navajo Nation Museum and Cultural Center, témoigne la réussite de l'autonomisation muséale. « Ouvert en 1998 à l'Arizona, le musée a été entièrement créé par les indiens. Sa mission, est d'être une passerelle entre le passé, le présent et le futur des tribus indiennes (Navajos) en mettant à disposition des publics des expositions et des programmes centrés sur la culture et l'histoire des Navajos » (Anderson, 2002 : 56). L'institution traite des thématiques sensibles comme la colonisation américaine et le racisme, des sujets qui n'ont probablement jamais été exposés aux musées en vu de leurs caractères sensibles et choquants.

7. Intégration culturelle des minorités: les immigrés

En tant que phénomène marquant, les immigrés constituent une importante communauté notamment en Europe et en Amérique. La ville de Chicago par exemple, « connaît la plus grande concentration de musées en Amérique. Mais elle est aussi connue par sa célèbre école dite « école de Chicago » (Castellano, 2012 : 217). Cette école est connue par son approche innovante en sociologie urbaine et pour ses études sur l'interactionnisme. Elle s'est penchée selon Castellano, sur l'étude des dynamiques socioculturelles dans la ville qu'elle considérait comme un laboratoire social. Le musée national d'art mexicain fut l'un de ces laboratoires d'investigation (NMMA). Ce dernier, fondé en 1987 à Chicago, est « considéré comme le musée latino le plus important de l'Amérique. Il abrite une vaste collection d'art mexicain et d'art mexico-américain » (2012: 218). Le musée tend à désacraliser l'art « en brisant certaines formalités d'expositions et en dépassant le statut que d'autres musées d'Amérique attribuent à l'objet d'art »⁹⁰(Castellano, 2012: 219). Ce musée se veut être un espace forum pour la communauté. Néanmoins, « sous la pression des nationalistes américains et afin d'assurer la gratuité aux visiteurs, le musée d'Art mexicain a dû céder au changement nominal. Il a renoncé à son affirmation identitaire de musée mexicain pour devenir un musée national américain, même s'il continue toujours d'exposer des sujets propres à la communauté mexicaine locale » (Castellano, 2012 : 221-222). L'histoire du changement de nom de ce musée rend compte de l'hégémonie du pouvoir américain. Castellano affirme que « la lutte pour le changement de nom du musée ad'une certaine façon, été menée et gagnée par les nationalistes américains qui inscrivent la collection mexicaine parmi les trésors de la nation américaine » (2012 : 222).

Cette attitude menée par le pouvoir américain, à causer un mouvement de manifestations aux États-Unis. « Les Mexicains rejettent le musée, et la position de l'état qui néglige leurs droits d'appropriations muséales. Cette situation a causé un certain déséquilibre dans la société américaine, une sorte de réformisme contre les pratiques distinctives de l'État.⁹¹ »

⁹⁰Par exemple, une photographie du célèbre artiste Mexicain Alvarez Bravo est susceptible d'être exposée à côté d'un objet artisanal qui n'a pas le statut d'œuvre d'art. Les codes muséographiques sont donc totalement défiés par le musée, là où culture savante et populaire se côtoient.

⁹¹Nous citons également l'exemple du musée mexicain de San Francisco en Californie, qui expose l'art et la culture des peuples mexicains. « Le musée, ouvert en 2021, a été créé pour redonner vie aux relations mexico-américaines. Il expose plus de 16.000 objets d'art mexicain et organise des journées de discussions autour des thèmes suivants: tolérance, racisme, immigration et savoir-faire, etc. » (Kaine, 2018: 70). Cependant, le musée

(Kaine, 218: 70). À Londres, le musée de l'immigration et de la diversité, a été créé en 2011 pour représenter la culture de l'Afrique. « Il expose des collections permanentes sur le passé de l'Afrique et présente des objets royaux, des portraits, des archives photographiques et des manuscrits qui illustrent l'histoire de la domination africaine (esclavage, colonisation, etc.) » (Teulières et Toux, 2020 : 107). Les documents exposés au musée, mettent en scène le racisme des blancs contre les noirs et «les luttes de libération menée par la communauté africaine. Exposer des documents sensibles, along temps fait craindre les musées en occident» (2020: 107). Teulières et Toux affirment que la majorité des institutions muséales évitent d'aborder des sujets à caractère politique ou dominant afin d'éviter les critiques ou les tensions. Les musées selon les auteurs, contentent d'exposer le patrimoine des peuples exclus sans pour autant les interpeller, sans toucher leurs émotions ou leurs réflexions. Le musée de l'immigration et de la diversité dévoile, par contre, la réalité historique des communautés africaines sans pour autant craindre leurs réactions. « Il s'agit d'effacer la douleur du passé en l'exposant. La question de l'esclavage, du racisme, ou de la colonisation, ne doivent plus être une contrainte contre le rapprochement des peuples ou contre leurs réconciliations. Les problèmes de l'histoire sont une chose passée qu'il faut dépasser» (Castellano, 2012: 220). Malgré qu'elles touchent des sujets sensibles qui pourraient susciter des réactions variées et parfois même des tensions entre les visiteurs, ces expositions sont essentielles pour éduquer les publics et les informer sur leurs réalités historiques et les inciter à engager une réflexion et un dialogue sur les injustices passées.⁹² Aux États-Unis, afin d'éviter toute incompréhension des publics, de nombreux musées dédiés aux cultures migrantes ont fait appel aux cultural studies. Les musées américains, jouent dans ce sens, un rôle de premier plan « dans la réflexion sur les enjeux contemporains et dans la représentation de la diversité des expériences et des identités » (2012: 222). Ils s'efforcent de créer des expositions qui reflètent la société américaine et comprennent de nombreuses communautés ethniques et

n'est pas un projet étatique, il n'a été conçu que par des entreprises privées et ne reflète pas la volonté de l'état d'intégrer ces catégories. Les mexicains aspirent une reconnaissance nationale, une prise en compte de leur situation et une intégration dans les secteurs culturels et économiques.

⁹²L'exposition de ce thème doit être faite avec une grande sensibilité et un souci d'équilibre pour éviter de perpétuer les stéréotypes ou de provoquer des divisions. Les musées doivent dans ce cas, travailler avec des historiens, des membres de la communauté pour s'assurer que les histoires sont racontées de manière respectueuse et authentique. L'étude de public ou cultural studies, est sans doute nécessaire pour comprendre l'impact de ce type d'exposition sur les publics et les effets qu'elle procure.

culturelles. Pour ce faire, ils s'appuient sur les études culturelles pour éviter les narrations dominantes et reconnaître les groupes marginalisés.⁹³

Par ailleurs, nous constatons que la question de l'autonomisation muséale est moins posée par les migrants que par les premières nations probablement à cause de leurs statuts d'arrivants et non de premiers occupants. Nous pourrions même avancer que les demandes des migrants se limitent clairement dans leur désir de représentation et d'intégration culturelle et sociale. Il est clair que les communautés migrantes ne contestent pas l'idée de musée, mais plutôt la «représentation hégémonique que le musée a longtemps donné sur eux » (2012: 209). Il s'agit en effet, d'introduire l'altérité dans les politiques de représentation du patrimoine migrant.

⁹³Dans ce sens, le musée chinois-américain, dédié à l'histoire et à la culture chinoise, fait appel aux études culturelles pour comprendre la culture de la Chine, les attentes des publics. Il s'intéresse à la subjectivité des migrants chinois, à la diversité de leurs expériences et au caractère multiple et mouvant de leurs identités. C'est en effet, grâce aux études culturelles que le musée s'est offert une visibilité sur la culture et les publics chinois. Les études culturelles offrent des perspectives critiques sur la manière dont la culture est produite, consommée et vécue, ce qui est essentiel pour les musées qui cherchent à être inclusifs et pertinents pour des publics diversifiés.

Conclusion

Selon ce qui précède, on peut dire que les études culturelles ont permis plus ou moins, de transformer les musées de simples conservateurs d'objets à « des agents actifs de changement social» (Castellano 2012: 221). En mettant l'accent sur les publics exclus ou marginalisés, elles ont encouragé les musées, principalement aux États-Unis à repenser leurs rôles et leurs responsabilités.

L'impact des études culturelles sur les musées « est manifeste dans la manière dont ces institutions s'efforcent aujourd'hui de créer des espaces inclusifs qui reflètent la pluralité des expériences humaines» (2012: 221-222). Les musées sont devenus des lieux où les récits des minorités et des groupes sont représentés, valorisés et où leur contribution à l'histoire collective est reconnue. Cette approche a permis, selon Castellano, de dévoiler des histoires longtemps ignorées ou reléguées à la marge, offrant une vision plus complète et nuancée du passé et du présent. En outre, les études culturelles ont plus ou moins, encouragé les musées à adopter des pratiques plus démocratiques, «ou les publics ont leur mot à dire dans la représentation de leur propre histoire. Cela a conduit à une autonomisation muséale pour certains publics, et à une participation active au sein du musée pour d'autres » (2012 : 222).

Ce chapitre a donc eu pour objectif de dévoiler l'importance des études culturelles dans le développement des musées et dans la connaissance des publics. Il dévoile les expériences des musées, leurs stratégies envers les publics minoritaires, notamment les premières nations et les migrants. Il propose d'examiner le positionnement des musées à l'égard des publics exclus.

Deux aspects ont donc été étudiés: l'implication des publics dans la conception des expositions et l'intégration du patrimoine dans la programmation muséale. Ce chapitre décrit ainsi les stratégies des musées notamment en matière de collaboration et d'implication des publics. Il propose une réflexion à la fois sociale et culturelle et révèle les démarches inclusives des musées.

Quelle serait donc la prochaine étape à franchir pour que les musées renforcent leur démarche inclusive et engagent les publics dans le dialogue interculturel ? Comment certains musées, notamment en Europe, ont pu sortir du musée traditionnel national au musée universel célébrant la diversité des cultures ?

Chapitre III

Dumusée national au musée universel

Introduction

Depuis leur avènement, les musées nationaux ont été les gardiens de l'identité et de l'histoire, «des sanctuaires où les récits nationaux étaient tissés et présentés. Ils ont servi de vitrine pour les trésors artistiques et historique, consolidant ainsi une vision collective de la nation» (Bergeron, 2010: 29). Actuellement, ce rôle s'est développé pour devenir celui d'encourager «la diversité culturelle des publics dans un contexte d'inclusion, de débat et de reconnaissance »(2010 :30). Le devenir des musées nationaux se joue à l'échelle mondiale et «participe à la création de relations internationales basées sur la collaboration et l'échange entre institutions» (Teulières et Toux, 2020 : 169). Notre propos est donc de montrer l'hétérogénéité du musée, comment cette institution a-t-elle pu s'ouvrir pour devenir un espace multiculturel attirant une diversité de publics.

Ce chapitre dévoile l'évolution du musée vers de nouveaux paradigmes : globalisation, multiculturalisme, reconnaissance et participation des publics exclus. Il examine comment les musées se transforment en espace d'apprentissage qui reflètent et célèbrent la diversité du monde. Il s'agit d'une invitation « à repenser le musée non pas comme une entité isolée, limitée à une nation, mais comme un lieu universel qui transcende les frontières et les époques » (2020: 169). Cette vision renouvelée du musée en tant qu'espace universel, est une réflexion des musées actuels qui cherchent à construire « une conscience globale et à promouvoir un sentiment d'appartenance à une communauté mondiale » (2020: 169). Bref, ce chapitre s'intéresse à l'évolution du musée dans un contexte marqué par la globalisation et le multiculturalisme. Il aborde également les défis auxquels les musées doivent faire face dans leur quête pour devenir des espaces universels. De quelle manière les musées peuvent-ils impliquer activement les publics dans la transition vers des institutions plus universelles et inclusives? Et comment cette participation peut-elle enrichir l'expérience muséale de tous les visiteurs ?

1. Les musées face à la globalisation et au multiculturalisme

L'évolution des musées en occident, « s'inscrit dans un mouvement de fonds qui reflète les transformations majeures de ces sociétés. Le désir de redéfinir le patrimoine et le musée, de les revaloriser, et d'établir des liens avec les divers types de publics, a fait la nouvelle politique des musées » (Desmarais, 2018: 18-19). Les publics ont droit au patrimoine, ils doivent s'identifier les objets, et intervenir dans le choix des biens exposés.

« L'idée de droits et de responsabilités partagées entre le musée et le public est une notion révolutionnaire qui redéfinit la relation entre les institutions culturelles et les communautés qu'elles servent » (2018 : 19). Cette approche s'inscrit selon l'auteur dans une vision où le musée n'est plus une entité passive qui impose sa vision, mais un espace dynamique qui évolue grâce à l'interaction avec son public. Dans ce sens, Krzysztof Pomian s'interroge sur la raison d'être des musées, sur leurs modalités de survie, sur les moyens de leur adaptation à la société contemporaine. Pour l'auteur, il s'agit de savoir que conserver et présenter dans les musées actuels ? Quelle échelle temporelle et spatiale adopter ? Comment traiter les histoires nationales problématiques ? Et enfin comment concevoir les concepts d'identité, de culture, et de peuple dans une société de plus en plus diversifiée ?

Ces interrogations sont indissociables pour comprendre les évolutions des musées. Selon Pomian, « l'évolution des musées a commencé d'abord, par une volonté d'ouverture : ouverture des frontières spatiales et temporelles visant à dépasser l'échelon national et local » (Pomian, 2020: 98) et de le sortir de sa zone locale et nationale afin de l'ouvrir sur le monde. Pomian souligne l'importance de l'accès public aux collections et la démocratisation des musées, les considérant comme des lieux neutres où les objets transcendent leur contexte historique, culturel et géographique pour être appréciés en tant qu'œuvres universelles. La prise de conscience de l'importance de l'ouverture aux publics a effectivement conduit à la création de projets ambitieux comme par exemple « le musée de l'Europe ». Ce projet « illustre l'engagement envers une identité européenne commune, en mettant en lumière les héritages et les interactions culturelles qui ont façonné le continent » (Pomian, 2020: 98-99).⁹⁴ Le musée de l'Europe se veut être « un espace interdisciplinaire qui retrace les

⁹⁴Cependant, certains spécialistes comme Lévi-Strauss mettent en garde contre l'homogénéisation des cultures due à la mondialisation, craignant un effacement des identités locales au profit d'une monoculture globale. » (Kaine, 2010 : 66-67).

différentes périodes d'intégration et de rupture dans l'histoire de l'Europe, soulignant ainsi la complexité et la richesse de son patrimoine» (Pomian, 2020: 99). Il s'agit d'un acte politique et culturel significatif, « visant à créer un lieu où chaque européen peut se retrouver et se reconnaître, tout en tenant compte de la diversité historique et culturelle du continent » (Pomian, 2020: 99). Ce musée n'est selon Pomian, pas seulement un lieu de conservation des objets et des œuvres, mais un espace de dialogue et de réflexion sur l'histoire commune de l'Europe et ses implications pour l'avenir. Il cherche à renforcer une identité européenne partagée en reliant chaque pays à une histoire, commune tout en respectant et en valorisant les particularités nationales et régionales. Le projet de musée de l'Europe, représente donc une réaction contre l'uni-vocalité⁹⁵ du musée national.⁹⁶

L'institution doit cibler les diverses cultures, donner la parole aux divers points de vue afin d'inclure toutes les catégories sociales. Elle tend selon Desmarais, à globaliser⁹⁷ les publics, à les représenter sous un même langage, sous une même structure. « Le musée de l'Europe correspond soit à une reconversion des musées nationaux historiques ou ethnologiques, soit à des créations nouvelles » (Desmarais, 2018 : 18-19).

La reconversion est dans ce sens, une transition (du national vers l'Européen), une forme d'europanisation des musées. Elie Barnavi et Paul Goossens décrivent l'europanisation des musées comme une « délocalisation, un détachement de frontières et une ouverture vers le grand public » (Barnavi et Goossens, 2001: 126). Ils citent l'exemple du musée d'ethnologie de Dalhem en Allemagne, reconverti en musée des cultures européennes et du musée de l'homme en France devenu musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée. Ces musées nationaux, transformés en musée de l'Europe, « exposent des objets censés incarner la culture, l'histoire et la mémoire de l'Europe. Il s'agit d'exposer le patrimoine européen, de réconcilier le public avec son histoire longtemps marquée par l'élitisme, la domination et le pouvoir » (Barnavi et Goossens, 2001: 127). Cette

⁹⁵Le principe d'univocalité a été utilisé par Virginie Soulier pour désigner le musée qui cible une seule voix ou une seule catégorie de public.

⁹⁶Accusé pour être un musée d'élites et de distinction sociale, le musée national en Europe se trouve au carrefour de plusieurs problématiques : il est considéré comme un lieu de hiérarchie sociale. Penser à europaniser le musée est une façon pour instaurer une nouvelle politique culturelle basée sur un patrimoine européen, commun, et égalitaire qui réunit les diverses sphères de la société.

⁹⁷ Le concept du global renvoie géographiquement à l'ensemble du monde ; Il porte une dimension internationale, universelle, qui s'oppose au national ou au local.

dynamique, s'inscrit dans « le cadre d'une nouvelle politique culturelle, qui tend à remodeler les musées nationaux, longtemps fondée sur l'élitisme et la domination. Elle se dévoile dans les multiples fermetures, reconversion et création de musées » (Mazé, 2009 : 6).

Tout se passe comme si l'on assistait à une redistribution du patrimoine national. « Le discours des musées jusqu'alors national, tend à s'élargir dans l'espace pour devenir global et propose une nouvelle image des peuples, de la culture et de l'histoire » (Mazé, 2006: 37). De nouveaux paradigmes naissent alors: transfert, circulation, inter-culturalité; en remplacement à d'autres jugés dépassés : racines, origines, traditions (Meunier, 2012 : 27-28).⁹⁸ Dans ces sens, s'approcher de la société et connaître ses besoins font partie des préoccupations défendues par ces musées. Selon Pomian, « les musées de l'Europe jouent un rôle social. Ils favorisent l'accessibilité universelle et l'épanouissement culturel des publics, stimulent l'échange interculturel et intergénérationnel, et améliorent la qualité culturelle des cadres de vie » (Pomian, 2020: 32). Ce modèle de musée centré sur l'euro-péanisation du patrimoine se montre comme un moyen d'unifier les peuples où l'appartenance sociale ou ethnique n'a plus d'importance. Il s'agit selon Pomian, de dé-catégoriser les publics, de déconstruire les idéologies fondées sur la stigmatisation et la différence culturelle et sociale. Ces musées tendent alors à retransformer la notion de public, de patrimoine et de musée en redonnant à chacun d'eux, un nouveau sens et une nouvelle mission.

⁹⁸« Les musées européens, tels que le musée des cultures européennes de Berlin et le musée de l'Europe en France, mettent en avant des thématiques sociales comme l'immigration, intégrant ainsi les migrants dans leurs programmes. Cette inclusion vise à reconnaître leurs droits et à respecter la diversité des publics » (Meunier, 2012 : 29).

2. Migrations, identités hybrides et réseaux

Les demandes constantes d'intégrer les publics exclus, ont provoqué une mutation dans la notion de musée. « La dimension sociale qu'a pris le musée a favorisé l'intégration des divers publics et a encouragé la mise en place de stratégies inclusives à double vocation : ciblant à la fois le patrimoine en tant qu'héritage, et le public en tant que visiteur et acteur de cet héritage » (Pomian, 2020: 34). Les expériences des musées parfois se distinguent, parfois se ressemblent, mais elles ont chacune ses propres spécificités qui les distinguent par rapport à chaque pays et à chaque société ; notamment le Musée Mid-Antrim d'Irlande,⁹⁹ le musée d'ethnographie de Genève en Suisse¹⁰⁰, le Musée de Berlin en Allemagne,¹⁰¹ la Maison de l'Histoire Européenne en Belgique¹⁰² ou le Musée de la Civilisation de l'Europe et de la Méditerranée (MUCEM).¹⁰³ L'exemple du Google Art Project est à cet égard significatif. Ce dernier et depuis 2011, bénéficiant d'un partenariat avec des centaines de musées dans le monde, a mis en ligne sur le portail Google plusieurs milliers de collections, visibles en accès libre.¹⁰⁴ Les collections et les archives sont désormais appréhendées « comme faisant partie d'un réseau global où les distances géographiques ou les frontières nationales n'ont plus d'importance » (2020:35). Cela, à bien évidemment des répercussions sur la fonction du

⁹⁹ « Le musée Mid-Antrim présente l'histoire irlandaise de manière chronologique et thématique pour aider les publics à établir des liens temporels et géographiques. Son Programme d'Histoire Communautaire (PHC) encourage les individus à explorer leur histoire culturelles, en transformant les visiteurs en acteurs culturels par un dialogue participatif.

¹⁰⁰ Le musée d'ethnographie de Genève, essaie de mettre en valeur les trois identités à la fois (locales, nationales et européennes), à fin de respecter les particularités de chaque culture. Il traite des sujets variés en lien avec la société locale, nationale et européenne, comme l'exclusion sociale, l'immigration, l'environnement, etc.).

¹⁰¹ Ce musée cherche à travers ses expositions principalement centrées sur la religion, « à unir toutes les croyances, qui peu importe leurs différences (christianisme, islam ou catholicisme), font partie des composantes de la société plurielle » (Caillet, 2014 : 206). Il aspire à lutter contre l'idée du choc des civilisations telle qu'elle est développée dans la théorie de Samuel Huntington.

¹⁰² « Unifier la culture semble pour les publics belges, être un moyen de destruction des identités locales, une généralisation d'un patrimoine spécifique » (Caillet, 2014: 87). Réussir à convaincre un public nationaliste nécessite pour les professionnels du domaine, un travail de reconstruction muséale, qui met en lien l'aspect national et européen sans pour autant généraliser le patrimoine ou la culture.

¹⁰³ Les musées en France, dont le Mucem, ont dépassé les limites de l'Europe. Ils sont désormais considérés comme des catalyseurs de tourisme dans le monde, ce que Camilla Pagani appelle « l'effet Guggenheim ». Mentionnons les nouvelles constructions de grands musées par des célèbres architectes dans les nouveaux pôles économiques : notamment le Louvre d'Abou Dhabi de Jean Nouvel, le Centre Pompidou à Shanghai de David Chipperfield, et le musée Rodin en Brésil d'Auguste Rodin. Ces exemples, relèvent comme mentionné dans le cadre théorique, d'un processus de marchandisation des musées, où ces derniers, connus par leurs noms de marque, deviennent des structures touristiques de rendement économique.

¹⁰⁴ (Voir) le site officiel du projet Google Art : <http://www.google.com/culturalinstitute/project/art-project>, consulté le 13 Février 2023.

musée et son rapport aux publics, qu'il serait utile d'étudier. Les recherches d'auteurs tels que Kwame Appiah, se sont penchés, quoique de manière différente, sur le thème des identités hybrides et transnationales. Les auteurs, citent les problèmes du virtuel où l'accès libre aux collections qui selon eux, peut réduire le désir de visite chez les publics. Pour Appiah, « les musées font face au problème de la nouvelle modernité: ils sont conscients que le virtuel peut affecter l'intérêt de visite chez les publics, conscient que les identités sont de plus en plus, transnationales et qu'un retour aux approches nationalistes ou impérialistes du XX^e siècle n'est plus possibles » (Appiah, 2008 : 92).

À cet égard, nous rappelons l'argumentation exprimée par le sociologue spécialiste en globalisation Jan Pieterse, qui affirme que « les musées sont à la fois, le reflet de l'esprit moderne et de la modernité réflexive, ce qui en fait des institutions, des lieux de réflexivité, par rapport aux enjeux du multiculturalisme et des évolutions contemporaines » (Pieterse, 1997: 120). L'ère de la globalisation ou l'ouverture des musées vers l'international, a déterminé selon Pieterse, un véritable changement dans la représentation des cultures et des relations. « Les expositions se concentrent davantage sur des thématiques sociales, transculturelles et abandonnent les approches taxinomiques, scientifiques et disciplinaires » (Pieterse, 1997: 124). Les musées sont devenus de plus en plus interactifs et axés sur l'expérience des visiteurs. Ils cherchent à impliquer le public souvent en utilisant des technologies numériques pour créer des expositions immersives. Les musées modernes tentent également à mettre l'accent sur l'importance des récits personnels et collectifs, « en reconnaissant la diversité des perspectives et en valorisant les histoires de différentes communautés » (1997:125). Ils évoluent vers des espaces où le dialogue et l'échange culturel sont encouragés. A ce titre le projet « Méla » est révélateur. Celui-ci « examine le nouveau rôle des musées dans un contexte de globalisation marqué par la mobilité, le multiculturalisme et l'utilisation des nouveaux médias »¹⁰⁵ (Peressut et Pozzi, 2012 : 36).

¹⁰⁵L'objectif du projet est « d'orienter les musées vers de nouvelles modalités d'exposition et de représentation des collections en engageant de véritables dialogues interculturels ». ¹⁰⁵Le projet Mela s'accorde parfaitement avec les recherches déjà mentionnées de James Clifford sur le « contact zones » ou de Tony Bennett sur la « diversité culturelle aux musées », puisqu'il examine les musées par rapport à leurs fonctions sociales et culturelles dans un contexte d'échange. Bennett, considère la diversité culturelle comme « un fait de sociétés qui implique aux musées, l'adoption de politiques d'inclusion des groupes défavorisés, de reconnaissance des minorités nationales. » (Bennett, 1995 : 68).

3. Reconnaissance et multiculturalisme: une perspective relationnelle

Tâchons à présent d'analyser le débat sur l'application du concept de reconnaissance dans les musées. Comment les divers publics sont-ils reconnus? Comment la culture des identités notamment minoritaires, est-elle transmise? Pour Savidan, « le déni de reconnaissance constitue une forme d'oppression pouvant aboutir à des formes de revendications identitaires » (Savidan, 2009: 47-48). Si le musée n'applique pas le principe de reconnaissance, il prend le risque de provoquer des tensions et des protestations de la part des publics. Ces derniers, perçoivent la non-reconnaissance comme un manque de respect ou une forme de mépris. En ce qui concerne la sphère politique, Savidan propose de considérer la reconnaissance sous deux angles différents. « D'une part, d'après une politique d'universalisme mettant en valeur l'égalité de tous les citoyens. D'autre part, à travers une politique de l'altérité, où c'est l'identité unique de cet individu, qui le distingue des autres » (Savidan, 2009 : 48).

Ce deuxième point pose la question de reconnaissance d'une identité qui n'est pas universellement partagée, mais spécifique à un individu particulier. Ce raisonnement qui reflète les propos de Savidan, implique la reconnaissance de l'identité de chacun, il applique une méthode particulariste au sens où il reconnaît ce qui est particulier et spécifique à chaque individu. « Si dans la première situation, les publics sont traités comme une entité unique et commune, la seconde, favorise la particularité. La deuxième politique est engendrée par la première, étant toutes les deux fondées sur la notion de reconnaissance et de respect égal » (Savidan, 2009: 49). Nous pensons que la politique de reconnaissance ne se limite pas seulement à l'intégration des différences, mais s'étend vers la considération du patrimoine des autres, vers le respect de leurs droits. Comment le patrimoine peut-il être une source de reconnaissance des publics exclus ?

4. Le patrimoine: entre reconnaissance et rapports aux publics

La question du patrimoine aux musées a été décrite par de nombreux auteurs, dont Tony Bennett et James Clifford. Ces écrits dévoilent l'importance du patrimoine notamment en Europe. Ils décrivent en principe, le patrimoine comme un représentant de l'histoire et des identités plurielles. Ce dernier point explique tout : de nombreux musées en occident exposent le patrimoine des autres. Les objets sont parfois, issus de cultures, d'ethnies, ou de religions différentes. Certains objets ethnographiques exposés dans les musées sont parfois même, le résultat d'un dépouillement dû à la colonisation. L'Europe, par exemple, en tant que continent colonisateur, garde jusqu'à présent des témoignages de son passé colonial et expose encore l'héritage de ses colonies.

Les musées s'adressent parfois à des visiteurs anciennement colonisés et qui se retrouvent au musée, devant leur propre patrimoine. Ce sentiment, d'être dépossédé de son propre héritage peut parfois provoquer des tensions, voir des revendications ou des demandes de restitution du patrimoine.¹⁰⁶ Dans ce cas, «les musées deviennent des espaces provocants qui ne font en aucun cas, l'objet d'une inclusion sociale. Ils peuvent même devenir des lieux d'exclusion et de confrontation identitaire» (Pomian, 2020: 112). Thomas Bruce affirme que la reconnaissance des minorités «commence d'abord, par un respect de leurs droits : celui de se réapproprier leurs patrimoines» (Campbell et Baars, 2019: 172). Les musées semblent être tiraillés entre leurs désirs de garder le patrimoine des autres (publics colonisés) et leurs besoins d'inclure ces catégories. Krzysztof Pomian considère le patrimoine des autres comme «un objet migrant», un outil dominé, accessible et facilement exploitable perdant sa valeur d'origine. (Pomian, 2020 : 112-113).

Le patrimoine devient dans ce cas, un objet étranger, conservé dans une terre qui ne l'a finalement jamais hérité. Le musée du Louvre en tant que musée national français, expose dans son enceinte une diversité d'objets africains issus de la colonisation¹⁰⁷. Ces objets sont culturellement intrus, ils ne reflètent en aucun cas l'identité du pays. Le public en tant qu'acteur au musée, se sent distant face aux contenus exposés. Il ne s'approprie pas les expositions et devient un simple spectateur-récepteur. En outre, selon Dominique Taffin,

¹⁰⁶La restitution signifie généralement rendre un objet à son propriétaire d'origine, un objet qui a été dépossédé de son territoire.

¹⁰⁷Selon une étude de Felwine Sarr et Bénédicte Savoy, le Louvre à Paris expose dans son enceinte plus de 120 œuvres africaines notamment de l'Afrique de l'Ouest, dépouillé lors de la colonisation française.

«pour rompre ses idéologies coloniales dans une société postcoloniale, certains musées tentent de se décoloniser à travers une perspective critique des collections, en rendant compte du contexte d'acquisition des collections du musée et en retraçant l'histoire des collectionneurs, et des collectes d'objets » (Taffin, 2000: 122). Ces pratiques peuvent être regroupées au sein d'une muséologie que l'on peut qualifier de « décoloniale », où la reconnaissance du patrimoine des minorités constitue une part très importante de la muséologie.

Les musées, en tant que « garant du multiculturalisme, s'assurent de mettre en place ces pratiques afin de valoriser l'image du patrimoine colonial et de créer des rapports entre musées et publics en éliminant les stigmates (dominant-dominé) » (2000: 122). Les musées peuvent selon Taffin, créer un espace où le dialogue et la compréhension mutuelle sont encouragés. Cela peut se faire par des expositions qui mettent en lumière les histoires et les voix des communautés marginalisées ou dominées. L'auteur affirme que les programmes éducatifs et les initiatives communautaires peuvent aider à établir des liens plus forts entre les musées et le public, en favorisant une appréciation plus profonde de la diversité culturelle. La mise en œuvre de ces pratiques contribue non seulement à une meilleure représentation du patrimoine colonial, mais elle permet également de « réévaluer et de contextualiser l'histoire dans une perspective contemporaine. Cela peut encourager un dialogue ouvert sur les impacts du colonialisme et favoriser une compréhension plus nuancée des cultures et des histoires » (2000:127). En intégrant des voix diverses et en reconnaissant les récits historiques multiples, les musées peuvent devenir des espaces où le patrimoine colonial est non seulement exposé, mais aussi critiqué et réinterprété. Ces pratiques peuvent aider à promouvoir une vision plus inclusive, ce qui selon Taffin, est essentiel pour construire une identité plus cohésive et respectueuse de la diversité des publics. C'est par ces efforts que les musées peuvent devenir des gardiens du multiculturalisme.

Ainsi, nous pensons que le primat de l'interdisciplinarité, de la contemporanéité, du multiculturalisme, de la reconnaissance des minorités et de l'ouverture vers l'autre, font partie d'une tendance qui est en train de s'affirmer notamment en Europe et en Amérique. Il reste à savoir si les intentions des musées et leurs stratégies menées seront véritablement comprises et considérées par les publics notamment exclus.

Conclusion

Les musées, qu'ils soient universels ou nationaux, cherchent à construire des liens avec le public à travers différentes stratégies, notamment l'amélioration de leurs contenus et leurs relations avec les publics notamment exclus. À vrai dire, ce que partagent ces musées si différents, est «leurs ambitions d'être des lieux de réconciliation, de reconnaissance, et d'inclusion des publics» (Pomian, 2020: 115). Par ailleurs, à travers les exemples de musées mentionnés, bien que difficilement comparables en termes de projet ou d'importance, nous avons repéré des points communs. Ils agissent en faveur de projets ayant comme ambition de «dépasser le modèle de musée ethnographique traditionnel ». Ces projets donnent lieu à une nouvelle configuration de musée visant à s'éloigner de l'ancienne présentation de l'institution. Ces sont des modèles « de rupture avec la tradition des musées ethnographiques situant sous le drapeau de la reconnaissance et de la réconciliation d'un passé difficile » (Pomian, 2020: 115). Au niveau institutionnel, ce que partagent ces musées si différents, est la nouvelle mission éthique du musée : « ambition d'être un lieu de réconciliation et de reconnaissance, de valorisation et d'inclusion » (2020 : 119).

Au-delà des singularités et des spécificités des musées mentionnés, nous avons repéré des analogies : tout d'abord, un changement d'appellation visant à effacer le concept de musée de la nation, l'utilisation stratégique d'expositions temporaires pour se détacher du passé et affronter des thématiques contemporaines et transversales, la valorisation de thématiques liées à l'actualité pour impliquer davantage les visiteurs, la tentative d'attirer un public diversifié, la collaboration et l'échange entre les institutions muséales ou entre le public et l'institution. Certes, le musée joue également un rôle socio-économique. Il est un catalyseur dans le développement des communautés. Cette affluence peut entraîner une dynamique économique positive, avec la création d'emplois et l'encouragement de l'entrepreneuriat local. Quel est donc l'impact socio-économique du musée sur les publics principalement exclus? Quels sont les nouveaux modèles muséaux d'intégration culturelle et économique ?

Chapitre IV

Vers une intégration socio-économique des publics

Introduction

Les musées, comme le décrivent de nombreux auteurs comme Pomian, sont des institutions ancrées dans le paysage culturel et social, jouant un rôle essentiel dans le développement socio-économique des communautés qu'ils desservent. Ils sont des lieux de mémoire des moteurs économiques et des catalyseurs de cohésion sociale. Entant que tels, «ils ont le pouvoir de transformer les espaces urbains, d'enrichir l'éducation et de stimuler l'économie locale» (Pomian, 2020: 115). À l'échelle internationale, les musées sont des acteurs du tourisme culturel, attirant des visiteurs de tout horizon et générant des revenus significatifs pour les villes et les pays. Ils sont des ambassadeurs de la culture, contribuant ainsi à l'identité et à la réputation globale d'une nation. Sur le plan local, les musées sont des espaces d'inclusion et d'éducation, «offrant des programmes qui favorisent l'accès à la culture pour tous. Ils sont des lieux où les enfants et les adultes peuvent apprendre, se questionner et s'émerveiller» (2020: 134). Les musées peuvent également être des incubateurs de développement économique, en soutenant les artistes locaux et en encourageant les industries créatives. Ce chapitre propose une vision du musée comme un lieu qui participe à la construction d'une société prospère, en mettant l'accent sur son rôle socio-économique. Il met en lumière l'importance des musées en tant qu'institutions éducatives et culturelles qui peuvent influencer de façon positive le développement social et économique des publics, tant dans les zones urbaines que rurales. Ce chapitre présente certains exemples, dont les musées en Afrique et comment ces institutions contribuent-elles au développement socioéconomique des publics.

1. Les musées tant qu'outil d'intégration socio-économique

Les musées d'aujourd'hui essayent de se renouveler, d'améliorer leurs stratégies et leurs missions afin de répondre aux attentes des publics en développant chez eux « le sentiment d'appartenir à une histoire commune et une nation unie et forte. Pour y parvenir ils recourent à des stratégies inclusives touchant les volets éducatifs sociaux et économiques » (Taffin, 2000: 140). A travers les programmes qu'ils proposent, les musées parviennent à devenir des acteurs économiques influents qui contribuent à la prospérité et au dynamisme des économies locales et nationales. Par le biais de l'économie, ils arrivent également à se positionner comme garants de la sauvegarde de la chaîne des valeurs culturelles et patrimoniales. Qu'ils soient implantés dans les pays développés ou émergents, la mission et les principes les mobilisant envers les populations restent presque les mêmes. Il est certain que le volet économique des musées diffère d'un pays à un autre et d'un continent à un autre, mais les valeurs restent les mêmes : servir la population et participer à son épanouissement. Parce que les musées sont aujourd'hui porteurs d'enjeux et d'attentes qui dépassent l'atmosphère feutrée des galeries. Leurs impacts sur l'économie locale, notamment sur l'industrie touristique, amènent à les considérer comme des attractions au service du développement économique d'un territoire.

En Afrique par exemple, un musée, malgré ses conditions difficiles, pourrait jouer un rôle, plus ou moins important dans la vie économique et sociale du pays où il se trouve. L'exemple du musée de Niamey¹⁰⁸ au Niger présente une expérience « considérée comme une référence muséologique en Afrique de l'Ouest » (Callu, 2016: 18). « Ils s'est fixé pour objectif d'intégrer des catégories défavorisées aux divers métiers artisanaux pour leur permettre de gagner leur vie par la vente de leurs créations » (Callu, 2016: 18). Par cette mesure, ce musée « veille avec un soin particulier à la conservation des techniques traditionnelles et à la revalorisation de l'artisanat, de telle manière que cette dernière activité constitue un apport non-négligeable au développement socio-économique du pays. La création d'un centre de formation artisanale au musée, a renforcé le caractère vivant de l'institut » (Callu, 2016 : 18). L'espace muséal s'est alors métamorphosé en un lieu de revalorisation des savoir-faire et techniques traditionnelles où les artistes et les artisans sont capables « d'exercer leurs art et

¹⁰⁸ Le musée de Niamey au Niger repose sa conception sur trois objectifs : remplir une mission culturelle et éducative, favoriser le travail des artisans, et consolider l'unité nationale.

leurs techniques séculaires. Les meilleurs artisans de chaque communauté culturelle se rassemblent et partagent leurs savoir-faire avec les jeunes générations» (Callu, 2016 : 18-19). En réalité, la colonisation a beaucoup négligé l'histoire, les techniques et les peuples, en valorisant une élite intellectuelle acquise à une culture imposée. Le musée de Niamey a ainsi, pour rôle de redresser ce tort sur tout le territoire national. « Il tend à stimuler la créativité artistique et artisanale en s'inscrivant contre cette intelligentsia¹⁰⁹ qui domine les musées en Afrique» (Callu, 2016: 18-19). Le musée encourage la vente des œuvres et objets fabriqués par les artisans. Ces derniers, « verront leur travail revalorisé, ils tireront même un revenu économique nécessaire pour leur production. L'inclusion et la reconnaissance réelle du rôle des artisans, confèrent aux musées, un rôle de promotion et de dynamisation de l'héritage artisanal » (Callu, 2016 : 22).

Les musées dans leur conception actuelle, tentent d'inclure les publics par les divers moyens possibles (expositions de sujets sociaux, insertion économique, intégration des publics notamment à mobilité réduite, etc.). « En mettant en avant l'artisanat, les musées célèbrent non seulement la créativité et le savoir-faire, mais ils contribuent également à la vitalité économique des communautés en promouvant les métiers et les produits locaux » (2016: 22). Cette dynamisation de l'héritage artisanal a un impact direct sur la préservation des techniques traditionnelles et sur l'encouragement des générations futures à perpétuer ces métiers. L'insertion économique, selon Callu, est également un aspect clé, car les musées peuvent servir de marché pour les produits artisanaux, soutenant ainsi les économies locales et offrant des opportunités aux artisans. Les musées actuels s'efforcent partout d'être des espaces inclusifs qui reflètent la diversité et la richesse culturelle des publics. « Ils s'engagent à travers des expositions qui abordent des sujets sociaux pertinents, offrant ainsi une plateforme pour le dialogue et la réflexion. L'intégration des publics, en particulier ceux à mobilité réduite, est une autre dimension importante de l'intégration muséale » (2016: 24). Les musées modernes sont conçus pour être accessibles à tous, avec des programmes spécifiques qui garantissent que chacun, quelles que soient ses capacités, puisse profiter de l'expérience muséale. Cela inclut l'amélioration de l'accessibilité physique, mais aussi la mise en place de supports adaptés.

¹⁰⁹Doucet entend par intelligentsia la bourgeoisie ou la classe d'élite qui travaille de manière créative dans les musées, excluant les minorités sociales.

En Suisse, par exemple, le musée de la Communication à Bernes s'intéresse aux publics non et malvoyant. Pour subvenir à leurs besoins le musée « s'équipe de quelques audio guides adaptés à ce type de public » et « organise des ateliers de création artistique où les publics peuvent vendre leur produit créé » (Feldstein, 1991: 237). Il tend également à intégrer les migrants sans-papiers dans la société en légalisant d'abord, leurs séjours, puis en les insérant au secteur de l'emploi. L'objectif est d'inclure socialement, culturellement, mais aussi économiquement les publics. L'intégration des publics notamment exclus des musées, ne se limite pas au milieu urbain. Le milieu rural est également concerné par cette approche.

2. Les musées en milieu rural: vers une intégration des non-publics

Il s'agit pour les Etats en occident comme en Afrique, de créer des musées sous forme d'institutions communautaires qui impliquent les communautés rurales. Pour Bernard Lugan, « ce qu'il s'agit de promouvoir, ce sont des musées non imposés aux capitales, mais des institutions développées en partenariat étroit avec les communautés locales pour qu'elles puissent dès le départ, en amont du projet, être associées à l'élaboration du projet muséal » (Lugan, 2020: 42). Konaré affirme que la collaboration avec les non-publics est une forme d'initiation à la culture muséale. « Le travail collaboratif permet aux non-publics de connaître le musée, de découvrir ses espaces, c'est une forme d'éveil des publics et d'encouragement à la visite » (Lugan, 2020 : 44).

À notre avis, ce processus participatif doit être encadré par des professionnels du patrimoine, mais il doit surtout, être ouvert aux aspirations et aux besoins des communautés concernées. « Les musées doivent centrer leurs objectifs sur l'éducation des jeunes générations en créant des collaborations avec les écoles et autres associations locales de développement. Ils doivent également s'exprimer dans différentes langues, dont les langues vernaculaires¹¹⁰ » (Lugan, 2020: 48) et donner aux communautés concernées les clefs de lectures de l'histoire et de l'environnement rural. Les musées doivent également, définir l'image qu'ils veulent communiquer vers l'extérieur. Anne-Marie Bouttiaux, affirme que « l'institution muséale se veut être un instrument au service des populations rurales dans la

¹¹⁰En Afrique, par exemple, dans les milieux urbains comme ruraux, les musées communiquent leurs propos en langue française. Il est en effet, difficile, voire impossible, d'informer les visiteurs nationaux, qui ne comprennent pas la langue française officielle. La non-utilisation des langues nationales africaines dans les institutions muséales, constitue une sérieuse entrave à l'établissement d'une communication entre le musée et une grande partie du public. Cela devient très vite, une cause de non-fréquentation de l'institution.

recherche de solutions à leurs préoccupations présentes et futures » (Bouttiaux, 2007: 240). Elaborer une politique muséale qui s'implique dans la recherche de solutions aux problèmes ruraux (pauvreté, marginalisation sociale, analphabétisme, etc.), passe par une ouverture économique. Pour Bouttiaux, « l'institution ne peut s'affirmer comme un lieu social, moderne et tourné vers l'avenir, que si elle est intégrée dans une perspective globale de développement économique » (Bouttiaux, 2007: 242). Comment le musée en milieu rural, bénéficie-t-il au développement socio-économique du territoire ? Quant est-il des autres formes muséales (écomusée, musée vivant, musée en plein air), ont-elles adopté des stratégies de développement ou adoptent-elles des approches plus traditionnelles ? Pour répondre à nos interrogations, nous analyserons de plus près la notion d'écomusée dans son contexte rural.¹¹¹

L'écomusée en milieu rural s'adresse tant à la conscientisation de ses habitants (les acteurs locaux) qu'à l'information d'un public étranger. En Afrique de l'Ouest, l'exemple de l'écomusée du Sahel est assez significatif. « Les conditions écologiques qu'a connues la région de Gao au Mali, la sécheresse des années 1970 et ses conséquences sur l'environnement et les populations, faisaient partie des raisons justifiant la création de ce musée » (2007: 245). Ce dernier, avait pour objectif « de constituer des collections sur les cultures de la région du Sahel menacées de disparition, de rendre compte des conséquences de la sécheresse et de faire participer les populations locales dans la gestion, la préservation et la promotion de leur culture » (Bouttiaux, 2007: 301). La première collection du musée du Sahel « a été constituée avec l'assistance du musée d'Outre-mer de Brême en Allemagne. Cette première collecte a été consacrée à la culture des « Tamajaq de l'Adrar » (Bouttiaux, 2007: 301-302). Cette dernière, est la plus menacée de disparition en Afrique suivie de la culture Songhoy. Le but d'exposer ces collections est certes, la protection des cultures africaines, l'implication des populations, le développement de coopération entre institutions muséales, écoles et associations et la diffusion des cultures en voie de disparition. Cependant, tous les projets du musée étaient débattus par des personnes extérieures aux communautés

¹¹¹« L'écomusée a pour ambition selon une approche participative, de rendre intelligible un territoire particulier à travers des objectifs d'études (fonction de recherche), d'inventaire (conservation d'une mémoire partagée), de conscientisation (responsabiliser une population à la valeur du patrimoine) et de communication (fonction de diffusion et de vulgarisation de l'information) » (Zerbini, 2021 : 37). Avant d'être significatif d'un patrimoine particulier, l'écomusée est d'abord représentatif d'un milieu de vie dans ses dimensions géographiques, écologiques, culturelles, et sociales.

concernées. L'avis de ces dernières n'était pas réellement pris en compte. De plus, les expositions ne ciblaient que certaines ethnies du Sahel en excluant d'autres. Aucun programme de développement n'avait été suffisamment élaboré pour cibler les divers publics. Le musée du Sahel semble n'attirer qu'une minorité intellectuelle, le reste de la population montre peu d'intérêt pour le musée. Lugan Bernard affirme : «On ne peut amener une population toujours galopante à la recherche d'une alimentation à s'intéresser aux musées ou aux peintures rupestres, car cette catégorie à d'autres priorités plus préoccupantes que d'aller visiter un musée» (Lugan, 2020: 178).¹¹²La citation de Bernard Lugan soulève à notre avis, une question fondamentale sur les priorités des populations, en particulier dans les contextes où les besoins de base tels que l'alimentation ne sont pas satisfaisants. Les publics dans les pays sous-développés et notamment en milieu rural ont-ils réellement besoin d'un musée ?

La question de la nécessité des musées en milieu rural dans les pays sous-développés est complexe et dépend de nombreux facteurs, notamment des besoins et des priorités de la communauté locale. Les musées peuvent jouer un rôle important dans la préservation de la culture d'une communauté. « Par la mise en place d'écomusées au sein de chaque village ou groupe de village ayant une homogénéité linguistique et culturelle, le concept d'écomusée pourrapprendrecorpsenassociantà chaquephase desaréalisation,lapopulation »(Bouttiaux, 2007: 303). En d'autres termes, en s'intégrant aux actions de la population, en prenant en compte et en respectant ses préoccupations, l'expérience écomuséale trouvera selonBouttiaux, toute sa signification et participera ainsi au développement du territoire. Cette démarche ne saurait se conjuguer au singulier. « Celle-ci, doit absolument répondre aux réalités, aux expériences, aux aspirations et aux préoccupations des populations concernées » (2007: 303-304). Ainsi, l'écomusée sera ressenti comme une nécessité collective dans la mesure où son rôlesocioculturel ne sera pas en contradiction avec les valeurs intrinsèques des régions concernées. Ainsi, pour attirer les publics, notamment africains, submergé par les priorités du quotidien, il faut d'abord les sensibiliser, représenter leurs identités et les encourageràlavisite.L'écomuséeentantquenouvelleformemuséaleenAfrique,doit

¹¹²De plus, le musée est confronté à des problèmes d'infrastructures. Le local qui abrite les collections est une maison privée qui a été louée à l'occasion de la première collecte pour servir temporairement de musée. L'exigüité des salles ainsi que les conditions de bail interdisant toute altération des murs rendent le stockage des objets et le montage des expositions assez difficile.

marquer l'indépendance et la modernité du continent. Associer l'institution muséale aux enjeux du développement, « c'est s'interroger sur la pertinence des choix de programmation ou de fonctionnement de l'institution muséale à l'aune de sa capacité à améliorer la vie des communautés dans le respect de leur propre culture» (Marie et Idelman, 2010: 55-56). Voilà un enjeu pour les musées africains, notamment dans le monde rural, pour développer leurs économies et leur relation communautaire. Malick Ndiaye affirme que l'Afrique de l'Ouest essaie de créer de nouveaux concepts muséaux qui puisent vers la représentation et l'intégration des publics africains. Cette démarche ne concerne pas uniquement les écomusées, mais tous les types de musées » (Ndiaye, 2007 : 98).

Les paroles de l'auteur dévoilent l'adoption de l'Afrique d'un nouveau discours, qui se détache des idéologies coloniales et des influences occidentales. L'Afrique indépendante désire reconstruire de nouveaux modèles muséaux, « sortir de son champ de réception pour aller vers d'autres approches, vers de nouvelles formules dépassant celles imposées par la colonisation» (Ndiaye, 2007: 98). L'Afrique tend vers un rapprochement des communautés notamment rurales. Ces dernières, longtemps marginalisées et écartées du domaine culturel ignorent encore la raison d'être des musées. Elles se montrent, on pourrait dire, peu soucieuses, désintéressées par le musée.

Le public rural, n'a nullement besoin de visiter un musée pour des raisons culturelles ou artistiques, ni même pour des raisons représentatives au sein des expositions. Il cherche prioritairement à assurer sa vie, à surmonter ses conditions précaires, à bénéficier au développement de sa région. C'est pour cette raison que le musée en milieu rural, doit se distinguer des autres notamment en milieu urbain. Les musées ruraux, sont nés dans un contexte différent de ceux en milieu urbain et s'adressent souvent à des non-publics, non-initiés à la culture ou au musée. C'est dans ce sens, que « l'Afrique a mis en place d'autres institutions communautaires en milieu rural visant une amélioration de ses espaces et rapports aux publics ruraux. Ces institutions tentent d'intégrer les publics socialement, culturellement et économiquement »(2007 :100). Nous parlons dans ce sens d'une nouvelle forme de musée : les banques culturelles.

3. Les banques culturelles: une nouvelle forme de musée à l'intégration économique

Les Banques culturelles sont « des institutions villageoises qui regroupent à la fois un musée, une caisse de microcrédit et un centre de formation culturelle » (Ndiaye, 2007: 100). Leur objectif est « de préserver les objets culturels en les mettant à l'abri du temps et des personnes qui profitent de la pauvreté des villageois, pour acheter à des prix dérisoires les plus belles pièces du patrimoine africain » (2007: 100). En effet, il est proposé aux populations rurales de placer leurs objets culturels dans le musée de leur village, en échange, ils ont accès à un prêt en argent leur permettant d'engager dans des activités génératrices de revenus. Les populations bénéficient de formation en gestion et en artisanat¹¹³ afin de répondre de façon durable et efficace à leurs besoins de développement social, culturel, économique et, par conséquent, améliorer leur niveau de vie.

En Afrique de l'Ouest, par exemple, les populations rurales « sont confrontées à une pauvreté endémique qui augmente lors des sécheresses récurrentes » (2007: 101). Pour se procurer des ressources financières, « les populations rurales ont très souvent recours au pillage des sites archéologiques ou à la vente de leurs objets au profit des collectionneurs d'objets » (Lugan, 2020 : 190-191). Pour tenter de remédier à cette situation, il était plus que nécessaire de mettre en place une institution permanente au service de la communauté, qui développe à la fois des actions de participation des populations, et des activités génératrices de revenus. L'ambition des banques culturelles, « est de favoriser le développement socioculturel et économique des communautés rurales par le biais de la culture » (Lugan, 2020: 192). Les villageois déposent également leurs anciens objets (masques, sculptures, etc.) aux banques culturelles pour les exposer. « Chaque fois qu'ils célèbrent un rite, les villageois peuvent les utiliser » (2020: 193). Les objets restent « vivants » et solidement insérés dans le circuit symbolique des communautés. Bref, les activités des banques culturelles s'articulent autour de trois points essentiels :

- Un lieu de collecte, de conservation et d'exposition d'objets culturels,
- Une caisse de microcrédit qui donne l'opportunité aux populations d'utiliser leurs objets pour bénéficier de prêts en argent et d'initier des activités génératrices de revenus. « La

¹¹³Dans ce type de musée, il est plus question de former que d'informer les publics. Ces derniers, pour assurer leur gagne-pain, ont plus besoin d'une formation en métiers d'artisanats. Le musée n'est dans ce cas plus un espace d'exposition, d'information ou de délectation, mais un lieu de rendement économique, de formation et de développement socio-économique.

valeur et l'importance du prêt sont estimés sur la base des informations historiques fournies par le propriétaire de l'objet » (2020 : 193).

- Enfin, un centre de formation culturelle qui met l'accent sur l'épanouissement socioculturel et économique des populations rurales. Il permet l'organisation de différents types d'ateliers : formation en gestion et en artisanats, alphabétisation et sensibilisation des populations par des activités socioculturelles. « Le fondement de la banque culturelle repose sur le caractère communautaire de sa gestion, qui exige une participation effective et à tous les niveaux, de toutes les couches de la population concernée » (Lugan, 2020 : 194).

Au Mali par exemple, l'Association villageoise qui créa une banque culturelle, engage les populations rurales dans la gestion de l'institution. « L'assemblée générale, composée de tous les habitants du village ou d'un ensemble de villages, est l'organe de délibération et de prise de décisions. C'est la population locale qui se charge de la gestion des prêts d'argent, du recouvrement des crédits empruntés, l'authentification des informations données sur les objets culturels par les propriétaires » (Ndiaye, 2007 : 115). Enfin, l'équipe de techniciens « constitue l'organe d'appui et de conseil. Elle encadre les villageois, assure leur formation et suivi dans les domaines techniques, financiers et logistiques » (2007 : 117). Elle est composée de spécialistes en différents domaines : muséologie, gestion du patrimoine culturel, finance, formation, gestion participative et alphabétisation.

Les villageois sont formés aux principes de gestion des musées comme la collecte d'objets, la documentation, la conservation-restauration, l'exposition, l'animation, etc. Par ailleurs, « 40 femmes ont pu être alphabétisées dans les locaux de la Banque culturelle et 21 villages ont participé aux différentes activités (formation en gestion des prêts, vente des objets, etc.) » (Ndiaye, 2007 : 116). Les revenus engendrés par les entrées au musée et le remboursement des prêts ont été investis dans des programmes de développement de la communauté tels que l'alphabétisation, la santé, l'hydraulique, l'éducation, les ateliers artisanaux et les activités culturelles notamment l'organisation d'événements artistiques et musicaux. Ainsi, l'accent des banques culturelles n'est pas seulement centré sur le nombre de visiteurs, sur la collection des objets reçus ou sur le nombre de microcrédits octroyés, mais surtout sur « le développement des communautés, sur le changement de leurs comportements vis-à-vis de leur patrimoine culturel et sur leur divertissement » (Adande, 2007 : 122).

Les banques culturelles organisent parfois, des événements musicaux où les artistes se réunissent pour présenter leurs spectacles. Elles se montrent comme des espaces de

préservation du patrimoine musical et culturel. « En dix ans, grâce à la volonté des communautés rurales et avec l'appui de l'État malien, quatre banques culturelles ont été ouvertes et une cinquième sera inaugurée en fin 2024. Une collection de 800 objets culturels a pu être sauvée du pillage et de la vente illicite pour être exposée dans ces musées » (Howlet et Fonkoua, 2009: 123). Les conditions de vie et de travail des populations, semblent grâce aux banques culturelles, être entièrement améliorées. Ces communautés villageoises expriment clairement leurs fiertés pour les musées. Marc Howlet et Romuald Fonkoua, dans leur étude sur les banques culturelle, décrivent les impressions des communautés en Afrique : « Depuis que nous avons ce musée, nous sommes en mesure de nous asseoir, pour discuter des sujets importants et échanger des idées », « Grâce au microcrédit de la Banque culturelle, nos conditions de vie et de travail se sont améliorées » (Howlet et Fonkoua, 2009 : 123-124).

Les communautés villageoises ont finalement compris qu'un objet culturel vendu à un collectionneur disparaît définitivement et que « la somme reçue ne contribue en rien à leurs développements » (2009: 124). Cependant, si l'engagement de l'Etat demeure fondamental pour le développement socio-économique des communautés rurales, l'intérêt de ces dernières pour l'économie a minimisé la valeur du patrimoine. Selon Howlet et Fonkoua, les communautés prennent désormais, moins de temps à visiter une exposition, leur unique objectif est d'exploiter le musée dans leurs propres projets financiers. La valeur de l'objet prend du recul et fait autant l'intérêt des touristes que des communautés locales. Cette situation a conduit les états principalement en Afrique de l'Ouest à organiser des journées de sensibilisation à l'importance du patrimoine. Elle a également mené vers la création d'un nouveau type de musée : les maisons du patrimoine.

4. Les maisons du patrimoine: un modèle muséal d'intégration socio-économique

Les maisons du patrimoine, est un concept qu'a été créé en réponse aux besoins des populations rurales. «L'objectif principal de ces institutions est de sauvegarder et promouvoir le patrimoine local, tout en offrant des services éducatifs et culturels aux communautés Il s'agit non seulement de sensibiliser de façon globale l'ensemble des acteurs du patrimoine, mais aussi de faire naître des projets et des initiatives au sein des collectivités locales » (Adande, 2007: 128). Les maisons du patrimoine sont donc des centres vivants de culture et d'éducation qui renforcent t la cohésion des communautés en contribuant à leur développement socioéconomique.

Elles sont particulièrement importantes en milieu rural, où elles peuvent «aider à combler les lacunes en matière d'accès à la culture et à l'éducation, tout en valorisant le patrimoine unique de ces régions » (2007: 129). Les maisons du patrimoine, en tant que modèle muséal présent dans de nombreux pays au monde, fait souvent « intervenir des organismes de formation spécialisés dans la gestion du patrimoine et des instituts dédiés à la formation des promoteurs du développement rural » (2007: 130). Associer les spécialistes aux communautés rurales constitue l'originalité de ce modèle muséal. Ce dernier, tend alors, à promouvoir la culture dans les campagnes. Cette démarche part d'un simple constat, rapprocher la culture aux populations marginalisées. «La création de ces centres, répond à une volonté d'intégration des non-publics. Ces maisons du patrimoine prennent en compte les particularités ethnosociologiques de chaque région et comportent plusieurs divisions : recherche, arts, techniques traditionnelles ou industries traditionnelles » (De Bary et Tobelem, 2006 : 27).

Nous citons à titre d'exemple, la maison du patrimoine au Sénégal qui organise des séminaires internationaux sur des sujets variés comme (la technologie et ses impacts sur le développement des pays d'Afrique, ou encore le rôle de la religion dans la société contemporaine). «Ces séminaires sont rendus possibles grâce à l'aide du Conseil National pour la Science et la Technologie au Sénégal et aux financements de certaines organisations internationales telle que l'UNESCO. La maison du patrimoine au Sénégal implique les populations rurales dans l'exécution des expositions, la gestion du patrimoine et des espaces » (De Bary et Tobelem, 2006 : 29). Elle donne la possibilité aux publics de s'informer, de s'intégrer dans la société (recherche d'emplois pour les communautés), et propose également des séances d'alphabétisation pour les femmes de la région. Elle dépasse le cadre de

recherche et de conservation. En d'autres termes, elle allie entre patrimoine (sauvegarde, diffusion, promotion) et publics (intégration, activités, communication). « L'implantation des maisons du patrimoine ou des banques culturelles, tend de protéger l'identité des populations rurales. Le patrimoine, sans ce genre de structure en milieu rural, se perd à cause de l'immigration des communautés locales» (De Bary et Tobelem, 2006 : 31). En effet, l'attrait des villes sur les populations rurales augmente, et ce, pour de multiples raisons (pauvreté, changement climatique, etc.). « Cela se traduit par un exode rural massif et la formation d'une périphérie urbaine qui entraînent dans un temps plus ou moins long, la disparition du patrimoine et de la culture rurale » (2006 :32).

Ainsi, nous pourrions dire que quel que soit le type ou la forme du musée, celui-ci doit intégrer l'histoire et le quotidien des populations sous toutes ces formes. Qu'il s'agisse de la maison du patrimoine ou des exemples précédemment mentionnés, chacune de ces structures puise ses fondements dans la culture des populations. L'institution muséale se veut être un instrument au service des publics dans la recherche de solutions à leurs préoccupations présentes et futures; elle doit répondre aux attentes des publics et dynamiser le patrimoine. À notre sens, tous ces concepts mentionnés, témoignent la volonté d'aller au-delà de la simple exposition du patrimoine pour explorer les besoins des publics exclus, d'être un vecteur de la culture dans toute sa diversité. Les musées dans les milieux ruraux comme urbains, doivent également effectuer des recherches sur les publics afin d'améliorer leurs contenus. Ils doivent prendre en compte les changements de la modernité (ex. utilisation des nouvelles technologies). Les pouvoirs publics doivent de leur côté, augmenter le nombre de musées en milieu rural afin de développer le secteur culturel, touristique, et socio-économique. C'est cet effort de recherche et d'ouverture qui fera des musées des institutions authentiques, indépendantes, et modernes. Certes, les musées particulièrement en Afrique, souffrent de nombreux problèmes et lacunes, ce qui influence directement l'expérience des visiteurs et leur appropriation du contenu muséal. Quelles sont donc ses lacunes ?

5. Les principaux problèmes dans les musées

Les musées nationaux par exemple, principalement en Afrique, sont confrontés à de graves difficultés de conservation qui menacent à long terme leurs existences. En effet, les activités techniques telles que la conservation, la documentation et la recherche, leurs structures d'exécution ainsi que la formation du personnel n'ont jusqu'à présent, pas bénéficié de l'attention nécessaire à leurs développements. Cette situation a eu de lourdes conséquences, dont la stagnation, voire la régression de ses musées. L'exemple du musée national du Mali à Bamako, illustre bien ces propos. « L'institution traverse une période très difficile, faute de locaux appropriés, de compétences techniques suffisantes et de moyens financiers » (Valéry, 2023: 197). Cette situation d'instabilité expose les collections à de sérieux problèmes de conservation. En outre, existe un autre problème fréquent lié au manque d'enquêtes de publics. Très peu d'études ont été réalisées en Afrique.

Ces études suivent parfois des méthodes non-scientifiques et sont par conséquent, peu fiables et généralement inexploitable. En l'absence d'études récentes, notamment de statistiques claires et précises, il est difficile de connaître les profils des visiteurs. De plus, malgré l'omniprésence de formations en matière de restauration et de conservation, « aucune formation n'a été dispensée pour assurer l'accueil humain dans les musées africains. Si l'accueil au musée est en grande partie, dépendant du facteur humain, l'espace peut, lui aussi, contribuer à la réussite de la visite » (2023 : 198).

L'absence d'espace et de service d'accueil dans la majorité des musées africains rend la visite peu pratique et peu agréable. « Les halls d'accueil où les publics peuvent s'asseoir, organiser leur visite, laisser leurs affaires aux vestiaires, sont très rares. L'espace d'accueil se résume souvent à un guichet de vente de billets d'entrée » (Valéry 2023 : 198-199). À notre avis, le rôle de l'espace ne se limite pas au hall d'entrée, c'est l'aménagement de tous les espaces qui demandent à être réfléchi de manière à ce que les visiteurs se sentent considérés. Le musée doit être prêt à accueillir toutes les catégories de public, y compris le jeune public, le public handicapé ou les personnes âgées. Les équipements destinés aux personnes à mobilité réduite dans la plupart des musées principalement africains, sont presque absents (rampes, ascenseurs, etc.). Ce cas, concerne parfois même les nouveaux bâtiments muséaux comme ce qu'est le cas du nouveau musée national de la civilisation en Egypte. Bien qu'il s'agisse d'un bâtiment récent ouvert en 2020, il n'est pas aménagé pour recevoir des publics

notamment à mobilité réduite. Le musée prétend être un lieu éducatif, alors qu'il ne répond pas aux normes d'expositions »(2023: 199). Pour ce faire, le musée doit être accessible, inclusif des divers publics sans voie de distinction, il doit pour cela, faire appel à des personnels qualifiés. L'ICOM le dit clairement dans sa dernière définition du musée « ouverte aux publics, l'institution muséale acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation » (ICOM, 2007). Malheureusement, à l'heure actuelle, la plupart des musées ne sont pas éducatifs. Ils ne proposent pas ou peu d'ateliers d'animation et d'activités aux jeunes publics, encore moins de parcours thématiques correspondant aux différentes tranches d'âge. Les musées sont également confrontés à un manque de visibilité, ils n'adoptent que peu de stratégies communicationnelles. La plupart des institutions muséales publiques manquent de promotion et de médiation, contrairement aux musées privés qui sont plus en avance sur le plan communicationnel.

6. Muséographie, espace, contenu et leur influence sur les publics

Le contenu est généralement l'un des premiers éléments déterminés par les concepteurs des musées. « L'impact de l'influence sur les publics, sur leurs degrés d'appréciations » (Goudal, 2013: 35). En Afrique du Nord par exemple, ce rapport n'est pas toujours pensé en amont. Deux choix s'offrent aux décideurs : la réutilisation d'un monument historique ou la construction d'un édifice aux formes innovantes. La première option est largement approuvée au Maghreb, « la majorité des musées notamment ethnographiques, sont installés dans des anciens bâtiments » (Goudal, 2013: 35-36). Ce choix, motivé par la richesse d'un patrimoine architectural que les pouvoirs publics cherchent à exploiter, pose problème. Pierre Nora souligne les contraintes muséographiques de ce choix. Il évoque les dangers qui menacent les objets lorsque le bâtiment n'est pas correctement entretenu et lorsqu'il ne répond pas aux normes d'expositions.

La deuxième option consiste à produire une architecture nouvelle et innovante du musée. Raymond Silverman, George Abungu et Peter Probst, montrent les limites de la construction d'un édifice neuf lorsque les rapports complexes architecture/muséographie/public ne sont pas pensés, de manière rigoureuse, en amont du projet. « Il ne suffit pas de construire de nouveaux bâtiments, si ces derniers, ne sont à priori, pas représentatifs, voire ne répondent pas aux attentes des publics » (Silverman, Abungu et Probst, 2021 : 231). Ces derniers, éloignés du champ culturel, ne perçoivent pas l'utilité des

musées. Ainsi, quelle que soit l'option retenue, la majorité des auteurs maghrébins comme CarlierOmar ou Yvette Bénayoun s'accordent à penser que le concept de musée est inadapté au Maghreb; le public est moins prêt à accepter cette nouvelle culture. En Mauritanie, le taux d'analphabétisme est trop élevé. Les publics ignorent entièrement l'idée de musée. Ce dernier se montre inexistant et inconnu pour les publics. Ce phénomène « concerne la plupart des pays en Afrique où les publics sont peu sensibilisés au patrimoine à l'inverse de ceux d'occident » (2021: 232). En parallèle, d'autres espaces culturels attirent l'attention des publics tels que les maisons de la culture, les théâtres, les événements culturels ou autres. Ces espaces culturels, moins touchés par le désintérêt des publics, suscite à notre sens, des questionnements: pourquoi les publics notamment de la Mauritanie s'intéressent tant à ces espaces festifs ? Par quels moyens ces lieux ont-ils attiré les publics ?

L'idée semble liée au fait que ces espaces sont des lieux de vie et non pas des temples de la culture. Émilie Goudal montre que le musée doit être un espace d'activités culturelles. Il doit s'apparenter à une maison de culture à des ateliers de peinture ou de théâtre. Le musée doit moins ressembler à un espace permanent, figé dans ces expositions. Goudal affirme que « la réussite du Musée réside dans son organisation d'activités culturelles » (Goudal, 2013: 139). Les musées doivent proposer des soirées musicales, des débats avec des artistes, des visites guidées en ville. Ils doivent également à améliorer leurs techniques de présentation. Selon Goudal, « la muséographie est une forme de festivité où les formes, les couleurs et l'histoire se lient pour créer une mise en scène » (Goudal, 2013: 140). Selon les propos de l'auteur, on comprend bien que l'émergence du musée remet en partie, l'importance de la muséographie et des activités muséales.

Certes, selon les exemples mentionnés, il est clair que les musées d'Afrique ne sont pas ceux de l'Europe ou de l'Amérique. La plupart des musées en Afrique prennent les modèles de musée occidentaux, comme point de référence. « Les responsables des musées en Afrique déclarent s'y conformer aux normes muséographiques internationales. Ils affirment parfois, qu'il faut en trouver de nouvelles méthodes de présentations, plus en accord avec les particularismes de l'Afrique » (Karamati, 2013: 59). A l'inverse, certains musées ne suivent aucune norme muséale et présente des espaces inappropriés et désorganisés ce qui influence négativement la visite des publics. Par ailleurs, les politiques de médiation entreprises par les musées en Afrique du Nord laisse poser certaines interrogations, en particulier la question de leurs adaptations aux publics visés: touristes, public national, local... et quel public? (adultes,

jeunes, enfants, public handicapé, etc.). L'accessibilisation des musées « passe par l'amélioration des conditions sociales des pratiques culturelles » (Karamati, 2013: 60). Yassine Karamati, souligne l'importance de l'éducation à la culture dès le plus jeune âge. Il montre également la limite des médiateurs qui guident les publics sans une réelle formation à la médiation culturelle. « Certains musées présentent une médiation minimale : des vitrines et quelques cartels. Les médiateurs ne sont pas des professionnels de la médiation, il y a peu de discours, et lorsqu'il existe, ils ne bénéficient pas d'une structuration réfléchie » (Karamati, 2013: 61). Les institutions muséales, notamment publiques, sont souvent mal médiatisées, à l'inverse des musées privés où la médiation et la communication sont adaptées aux attentes des publics. Un contraste s'installe alors entre institution publique et privée. Cette dernière, « est souvent administrée par des particuliers, des organismes privés ou des collectivités telles que les sociétés, les fondations, les institutions éducatives, etc. C'est souvent la collection d'un individu qui détermine comment celle-ci doit être exposée » (Audoynaud, 2015 : 126).

À l'inverse du musée privé, l'institution publique est gérée uniquement par l'État et bénéficie souvent d'un faible financement. Il n'est donc, pas rare que l'institution muséale privée déploie plus de moyens de médiation (ex, nouvelles technologies) et participe activement à la promotion du patrimoine et de la culture. Les musées, notamment privés, sont considérés comme des espaces touristiques avant d'être des espaces culturels. « Les musées privés utilisent souvent une muséographie analogique, c'est-à-dire un procédé de mise en exposition qui offre, à la vue des visiteurs, des objets originaux ou reproduits, en les disposant dans un espace précis de manière à ce que leur articulation en un tout forme une image, une mise en scène » (Bergeron et Loget, 2021 : 98).

Le recours à ce type de muséographie correspond à un désir d'attraction. Il permet de s'adresser aux publics à travers des expositions spectaculaires. « Bien que ces muséographies aient à l'origine comme objectif de vulgariser les savoirs présentés et d'attirer un maximum de visiteurs notamment les touristes, elles ont pourtant entraîné la disneylandisation¹¹⁴ des musées, c'est-à-dire le glissement de la mise en exposition vers la mise en spectacle, ce qui

¹¹⁴La notion de disneylandisation est fortement liée à Sylvie Brunel, qui l'a forgée et qui l'a abondamment utilisée dans sa production scientifique. Souvent utilisée avec un point d'interrogation, elle désigne une facette de la mondialisation touristique, laquelle transformerait le monde en un gigantesque parc d'attraction pour les touristes. La disneylandisation est la transformation des sociétés et des cultures locales, par la présence de touristes, et pour répondre à leurs attentes. Elle peut être aussi une muséification en ce qu'elle fige paysages et pratiques afin de correspondre aux représentations ou aux clichés attribués à un espace ou à une population.

affecte la crédibilité du contenu scientifique des expositions » (2021: 99). Quant aux musées publics principalement dans les pays d'Afrique du nord, ils sont en majorité installés dans des monuments anciens, souvent inappropriés à l'exposition. Ce choix offre certains avantages, mais comporte également beaucoup d'inconvénients. Selon Charlotte Jelidi, lorsque le bâtiment est un monument historique qui présente un intérêt particulier, et lorsque la nature des objets exposés leur permet de s'intégrer facilement au cadre architectural du bâtiment, la visite est dans ce cas double : la visite du monument et celle de la collection ou de l'exposition. Mais lorsque le thème de l'exposition n'a aucun lien avec le monument, les contraintes spatiales et autres peuvent nuire au message et sens de l'exposition. L'aménagement muséographique devient un véritable casse-tête pour les concepteurs et dont les résultats ne sont pas garantis. Pour cette raison, la tendance de créer des musées dans des monuments historiques est en train d'être abandonnée en Afrique du Nord au profit de nouvelles constructions plus moderne.

En outre, selon Jelidi, les musées publics souffrent de l'insuffisance des dispositifs de médiation. Lorsque la visite est guidée, les publics peuvent se passer de ces dispositifs puisqu'un professionnel se charge de leur expliquer le contenu de l'exposition ; mais lorsque le médiateur est absent, le manque de dispositifs peut exclure les publics ou les éloigner de l'institution muséale. Certains musées publics, comme le musée islamique du Caire, ont du mal à attirer les publics, malgré un contenu riche et exceptionnel. Le musée islamique du Caire par exemple, « abrite des manuscrits uniques au monde; néanmoins, malgré l'importance de ses collections, très peu de visiteurs le visitent. Cet état s'explique par l'absence de médiation et de dispositif médiatique au musée » (Karamati, 2013 : 60).

Le musée islamique du Caire n'utilise aucun moyen de communication, même son site web n'est presque jamais mis-à-jour. Les publics se rendent au musée sans avoir une vision préalable de celui-ci. De plus, la muséographie du musée ne met pas en valeur la nature des collections. Nous parlons d'un patrimoine islamique, sacré dans son contexte qui doit, d'une façon ou d'une autre, être respecté et mis en valeur. Les musées notamment ceux en Afrique du nord, méritent d'être repensés dans leur politique, contenu et espaces. Il n'est pas seulement question de moderniser les expositions ou les bâtiments muséaux, mais d'inclure les populations, de répondre à leurs préoccupations. Le musée doit jouer un rôle éducatif en informant les publics, en les initiant à la culture d'une manière à remplir leurs intérêts pour la

culture et le musée. L'institution muséale pour être attractive doit à notre avis, disposer d'un personnel suffisant et qualifié, elle doit améliorer la qualité de la visite en dotant chaque musée d'un service de communication. Elle doit s'ouvrir sur les nouvelles technologies de communication et collaborer avec les publics, mais aussi avec d'autres institutions muséales comme ce qui est le cas des musées de l'Europe.

Conclusion

Les musées, notamment en Afrique, « font face à des défis uniques qui reflètent la complexité et la richesse des sociétés où ils se trouvent. Ils luttent contre des problèmes de financement et de conservation, tout en cherchant à rester pertinents dans un monde en rapide évolution» (Karamati, 2013: 23). Le besoin de représentation des cultures et l'engagement envers une éducation inclusive sont des défis que ces musées doivent relever, sans oublier la représentation des communautés, leur insertion culturelle et économique. Des responsabilités que les musées devraient s'en acquitter pour acquérir le statut d'institution démocratique. Pour ce faire, les musées sont tenus de développer leurs stratégies, d'innover dans leurs choix muséographiques, de s'ouvrir sur les éléments qui préoccupent les sociétés notamment africaines. Ces dernières, malgré les démarches entreprises par les États africains, entretiennent en majorité, «un rapport d'extériorité ou de non-appropriation»; ce qui engage les États à s'interroger sur les raisons de ce désintérêt voire d'insouciance envers les musées (2013 : 23-24).

Cette situation pourra, comme nous l'avons mentionné, s'expliquer par un déficit en matière de médiation et de communication, ce qui retarde la compréhension et l'inclusion des visiteurs. De même, que dans la majorité des pays en Afrique, la culture muséale est presque inexistante voire très faible ce qui nous interroge dans ce sens, sur le rôle des familles et de l'école en particulier.

Ce chapitre, a eu pour objectif de dévoiler le rôle socio-économique des musées, leur capacité à intégrer le public exclus. Il met en lumière les essais, les stratégies menées par les professionnelles, notamment en Afrique, pour ouvrir l'institution vers les diverses catégories de publics. Dans le prochain point, nous traiterons la question des musées au Maroc. Ce pays émergent dans le domaine culturel en Afrique du Nord, nécessite à notre sens, une analyse plus approfondie faisant l'objet d'une partie spécifique. Nous déterminerons ainsi, les démarches des musées au Maroc, leurs limites, avancées et perspectives. L'objectif est certes, connaître la relation entre le public et le musée au Maroc, mais aussi, le rôle que l'institution muséale pourra jouer dans la société marocaine.

Partie III

Cadrespécifique delarecherche

Chapitre I

LesmuséesauMaroc:genèsetévolution

Introduction

Le Maroc dispose d'un riche patrimoine, matériel et immatériel, des structures muséales qui participent à la conservation, à la valorisation et à la promotion de ce patrimoine. Mais il convient de dire que ces musées sont une création coloniale dont il convient d'exposer les conditions politiques et culturelles ayant suscité leur implantation dans le pays et leur développement ultérieur. Trois périodes sont à retenir: la période coloniale, la période postcoloniale et la création de la Fondation Nationale des Musées (FNM). Nous tenterons à travers ces trois périodes de développement des musées de questionner l'identité de ces institutions en relation avec la question des publics qui constitue l'essence de notre recherche.

1. Histoire des musées au Maroc

Le moment de la création

Il est admis, depuis longtemps, que les deux premières institutions muséales ayant vu le jour au Maroc, furent le musée Batha à Fès et celui des Oudaias à Rabat. Le premier est installé dans un vieux palais royal à la périphérie de la médina de Fès, le second au sein de la Kasbah des Oudaias. Cependant, une étude récente a prouvé l'existence d'un premier musée au Maroc bien avant cette date. Il s'agit du musée de la mission scientifique française à Tanger.¹¹⁵ Juste après cette création dont on n'a plus de traces tangibles, le Batha et les Oudaias furent mis en place.

L'ensemble des musées du protectorat a vu le jour entre 1915 et 1939. Ces musées ont été fondés à la fois par les français et par les espagnols. « Plusieurs acteurs étaient derrière leur création à savoir le Général Hubert Lyautey, Alfred Bel, Jean Galloti, Prosper Ricard, Michaux-Bellaire et Louis Châtelain pour la zone du protectorat français. Quant à la zone du protectorat espagnol, on peut citer: César Louis de Montalban (1925-1935), Pelayo Quintero Aauri (1940-1947) et Miguel Tarradell (1948-1954) » (Lazhar, 2024: 183). La naissance des musées marocains n'est pas le résultat d'une évolution interne de la société marocaine, mais plutôt « d'une fracture historique qui a vu l'Occident imposer ses valeurs sans les adapter ou

¹¹⁵Selon Echerki Dahmali, « le premier musée au Maroc était installé en 1906 dans la ville de Tanger avant le début des interventions militaires françaises au Maroc (occupation d'Oujda, de Casablanca et de la Chaouia en 1907) » (Dahmali, 2023, 182).

les contextualiser» (Lazhar, 2024: 184). Les musées ont d'une certaine manière, été imposé aux marocains. Voici la liste des musées établis sous les protectorats français et espagnol.

Musée	Type	Année de création
Musée Batha de Fès	Ethnographique	1915
Musée des Oudaya à Rabat	Ethnographique	1915
Musée Dar Jamai à Meknès	Ethnographique	1920
Musée archéologique de Rabat	Archéologique	1920-1931
Musée la kasbah à Tanger	Ethnographique et archéologique	1922
Musée Bab Oqla à Tétouan	Ethnographique	1928
Musée Dar si Said à Marrakech	Ethnographique	1932
Musée archéologique de Tétouan	Archéologique	1939

Tableau 1: Musée créé par les administrations coloniales françaises et espagnoles.

La création de ces musées dévoile le contrôle du pouvoir colonial sur la culture marocaine. «Les musées étaient utilisés pour justifier la domination coloniale en présentant les cultures locales comme inférieures, nécessitant une civilisation par les colonisateurs » (Dahmali, 2023, 182). Le pouvoir colonial a également mis en place une politique de gestion du patrimoine à travers un ensemble d'institutions nouvellement créées, dont le Service des Beaux-arts et des Monuments Historiques. Celui-ci, outre sa mission de superviser la conservation et la mise en valeur du patrimoine culturel, avait « le contrôle sur la sélection des œuvres d'art et la manière dont elles étaient présentées au public » (Wagenhofer, 2012 : 09).

Cette situation a souvent conduit à une représentation coloniale de l'art et de l'histoire marocaine. Les choix curatoriaux reflétaient la volonté de mettre en avant une certaine image du Maroc qui correspondait aux idéaux et aux objectifs politiques du pouvoir colonial. C'est dans ce sens, qu'en 1918, fut fondé l'Office des Industries d'Arts Indigènes, qui deviendra en 1920, le Service des Arts Indigènes. Ce dernier, selon Prosper Ricard, « avait pour mission de « de préserver et de promouvoir l'artisanat marocain tout en respectant son authenticité et ses traditions » (Ricard, 2018:24). Dans ce contexte, le mot-clé était l'authenticité. « Pour Prosper Ricard, qui se battait contre un « faux exotisme », la préoccupation principale était de trouver une forme authentique de l'artisanat rural et urbain, qui devait ensuite « être écoulé sur le marché européen grâce à une production de masse » (Wagenhofer, 2012: 11). Pour ce faire, il a été nécessaire de former une nouvelle génération d'artisans. « L'objectif auto-déclaré de la politique culturelle coloniale était la protection de l'artisanat artistique et le façonnement d'une sensibilité à l'égard de l'authenticité d'un côté et des mauvaises copies de l'autre » (Ennaji, 2005 : 201).

L'idée n'était pas seulement d'atteindre une potentielle clientèle européenne, mais avant tout les Marocains, dont la compréhension pour l'artisanat artistique, sa signification et son appréciation leur a largement été dénié. Ennaji Moha décrit que les objectifs de la politique coloniale au Maroc est de « former le goût de la foule, qui a le sens inné du beau, mais qui doit apprendre à connaître la valeur intrinsèque d'un objet » (Ennaji, 2005 : 201-202). Cet objectif s'insère très bien dans le concept de « mission civilisatrice » que la France comme les autres puissances coloniales ont érigé en stratégie de légitimation de leur domination coloniale. « Le pouvoir colonial se présentait comme un protecteur du patrimoine marocain. La relation entre protection, patrimoine et protectorat n'était nullement dénuée de visée politique » (Ennaji, 2005: 203). Selon Tranchant De Lunel, « Le pouvoir colonial avait pour intention, de dévoiler l'aspect positif de la colonisation afin de garder sa présence sur le territoire marocain » ¹¹⁶(De Lunel, 1924 : 271).

¹¹⁶En Europe dans les années (1915-1925), a été organisée l'exposition des arts décoratifs à Paris et les expositions internationales à Lille, Strasbourg et Neuchâtel. À travers ses expositions, « le Pouvoir colonial aspirait à mettre en exergue les réalisations, la conquête et la force de l'occident industrialisé qui contraste avec un sud arriéré, conquise et primitif » (Amahan, 1992 :45). Ces médias, présentaient les richesses patrimoniales de l'Afrique notamment du Maroc et offraient un spectacle exotique adressé notamment aux colons et aux visiteurs européens.

La plupart des musées, en période coloniale, étaient soit archéologique ou ethnographique. « Aux premiers, on pouvait voir les découvertes des fouilles archéologiques comme dans le Lixus ou le Volubilis, dans les seconds, des objets variés, comme les textiles, bijoux, céramiques, armes ou instruments » (Amahan et Cambazard-Amahan, 1999: 49). Ces musées, remplissaient une fonction supplémentaire : ils servaient d'instrument de légitimation du pouvoir colonial, et à la fois, de démonstration de supériorité. Tout ce qui était considéré comme artisanal, authentique et vrai, était entre les mains de la puissance coloniale. Comme le souligne Ali Amahan, « les marocains n'avaient pas la possibilité d'évaluer la valeur réelle des objets et par la suite, on leur a reproché de ne pas entretenir correctement leurs propres traditions » (Amahan et Cambazard-Amahan, 1999 : 49-50).

La vision du colonisateur français, comme homme de culture moderne, « s'est vue opposée à une société marocaine rétrograde et passéiste, ce qui a mis en évidence la supériorité européenne » (Ennaji, 2005: 203-204). Cette dominance coloniale, devait être reflétée aux musées, à travers divers choix : premièrement, le choix des lieux. Les résidences des souverains marocains avaient été dépossédées de leur premier objectif. Elles n'étaient plus le centre du pouvoir, mais avaient été transformées en musées. « La transformation des lieux de pouvoir en musée avait pour objectif d'affirmer le contrôle du pouvoir colonial, sa dominance sur tout le territoire national » (Ennaji, 2005 : 204).

De plus, l'agencement des œuvres devait faire état, de la frontière entre-soi et autrui (entre colons et peuple marocain)¹¹⁷ et affirmer la domination et la supériorité. Les expositions dans les musées s'apparentaient à la conservation d'objets dans un dépôt. Une multitude d'artefacts étaient exposés sans contexte, sans explication et sans organisation. L'art et la culture indigène étaient considérés comme des cabinets de curiosité, exotique, et hors de toute modernité. Katarzyna Pieprzak affirme que « l'art et la culture indigène étaient arrangés comme un bric-à-brac exotique hors de la téléologie de l'histoire et surtout hors de la modernité » (Pieprzak, 2010: 219). Aussi la différence catégorique entre arabe et amazigh a été, tout au long de la période coloniale, répercutée dans les expositions où « l'on associe au premier, les attributs de la modernité et au second, les caractéristiques de la ruralité » (De Lunel, 1924 : 89). Cette catégorisation a été utilisée dans les musées coloniaux à créer une forme de

¹¹⁷ Le public cible était en plus des artisans, lesquels devaient s'adapter aux formes et aux couleurs collectées, des clients potentiels, la plupart du temps européens.

tension auprès des intellectuels marocains qui revendiquaient les discours des musées. Par ailleurs, le reste de la population marocaine, à l'exception des chercheurs et intellectuels, ignorait l'existence même de l'institution muséale et son rôle dans la société. Le public de cette époque, avait pour seul objectif, sortir de l'enclave coloniale pour atteindre l'indépendance nationale.

Phase postcoloniale (1956-1980): tentative de redressement

Après l'indépendance du Maroc en 1956, le pays disposait déjà, comme mentionné dans le tableau ci-dessus, de six musées ethnographiques. Ces derniers, « étaient des instruments de la politique culturelle coloniale et ne rentraient pas dans la ligne politico-culturelle de l'Etat marocain » (Amahan et Cambazard-Amahan, 1999 : 65). Afin de séduire des narrations coloniales et pour attirer les divers publics, l'état a tenté de changer sa politique culturelle, de réorganiser le contenu des expositions, de réaménager les espaces. Cependant, malgré certaines tentatives de redressement, l'intérêt de l'état marocain s'est principalement dirigé vers des domaines, qui selon lui semblent plus importants tels que l'éducation, l'économie, l'artisanat, le tourisme et l'agriculture.

On peut dans ce sens, se demander pourquoi ce désintérêt pour les choses de la culture et du patrimoine. Question pertinente qui s'explique par le fait que le musée en tant que notion européenne, n'était pas encore pris en compte par l'état. Raison pour laquelle cette institution est tombée dans l'oubli, et « les collections qui y étaient exposées ou déposées ont été livrées aux aléas du temps subissant toutes formes de dégradation. » (Cheradi, 2012:201). La disparition pure et simple du musée de Casablanca, dans des circonstances pas encore précises, en est un témoin éloquent.¹¹⁸ D'une manière générale, il est difficile de parler politique muséale au Maroc dans les premières années de l'indépendance. Il n'y avait, par exemple, aucun budget consacré au renforcement des musées. Ces derniers, subissaient la stagnation, l'oubli et parfois même la disparition. « Les compétences politiques étaient

¹¹⁸ Il n'a eu aucune recherche expliquant le sort de ces musées et des collections. Nous supposons que le musée a été démolé au profit de projets immobiliers qui recouvrent la ville de Casablanca et que les collections sont probablement exposées dans l'un des musées nationaux ou stockées dans des réserves. Par ailleurs, « un autre exemple de la disparition des collections est celui du Zellig, exposé au palais El Badii à Marrakech et qui a été complètement disparu pour des raisons encore inconnues » (Dahmani, 2023 : 62). Des exemples pareils risquent à notre avis, d'être encore plus nombreux et on ne peut se rendre compte tant qu'on n'a pas encore restitué toutes les données sur leur constitution, sur leur vie et sur leur évolution dans le temps et dans l'espace.

confuses, les efforts pour consolider le sentiment d'identité nationale, étaient essentiellement déployés dans le domaine de l'éducation» (Cherradi, 2012: 210). La culture et le musée sont restés, un cadre marginalisé soumis à l'oubli et à la mauvaise gestion. Néanmoins, si les musées n'étaient pas perçus par le gouvernement marocain, comme un instrument au service de la société, ils ont joué, comme au temps du colonialisme, un rôle dans l'incarnation de la modernité et du progrès. Et l'on ne peut qu'être d'accord avec Pieprzak, qui souligne que : « Le Maroc pour être considérés comme moderne, édifiait des musées » (Pieprzak, 2010: 221). En effet, la construction d'institutions muséales, l'entretien des édifices historiques et la réhabilitation des quartiers de la médina n'étaient pas une simple question de politique nationale ou de politique culturelle ou touristique, mais plutôt un appel au modernisme, une ouverture du patrimoine et de la culture marocaine.

Dans ce sens, plus particulièrement dans les années 1963, le gouvernement marocain a montré un grand intérêt pour la collaboration avec l'UNESCO. C'était l'occasion pour le Maroc de se présenter comme un Etat moderne, indépendant et progressiste. « L'UNESCO envoyait une délégation pour passer en revue les sites, monuments et biens culturels, tels que les anciens manuscrits et objets en recommandant un programme pour leur conservation.» (Wagenhofer, 2012: 12). En 1968, «l'historien de l'art et spécialiste du Maghreb Lucien Golvin, visita le Maroc par demande de l'UNESCO afin d'aider le gouvernement marocain à créer de nouveaux musées et à restructurer ceux déjà existants » (De Lunel, 1924: 102). Suite à cela, Golvin conseilla le gouvernement marocain à moderniser les musées et qu'une nouvelle institution moderne soit construite à Rabat.

L'intérêt croissant du gouvernement marocain pour le renforcement des infrastructures muséales était également lu dans une optique d'expansion du secteur touristique. « Dans le plan économique de 1968, le tourisme était au centre de la politique économique marocaine. Le Maroc prévoyait d'atteindre un chiffre de 1 million de visiteurs annuels » (Wagenhofer, 2012: 12). C'est pour cette raison que de nouveaux musées furent ouverts¹¹⁹ et notamment dans des lieux où l'industrie touristique était mise en valeur. Les musées servaient avant tout de vitrine médiatique et commerciale pour le Maroc que ce soit pour les touristes ou pour une communauté intellectuelle.

¹¹⁹Nous citons à ce titre : le musée Borj du Nord à Fès créé en 1963, et le musée national de la poste à Rabat en 1970,

Les stratégies pour attirer un public local n'étaient pas encore développées à l'exception de l'initiative lancée par Ali Amahan. Ce dernier, en tant que directeur du musée Batha à Fès, « a développé dans les années 1970,¹²⁰ des offres dirigées vers les publics marocains. Des expositions, des conférences et des performances théâtrales ont été mises en place au musée Batha afin d'ouvrir l'espace muséal aux publics (Wagenhofer, 2012: 13). Le musée Batha était régulièrement mis en avant dans les médias à l'occasion de manifestations culturelles. Cependant, rare sont les publics à s'intéresser au musée ; à cette époque, les marocains ignoraient toujours l'importance du musée ou même parfois son existence. Selon Sophie Wagenhofer, « le gouvernement de l'époque avait pour priorité de développer le secteur touristique et qu'en raison de cette politique gouvernementale, les musées ont été exclusivement fréquentés par les touristes » (Wagenhofer, 2012 : 13-14).

Cependant, nous rejetons les propos de Wagenhofer, car à notre avis, il n'est pas uniquement question de politique centrée sur le tourisme. Le manque de conscience ou d'éducation muséale, la non-représentation et l'inintégration des publics aux musées, la situation précaire des populations et le manque d'expositions thématiques, peuvent expliquer ce désintérêt local pour les musées. L'Etat n'avait pas su comment exploiter le potentiel muséal dans l'affirmation d'une identité nationale. Aucune institution ayant pour objectif de représenter le public national n'a été créée. « C'est seulement en 1980, que le roi Hassan II a ordonné que l'ancienne résidence du général Hubert Lyautey à rabat soit transformée en musée : le musée royal du patrimoine et des civilisations » (Karamati, 2013 : 87).

Le choix de ce lieu est très symbolique dans le sens où un centre de pouvoir colonial va être converti en musée. Cependant, ce projet n'a pas pu être réalisé, car le budget consacré à sa réalisation a été insuffisant. De plus, le Maroc avait d'autres préoccupations, dont l'amélioration du secteur du tourisme et d'emploi. Ainsi, après l'indépendance, de nouvelles institutions muséales ont été créées et dont la gestion a été confiée au Ministère de la Culture. À titre d'exemple: le musée des armes du Borj du Nord à Fès (1963), le musée de la poste à Rabat (1970), le musée Sidi Mohamed Ben Abdallah à Essaouira (1980).

¹²⁰La création d'un ministère d'Etat chargé des affaires culturelles placé sous la direction de Mohamed El Fassi en 1974 illustre clairement que la conservation, la promotion et la mise sur le marché de la culture ou de l'héritage culturel et l'ouverture aux publics, remportait de plus en plus de considération.

Ces musées, nouvellement créés après l'indépendance, reflétaient le désir de l'état de représenter la culture et le patrimoine marocain. Cependant, « La transformation qu'a eue lieu sur les musées au Maroc a été principalement formelle » (Pieprzak, 2010: 224). Il s'agit d'un changement basé sur l'esthétique (nouvelle construction, diversité d'objets, etc.) alors que le contenu des expositions est resté inchangé là où aucune thématique sociale n'a été abordée. Les musées au Maroc ont longtemps négligé la représentation des publics, ce qui a depuis la colonisation, limité leurs missions (conserver pour exposer) et même leur attrait. Le public était faiblement considéré, il s'agissait uniquement de tentatives de création, d'ouvertures, d'attractions, et de redressements des musées. La plupart des musées au Maroc, «sont passés sans réflexion de musées coloniaux à des musées nationaux » (Ben Bachir et Najib, 1981 :32). En effet, il s'agissait de construire de nouvelles institutions muséales qui continuaient de suivre le modèle hérité de la colonisation.

Les musées sont restés ancrés aux visions colonialistes, celles de conserver pour exposer à des fins touristiques. Ils ont souvent été perçus comme des vitrines touristiques, servant à mettre en avant des collections pour finalement attirer les touristes et non les communautés locales. Cette approche, héritée de la période coloniale, a limité l'engagement des musées marocain envers les publics. Les musées après l'indépendance, ont continué à fonctionner comme des lieux de conservation et d'exposition, sans véritablement évoluer vers des espaces de dialogue et d'interaction culturelle. « L'État, à la fin des années 1980 et début 1990, a lancé les premières initiatives privées, date à laquelle des musées privés ont été créés » (Wagenhofer, 2012: 13). Ces institutions avaient pour objectif de « sauver le musée » contre sa stagnation, son irréprésentabilité, d'éveiller la conscience des marocains, les initier, et les intégrer au musée. Il s'agit de mettre en place une offre qui s'adresse aux besoins des visiteurs marocains et non seulement des touristes.

Secteur privé (1980-2011): vers une ouverture muséale

Vers la fin des années 1980, les discours identitaires, historiques et politiques au Maroc se sont plus ou moins transformés. La question de la diversité sociale et culturelle longtemps absente des discours politiques marocains, est devenue dans les années 1980-1990, un sujet de grande importance. Elle a été propagée par différents acteurs, dont le Roi Hassan II lui-même. Ce dernier, « voulait améliorer l'image du Maroc, notamment en Europe et aux États-Unis » (Ben Bachir et Najib, 1981 : 38). Hassan II souhaitait présenter le Maroc comme un pays moderne et ouvert. L'idée d'une société plurielle, a été largement diffusée notamment auprès des associations et des médias nationaux. « Le Maroc a été ainsi, montré comme un pont culturel reliant l'Europe, l'Afrique et le monde arabe. Il a été présenté comme un modèle important à suivre qui promeut le dialogue entre les différents groupes ethniques et les différentes croyances religieuses » (Ben Bachir et Najib, 1981 : 38).

Ces changements se reflètent particulièrement dans le paysage muséal. Après le discours du roi Hassan II, de nombreuses institutions muséales privées ont été créées. Les musées privés représentent une tentative d'ouverture vers de nouvelles présentations. Ils sont le déclencheur d'un changement muséal et culturel important. Le musée de Tiskiwine, par exemple, fait partie des premières institutions privées à Marrakech. « Fondé en 1996 par le collectionneur Bert Flint, ce musée a depuis sa création, bénéficié de la protection de la culture et du patrimoine berbère » (Ben Bachir et Najib, 1981 : 36). Un autre exemple, celui du musée privé de Marrakech. Cette institution présente une riche collection d'objets ethnographiques. « Créé en 1995 par le collectionneur Omar Benjelloun, cette institution a dû fermer ses portes à cause d'un manque de ressources financières » (Ben Bachir et Najib, 1981 : 36). De plus, le musée n'avait pas profité d'une bonne médiation ou promotion de contenus. À Casablanca, l'exemple le plus intéressant est celui du musée Judéo-Marocain. Cette institution est dédiée, depuis sa création en 1997, à la culture marocaine Juive. Elle expose divers objets ethnographiques et tend à refléter l'héritage juif dans toute sa diversité. Par ailleurs, à Fès, le musée Nejjarine des Arts et Métiers du Bois relevant de la Fondation Mohammed Karim Lamrani pour l'Ensemble Nejjarine, est spécialisé dans le travail du bois. Logé dans le Fondouk Nejjarine (début 18^e siècle), ce musée représente un témoignage de l'histoire de la ville de Fès en exposant une riche collection de bois. Il est désormais l'un des plus importantes structures privées à Fès.

À Casablanca et à Rabat, notamment en 1999 et 2006, des institutions d'art moderne ont été ouvertes: les villas des arts. « À Rabat comme à Casablanca, des villas du début du 19^e siècle ont été rénovées et aménagées selon les standards des musées modernes » (Wagenhofer, 2012: 14). En outre, la promotion des artistes a été largement soutenue. Par exemple, dans la villa des arts de Rabat, « des ateliers ont été aménagés dans lesquels les artistes peuvent travailler. Les deux villas des arts, hébergent des projets artistiques variés et des manifestations culturelles, comme par exemple le projet de la « maison du conte » à Casablanca, qui informe et met en valeur les traditions orales classiques » (Wagenhofer, 2012: 14-15). De plus, les villas des arts essaient de créer grâce à des visites spécialisées et des ateliers, une offre pour les enfants afin de leur offrir un accès à l'art contemporain et de développer leurs sens de créativité.

Les villas des arts, par la richesse de leurs activités artistiques et culturelles, ont un effet direct sur le développement de l'art contemporain au Maroc. Elles apportent une perception différente de l'institution muséale auprès de la population marocaine. « La mise aux normes des nouveaux musées aux standards internationaux lance un défi aux musées privés, que ce soit à travers la mise en place des contenus d'exposition, d'une offre variée d'éducation pédagogique, d'un personnel formé à la muséologie ou aux techniques spéciales de conservation et de restauration d'objets » (Ben Bachir et Najib, 1981 : 41). Parfois, les collections dans certains musées privés, surpassent en taille et en valeur les collections des musées étatiques. Cependant certains musées dits « privés » posent problème, notamment celui de Belghazi à Rabat. Ce dernier loin de s'inscrire dans une déontologie muséale claire, s'adonne à des activités lucratives douteuses et non contrôlées par le Ministère de la Culture. Par ailleurs les conditions de conservation dans ce musée sont presque inexistantes. « Les collections sont exposées dans de mauvaises conditions subissant toute forme de détérioration » (Cherradi, 2012: 201). De plus, le musée n'a aucune politique vis à vis des publics et se présente comme un cabinet de curiosité où les chefs d'œuvres du Maroc sont stockés pour être exposés à des fins de commercialisation avec le risque qu'ils quittent le pays illicitement.

Malgré certaines exceptions, « les musées privés ont plus ou moins, pu instituer de nouveaux référentiels au Maroc » (Pieprzak, 2010: 225). Ils ont adopté de nouvelles techniques de représentation et de communication (ouvertures sur les nouvelles technologies). Ils ont tenté par leur moyen d'inclure et d'attirer un public diversifié. Certes, il n'existe aucune

loi qui institutionnalise ces musées à l'inverse des musées publics. « Les musées privés dépendent de financements privés, et de la vision de leurs fondateurs. Cela, leur permet d'avoir une grande flexibilité en termes de gestion et de programmation, mais peut également entraîner un manque de standardisation et de régulation » (Pieprzak, 2010: 227). En outre, les musées privés n'ont pu finalement attirer que des artistes, des intellectuels et des touristes.

L'institution muséale quoique indépendante et moderne, a été dans l'incapacité d'attirer un grand nombre de public. Elle semble presque figée, limitée à des publics particuliers, faisant souvent partie du domaine artistique ou intellectuel. Le reste de la population semble absent, moins averti à l'importance du musée et des expositions. La notion de non-public est fortement présente au Maroc. Les marocains semblent être désintéressés par les musées, ce qui nous laisse poser certaines questions : si dans les musées privés les espaces, les contenus sont bien mis en avant et les problèmes financiers sont moins ou pas posés ; pourquoi ces institutions ont donc moins d'attrait ? Comment dans ce cas d'indifférence, les musées au Maroc pourront-ils attirer les non-publics ?

Pieprzak explique que « les discours des musées au Maroc, privé ou étatique, ne s'adressent qu'à une minorité intellectuelle. Les populations moins initiées à la culture ne pourront en aucun cas comprendre ou apprécier les contenus exposés » (Pieprzak, 2010: 233). Nous rejoignons l'avis de l'auteur, sauf qu'à nos yeux, le manque d'attrait des musées, ne vient pas seulement du manque d'initiation à la culture, des problèmes budgétaires, ou des politiques culturelles mal pensées, mais il est engendré par la diversité culturelle et ethnique du Maroc. En effet, le pays abrite plusieurs sphères culturelles (berbère, juif, saharien, etc.). Le musée doit s'ouvrir sur les différentes ethnies, catégories et religion afin d'éviter les stigmatisations sociales. Les musées au Maroc semblent homogénéiser les publics, s'adressant à une seule catégorie de la société: les initiés à l'art et à la culture. Alors que les non-initiés, trouvent souvent des difficultés à saisir les discours des musées.¹²¹

La majorité des marocains n'ont pas les connaissances culturelles suffisantes pour comprendre les messages des expositions muséales. De même que la culture muséale est absente dans les écoles, dans la famille. Bourdieu décrit clairement l'importance de l'éducation et le rôle de l'école dans la sensibilisation des publics. Pour l'auteur, « l'école

¹²¹ Les discours des musées peuvent parfois sembler exclusifs pour les non-initiés, car ils utilisent souvent un langage spécialisé et des références culturelles ou historiques spécifiques.

joue un rôle nécessaire dans la compréhension des cultures savantes » (Bourdieu, 1979: 66). Bourdieu et Alain Darbel affirment que la fréquentation des musées est liée au potentiel culturel des publics et ainsi qu'à leur éducation. Les musées selon Bourdieu, « accentuent les inégalités sociales, renforcent le sentiment d'exclusion chez les publics. Ils créent une forme de hiérarchie sociale, puisqu'ils adoptent des discours savants qui ne sont compris que par les initiés » (Bourdieu, 1979 : 69). Les publics qui ne fréquentent pas les musées n'ont pas l'éducation, les acquis et les outils nécessaires à leur compréhension. On peut dire que par manque d'éducation, la plupart des marocains ignorent l'importance du musée. Ce dernier, semble à leur regard n'avoir aucune valeur ou utilité.

Dans les années 2000, des institutions muséales spécialisées furent créées et consacrées à l'histoire, à la culture des divers publics issus notamment de différentes ethnies. Nous citons, le musée du patrimoine berbère à Agadir et le musée des arts sahariens à Laayoune. Ces musées « ont permis de promouvoir un patrimoine longtemps négligé par le pouvoir colonial, d'intégrer des populations longtemps traitées comme rurales. Ce type de projet met en lumière la diversité et le pluralisme culturel et humain du Maroc » (Jelidi, 2013: 09). En parlant de pluralisme, la population juive représente également une composante de l'histoire marocaine. Comme nous l'avons déjà mentionné, le musée judéo-marocain reflète les relations culturelles et historiques entre les deux populations marocaines (musulmane et juive). « Ce musée cherche à renforcer les liens entre les juifs et les musulmans. Il tend à être un exemple d'institution tolérante qui favorise l'égalité et le pluralisme culturel » (Aoudia: 2018:37). Cependant, ce type de musée quoiqu'important, n'intéresse qu'une petite catégorie de la société notamment juive. Le musée juif se montre toujours moins attractif pour les publics marocains non-juifs. Il est même inconnu pour de nombreux marocains qui ignorent la présence d'une telle institution au Maroc.

À notre avis, il ne suffit pas de diversifier les contenus, les musées ou même les méthodes de présentation pour attirer les publics, mais il faudrait répondre à leurs préoccupations. Les musées au Maroc dans leurs phases coloniales et postcoloniales semblent reproduire les modèles occidentaux au sens esthétique du terme et non scientifique ou social. En effet, les musées privés ou même étatique sont plus centrés sur l'apparence et la présentation des contenus sur le public lui-même. Malgré les tentatives de diversification

ou d'élargissement des publics, les résultats semblent encore trop faibles.¹²²Pourrions-nous supposer que la dénomination « musée privé » de par son caractère payant fait-elle fuir les publics? Si c'est le cas, pourquoi les musées étatiques n'attirent à leur à leur tour que peu de visiteurs ?

La réponse à ces questions, semble interroger la place du musée dans la société marocaine, mais aussi la politique culturelle entreprise dans ce sens. Tout d'abord, on entend par politique culturelle « un ensemble d'actions réfléchies qui vise à promouvoir la culture. Ces actions peuvent porter aussi bien sur la préservation du patrimoine matériel ou immatériel, que sur la promotion de la création, soutenant ainsi, les structures de diffusion de la culture » (Latarjet et Marguerin, 2022 : 68). La politique culturelle implique toutes les tendances culturelles « qu'elles soient classiques ou modernes, majoritaires ou minoritaires, de consommation de masse ou élitistes, c'est-à-dire que chaque citoyen doit se retrouver dans cette politique culturelle » (Latarjet et Marguerin, 2022 : 70). Comme le souligne bien Mostapha Nhaila, « la politique culturelle doit être vérifiée à la lumière du rapport qu'entretient le public avec le musée » (Nhaila, 2017 : 446).

La réception des œuvres qu'elles soient ethnographiques, archéologiques ou artistiques, est déterminée par les compétences culturelles du public. Une partie non-négligeable des publics marocains, ne détient aucune culture muséale qui la prédispose à fréquenter le musée. De là intervient le rôle de l'école dans l'éducation des jeunes générations à l'importance de la culture et des musées. Selon Habiba Aoudia, « l'école, aide les apprenants à développer leurs compétences culturelles afin qu'ils puissent s'initier à la culture et être des récepteurs actifs au musée » (Aoudia : 2018: 39). Sans l'initiation des publics, l'institution muséale s'affirme comme étant élitiste au service d'une catégorie particulière. Il est du rôle de l'État d'inciter les écoles à enseigner la culture muséale, à sensibiliser les nouvelles générations à l'importance du musée à l'aide d'une stratégie culturelle capable d'intégrer le public national. Mais cela reste aussi conditionné par le développement du champ muséal. Toutefois, « une étude sur les musées réalisés par le ministère de la culture a dévoilé des lacunes notamment en termes de gestion et de conservation des collections. De plus d'une absence de laboratoire pour l'étude et la restauration des objets

¹²²Par exemple, le musée juif attire un nombre annuel qui ne dépasse pas les 10.000 visiteurs. Un chiffre largement faible devant l'importance et la richesse des collections exposées.

(Alaoui, 2013: 52). En 2011, la Fondation Nationale des Musées objectif est créée dans l'objectif de mieux gérer les musées nationaux.

La Fondation nationale des musées (FNM)

A but non-lucratif, cette Fondation de création récente, est appelée à « gérer, pour le compte de l'Etat, les musées nationaux dont elle a la tutelle. Elle a pour mission de réhabiliter le statut des musées au Maroc en les soumettant à une nouvelle gouvernance qui s'harmonise avec les normes internationales d'exposition et de conservation ». ¹²³Ces missions nécessitent en la mise en place d'une nouvelle approche culturelle, qui prétend convertir les musées en des espaces publics attractifs. De quoi s'agit-il en fait? Et de quelle politique muséale parle-t-on? Nous allons donc examiner comment le transfert des musées du Ministère de la Culture à la Fondation Nationale des Musées, a pu poser les conditions d'une nouvelle politique culturelle tournée vers le public et ses préoccupations.

À première vue, on peut considérer que cette création institutionnelle représente une nouvelle orientation qui permettrait de sauver les musées au Maroc d'un état chronique de stagnation. Ces derniers, semblaient être tiraillés entre deux modèles différents ou plutôt entre deux visions différentes: le modèle imposé par la colonisation et celui des musées indépendants. Comment alors la Fondation Nationale des Musées s'acquitte-t-elle aujourd'hui de ses responsabilités en tant que gestionnaire d'un patrimoine muséal en décadence et hors de portée des populations locales ?

Comme première tâche qu'elle considérait primordiale, la Fondation a entamé dans un premier temps, l'élaboration d'un état des lieux qui a consisté à recenser et étudier les collections ethnographiques déposées et exposées dans chaque musée. Par la suite, elle a entrepris un travail de formation des futurs gestionnaires des musées dont elle a la charge. En plus du recrutement des lauréats de l'Institut National des Sciences de l'Archéologie et du Patrimoine, option muséologie, elle a créé, en partenariat avec la faculté des lettres et des sciences humaines de l'Université d'Agdal à Rabat, un master spécialisé en muséologie et médiation culturelle. Ce qui explique son double intérêt à la fois pour les travaux typiquement muséaux et ceux orientés vers le public. En effet, la médiation culturelle s'est avéré un champ disciplinaire d'une importance majeure pour l'amélioration du statut des musées et leur

¹²³(Voir) la définition sur le site officiel de la Fondation Nationale des Musées : <https://www.fnm.ma> site consulté le 10 janvier 2023.

représentation par les publics locaux. La Fondation a également lancé un projet de décentralisation des musées, qui consiste à rapprocher la culture des populations, notamment celles des zones rurales¹²⁴. Cette nouvelle politique vise l'intégration des non-publics; elle tend à initier cette catégorie à l'art et à la culture. Le choix de construire des musées de proximités rentre dans la politique culturelle de la FNM, celle de donner accès à la culture, de redéfinir un territoire fortement marqué par une absence d'art et de culture.

La FNM incarne la volonté de réduire les inégalités sociales, de favoriser la reconnaissance des publics minoritaires, tout cela peut renvoyer à la démocratisation culturelle comme précédemment mentionné. « La politique de décentralisation des musées consiste ainsi à produire un service de proximité en direction du grand public » (Regourd, 2012: 239). Ces projets muséaux, pourront non seulement initier les publics à la culture, mais bénéficieront au développement économique et touristique des régions. Transformation majeure: la Fondation a créé en 2013 le nouveau musée d'art contemporain Mohammed VI à Rabat. Selon la Fondation, cette nouvelle institution représente outre sa qualité de vecteur de développement humain, socio-économique, et touristique, un symbole de modernité et d'ouverture. Sa mission première serait alors, à travers l'exposition de l'art marocain et la création de diverses collaborations et activités avec des institutions nationales et étrangères, d'inscrire le musée dans une universalité artistique au service des divers publics. Certes, le musée Mohammed VI ne s'inscrit pas dans la mouvance des musées de la colonisation, mais s'affirme plutôt comme un lieu d'échange, d'éducation et de création artistique. Il prône une dimension pluridisciplinaire ayant une vision plus large de l'art et la culture, notamment la culture africaine, européenne, marocaine, etc. À cet effet, diverses expositions artistiques temporaires¹²⁵ ont été organisées depuis la création du musée.

¹²⁴Cependant, cette politique n'est pas encore appliquée sur l'ensemble du territoire marocain. Il s'agit de projets en cours d'études, qui peuvent ou pas, se réaliser. Jusqu'à présent, rare sont les régions ayant bénéficié d'une offre muséale ; reste à savoir si cette offre déjà existante, reflète les attentes des publics. En effet, il ne suffit pas de construire ou de rénover des structures de proximité, mais de répondre aux aspirations des publics, d'attirer leur attention et leur intérêt. Il s'agit de trouver la bonne formule muséale, celle qui puise vers l'intégration et l'épanouissement des publics, celle qui construit des visiteurs fidèles et non seulement curieux.

¹²⁵ (Voir) les informations des expositions sur le site officiel du musée Mohammed VI : www.museemohammed6.ma, site consulté le 17 janvier 2023.

Expositions au Musée Mohammed VI	Date de réalisation	Partenaire	Commentaire
«l'art moderne»	2013	Le Musée national d'art moderne de Paris.	Cette exposition présente un aperçu sur l'art contemporain marocain.
«cent ans de création »	2014	Le Musée d'art moderne de Paris.	Cette exposition met en lumière les grandes étapes de l'art pictural marocain.
«Maroc médiéval».	2015	Le département des Arts de l'Islam au Musée du Louvre	Cette exposition met en valeur l'histoire du Maroc médiéval et ses réalisations artistiques.
«Giacometti »	2016	Le centre Giacometti et le centre George Pompidou à Paris.	Cette exposition démontre l'influence de l'art africain sur le travail de l'artiste Albert Giacometti
«La méditerranée et l'art moderne »	2017	Le centre George Pompidou.	Cette exposition met en lumière le travail des artistes méditerranéens en présentant des peintures et sculptures d'artistes
«Face à Picasso»	2017-2018	Le musée d'art moderne de Paris	Cette exposition présente les œuvres de l'artiste Pablo Picasso (photographies, peintures,)

« lumière d’Afrique».	2019	L’institutdumonde arabe à Paris	Cetteexpositionexpose différentes forme artistiques de l’art contemporainafricainet notamment du Maroc.
«Delacroix»	2020	LemuséeEugène Delacroix.	Cetteexpositionretracele parcours de l’artiste, son voyageet exposes ses peintures.
«Derageetdedésir, le cœur battant des hommes »	2021	Lemusséd’Art modernedeParis.	L’expositionprésente les œuvresd’artistesafricains, notamment du Sénégal
«l’Afriquevuepar sesphotographes»	2022	Enpartenariatavec desartistes maliens comme (Michel Phlippot et Mattias Leridon).	L’exposition rend hommage à l’artiste MaléenMalickSidibéen exposant ces œuvres.
«ArtduBénin d’hier et d’aujourd’hui»	2023	L’Institut d’art contemporaindu Bénin.	L’expositionexposel’art contemporain du Bénin (peintures et sculptures)
«Del’ autrecôtéde l’atlantique : l’art cubain »	2024	En partenariat avec plusieurs institutions cubaines, dont le MuseoDeBellasArtes	Cette exposition expose l’art cubain (peintures, sculptureset installations)

Tableau2 :Listedesexpositions aumuséeMohammed VI.

Ces expositions, quoiquedifférentesau niveau des contenusou decourants artistiques, adoptent une approche plurielle centrée sur les objectifs de la démocratisation culturelle. Le musée s'ouvre sur les différentes cultures et tend à travers ses expositions d'initier les publics à l'art et la culture nationale et internationale. Les expositions au musée Mohammed VI, traitent une thématique artistique, et montrent le travail particulier d'un artiste. L'art et la culture du monde sont proposés par le musée afin d'ouvrir le public vers la culture des autres et de coordonner les échanges culturels entre les pays. L'institution se veut être un lieu d'échange entre les différentes cultures, là où chaque citoyen quelque sois sa capacité intellectuelle, a droit à l'information. Pourrions-nous dire dans ce sens, que ce genre d'expositions a pu attirer un public non-initié? Si l'exposition « face à Picasso » a attiré un nombre de 39.000 visiteurs, et l'exposition Maroc médiéval (27.370 visiteurs),¹²⁶pourrions nous parler alors d'une forte attractivité de ce musée par rapport aux publics marocain ?

Ces chiffres n'ont à notre avis rien de signifiant. Ils ne sont que l'estimation de la presse nationale, qui base ses propos, sur des informations obtenues lors des échanges avecles responsables. Ces derniers, ont à leurs tours, une vision approximative du nombre de visiteurs.Laréalitémontrequ'aucuneétude de public n'a été jusqu'à présent, menée au musée pour déterminer plus nettement le nombre et le type de visiteurs ayant fréquenté ces expositions. Ainsi, la première question qui surgit à notre esprit, est celle liée à l'identité des visiteurs du musée, qui sont-ils réellement ?

D'après nos entretiens, « la majorité des visiteurs de ce genre d'expositions, sont des artistes,des chercheurs, desétudiants,etdesenseignants.Lerestedelapopulationestpresque quasiment absent de la liste des visiteurs ». ¹²⁷Selon un responsable du musée, ¹²⁸seules13%de lapopulationappartenantàlaclasse moyenne, parvientàvisiterlemusée, souvent lors des

¹²⁶LeDesk(2017):<https://mobile.ledesk.ma/culture/face-picasso-100-oeuvres-originales-du-maitre-au-mmvi-de-rabat/> site consulté le 20 janvier 2023.

Maroc.ma (2017) : <https://maroc.ma/fr/actualites/exposition-face-picasso-rabat-pres-de-39000-visiteurs> site consulté le 22 janvier 2023.

H24(2017):<https://www.h24info.ma/lexposition-face-a-picasso-mmvi-gratuite-27-31-juillet/siteconsultele20Janvier2023>.

¹²⁷Entretien avec Omar Bouka, administrateur au musée Mohammed VI et Abdelaziz Idrissi directeur du musée, le 2 février 2023.

¹²⁸Entretien avec Omar Bouka, administrateur au musée Mohammed VI et Abdelaziz Idrissi directeur du musée, le 2 février 2023.

visites gratuites. Un chiffre qui nous interpelle à nouveau sur l'évolution des publics des musées au Maroc. Et la question reste entière : quel rapport entre cette population et l'institution muséale? Pour qui finalement cette institution existe-t-elle ? Comment les populations locales parviendraient-elles à se l'approprier ?

Ces questions de fond qui constituent le fondement de notre problématique de recherche et qui nous ont accompagnée dans notre réflexion, continuent à nous interpeller quant à la raison d'être de l'institution muséale au Maroc en nous laissant penser que même après la création de la Fondation Nationale des Musées, l'état et le statut social de ces derniers sont restés inchangés, que les musées au Maroc demeurent encore un lieu réservé à certaines élites d'intellectuels et d'artistes et qu'ils constituent un espace d'exclusion, par excellence, de la population locale. On ne peut donc pas parler d'inclusion de la population dans une atmosphère pédagogique marquée par l'absence totale d'une éducation aux choses de l'art et de la culture. En conséquence, la plupart des marocains n'ont pas les connaissances nécessaires pour comprendre le discours muséal. S'abstenir à fréquenter les musées pourrait paraître comme une auto-défense contre le sentiment d'humiliation que pourrait engendrer la visite d'un musée. Finalement, la théorie de Bourdieu concernant le double phénomène d'exclusion des démunies socialement et l'inclusion des nantis lors d'une visite du musée et les sentiments négatifs et positifs qu'elle engendre chez les uns et les autres, nous paraît être encore pertinente pour expliquer le cas des musées marocains.¹²⁹

Nous pouvons donc dire que l'institution muséale au Maroc représente un lieu qui traduit une forme de crainte des publics non-avertis, parce qu'ils se trouvent dans l'incapacité de comprendre le pourquoi des musées et le sens des discours qu'ils portent. Certes, cette situation ne cesse d'interpeller les chargés de la communication et de la médiation culturelle au sein du musée Mohammed VI. Ce dernier, utilise sa page officielle comme moyen de communication avec les publics. Disposer d'une page officielle et des comptes sur les réseaux sociaux (Facebook, Tweeter, Instagram), n'est pas un gage de réussite en ce qui concerne l'attraction des publics marocains. Ces moyens de communication quoiqu'importants restent insuffisants en la matière. Ainsi comme nous l'avons constaté nous-mêmes lors de nos

¹²⁹La théorie de l'exclusion de Bourdieu met en lumière comment les structures sociales et les capitaux (économique, culturel, social et symbolique) influencent les trajectoires individuelles et collectives. (Bourdieu, 1979 : 71).

enquêtes, les visiteurs de ce musée se sentent comme de simples spectateurs et non comme des acteurs de contenus, dans un lieu qu'ils perçoivent comme une sorte de galerie d'art.

Le musée Mohammed VI n'est bien évidemment pas le seul musée géré par la Fondation Nationale des Musées. Nous pourrions dire, que le rôle de la fondation se concrétise plus clairement au sein du musée Mohammed VI. Ce dernier, prend la grande part des activités et des programmes muséaux gérée par la fondation à l'inverse de la plupart des musées au Maroc qui à notre sens, périssent dans l'inactivité.¹³⁰ La plupart des musées nationaux souffrent aujourd'hui, d'un manque d'activités et de programmes culturels. Malgré certains efforts de redynamisation, ces institutions sont restées inactives, figées et incapables d'attirer de nouveaux publics. Ainsi, nous assistons à une forme de déséquilibre muséal, là où certains musées sont populaires et d'autres sont inconnus pour les marocains. Rappelons qu'ils existent 12 musées sous la tutelle de la fondation, que nous tâcherons ici de présenter.

Musées gérés par la FNM	Typologie
Musée Mohammed VI à Rabat	Art contemporain
Musée d'histoire et civilisation à Rabat	Archéologie
Musée des Oudayas à Rabat	Ethnographie
Musée Dar si Said à Marrakech	Ethnographie
Musée EL Batha à Fès	Ethnographie
Musée de la Céramique à Safi	Spécialisé

¹³⁰L'intérêt de la fondation pour le musée Mohammed VI, doit se généraliser sur les autres institutions muséales. Il doit cibler plus en particulier, les musées issus de la colonisation et qui souffrent d'un réel manque de médiation et de promotion du patrimoine. La FNM doit plus tourner son attention vers ses musées, elle doit renforcer ses stratégies sociales, créer de nouveaux rapports avec les divers publics en encourageant la médiation et la communication aux musées.

Musée Dar Jamaï à Meknès	Ethnographie
Musée archéologique de Tétouan	Archéologie
Musée Bab Oukla	Ethnographie
Musée National des arts Saharien	Art saharien
Musée du foot à Salé	Spécialisé
Musée de la poterie du Rif et Pré-Rif	Spécialisé

Tableau 3: liste des musées gérés par la Fondation Nationale des Musées

La plupart des musées gérés aujourd'hui par la Fondation Nationale des musées, relevaient auparavant du Ministère de la Culture. « C'est transféré à la Fondation inscrit dans le cadre de la mise en place d'une politique ayant pour objectif la bonne gestion des musées marocains, la préservation de leurs collections et la médiation de leurs expositions » (Lazhar, 2024: 192). Pour atteindre ces objectifs, la Fondation a lancé dès son institutionnalisation, des partenariats avec des institutions nationales et internationales, comme le dévoilent bien les exemples d'expositions organisées au musée Mohammed VI.

Les autres musées gérés par la FNM, de typologies différentes, ont connu de nombreux projets de restauration, de réhabilitation et d'organisation. « Un vaste programme a été organisé par la Fondation dans l'objectif de moderniser les scénographies, les expositions permanentes et de redéfinir certaines thématiques » (Lazhar, 2024: 193). Ce programme a concerné les musées des Oudaias à Rabat, de Dar Jamaï à Meknès, de la céramique à Safi et le Batha à Fès... Ces musées ont connu de grandes transformations. Or, à l'inverse du musée Mohammed VI, ces institutions génèrent moins d'audience. Si l'on compare l'attrait de ces musées avec celui de Mohammed VI, nous serons devant une comparaison décalée. La plupart d'eux, quoique récemment renouvelés, peinent à attirer le public local. Le musée de la céramique à Safi, quoiqu'il expose une riche variété d'objets artisanaux n'arrive pas à

atteindre les 10.000 visiteurs par an.¹³¹Ce cas concerne également les autres musées. La majorité des publics marocains continuent donc à ignorer l'existence de ces institutions, bien qu'elles aient tenté de réorganiser leur espace et innover leur démarche.

A propos de l'innovation, rares sont les musées qui utilisent les NTIC. Nous pourrions même avancer que, sous la tutelle de la fondation Nationale des musées, seulement 6 ou 7 musées utilisent ces nouvelles techniques d'information et de communication (soit un pourcentage de 1,6 %). L'absence de ces techniques au sein des musées peut probablement s'expliquer par un manque de financement, ou d'intérêt affiché pour ces outils. Au musée M6, «le manque de ces dispositifs s'explique par des raisons d'ordre technique et social. Les bornes interactives tombent souvent en panne à des moments inopportuns, **provoquant chez les visiteurs une sorte de déception. De plus, les visiteurs notamment âgés trouvent souvent des difficultés à manipuler ces dispositifs dans l'absence totale du rôle de médiateur**». ¹³²Ces raisons paraissent à notre avis, insuffisantes, voire insignifiantes. Nous pensons qu'il est plutôt question de politique culturelle adoptée par les musées au Maroc. Ces derniers, ne sont pas encore adaptés à l'utilisation ou à l'intégration de ce type de dispositifs. La plupart des musées gérés par la Fondation focalisent leur intérêt sur les œuvres exposées que sur le public lui-même. Bien qu'elle soit consciente de l'importance des publics, la FNM ne dispose pas d'outils et de moyens nécessaires pour intéresser ses publics au musée.

Autres aspects caractérisant l'institution muséale marocaine : elle offre peu de possibilités d'interaction et d'échange avec ses publics. Dans la plupart du temps, ces derniers sont laissés à l'abandon au sein même du musée sans qu'aucune médiation ne leur soit proposée. La nature des expositions y est aussi pour quelque chose : la plupart d'elles sont permanentes et figée, ce qui les rend très peu attractives. Nous citons à titre d'exemple, le musée de Chefchaouen et le musée d'archéologie de Tétouan. Peinant à inclure leurs publics, ces musées n'ont pas encore quitté l'état de démocratisation culturelle pour parvenir à celui de démocratie culturelle.

Voulant apporter une solution au problème épineux d'abstention des publics locaux, la Fondation Nationale des Musées a opté pour une spécialisation des musées. Selon

¹³¹(Voir) les informations du musée sur le site de la Fondation Nationale des Musées : <https://fnm.ma/musees-ouverts/musee-national-de-la-ceramique-de-safi/>, site consulté le 9 août 2024.

¹³²Entretien avec Abdelaziz Idrissi, directeur et conservateur du musée Mohammed VI, le 3 février 2023

sa vision, centrer le musée sur une thématique ou sur un patrimoine spécifique pourra non seulement mettre en valeur les collections, mais les rendre plus fréquentables. Un choix qui s'est avéré inopportun; le musée de la musique Dar Jamaï à Meknès en est un exemple¹³³. Cette institution, généraliste d'origine, a été restaurée et transformée en musée spécialisé dans les instruments de musique, un patrimoine peu représenté dans les musées marocains. Par ailleurs, et en partenariat avec des institutions nationales et internationales, la Fondation a tenté de créer de nouvelles institutions muséales spécialisées, dont l'exemple du Musée du Football Marocain à Salé (MFM). Cette institution traite de la thématique du football au Maroc à travers une riche collection relatant les différentes facettes de ce sport.¹³⁴ Selon la FNM, ce thème pourrait être susceptible d'attirer un public nombreux vue l'image sociale du foot au Maroc, cependant le résultat fut décevant : peu de marocains fréquentent ce musée.¹³⁵

¹³³ Voir l'étude et l'analyse du musée dans le chapitre IV

¹³⁴ Voir l'étude et l'analyse du musée dans le chapitre V

¹³⁵ Nos études de cas des musées, nous permettent de connaître l'efficacité des démarches entreprises par la fondation.

Conclusion

Ainsi, malgré certaines lacunes, les musées au Maroc ont connu une nette amélioration.. Ils ont depuis la création de la Fondation Nationale des Musées, tenté d'améliorer leurs contenus, stratégies et politiques culturelles. L'objectif de la Fondation a été de sortir du modèle traditionnel imposé par la colonisation en mettant en place de nouvelles institutions muséales capables de rapprocher les publics aux musées. Ce rapprochement muséal s'est suivi par un essai de représentation : les musées au Maroc essaient à travers leurs expositions permanentes ou temporaires de représenter les publics. Cette démarche n'est pas facile en vue de la diversité culturelle, ethnique et catégorique qui caractérise la société marocaine. Chaque type de public a ses propres perceptions de la culture, du patrimoine et du musée. Ces perceptions varient selon le vécu de chaque individu, selon ses habitudes et intérêts. Les musées au Maroc sont donc devant une large responsabilité, ils doivent répondre aux attentes des publics sans réellement causer des distinctions entre eux. Ce qui dans ce cas, nous interroge sur la représentation au sein des musées au Maroc. Sont-ils aujourd'hui représentatifs ? Répondent-ils aux aspirations et attentes des publics ?

Nous essayerons de répondre à cette grande et problématique questions en étudiant et analysant cinq musées différents : le musée de la Sira Annabaouia à Rabat, le musée des arts berbères Pierre Bergé à Marrakech, le musée de la musique Dar Jamaï à Meknès, le musée du foot à Salé et le musée Nejjarine des arts et métiers du bois à Fès. Le choix de ces musées n'est pas arbitraire, mais fondé sur des critères spécifiques visant à comprendre les divers aspects qui influencent l'attractivité et la représentativité des musées au Maroc.

Le musée de la Sira Annabaouia à Rabat a été choisi en raison de son importance religieuse et culturelle. Ce musée dédié à la vie du Prophète Mohammed joue un rôle dans la préservation et la transmission des valeurs islamiques. En étudiant ce musée, nous pouvons explorer comment les musées religieux peuvent valoriser des aspects de l'identité marocaine.

Le musée des arts berbères Pierre Bergé à Marrakech est un autre exemple pertinent. Situé dans une ville touristique au Maroc, ce musée se concentre à l'art et la culture berbères. Le choix de ce musée permet d'étudier les identités locales et l'héritage berbère. L'analyse de ce musée nous aide à comprendre les stratégies adoptées pour attirer les visiteurs.

Le musée de la musique Dar Jamai à Meknès est dédié à la tradition musicale du Maroc. En analysant ce musée, nous pouvons voir comment les musées peuvent utiliser le patrimoine musical pour attirer et éduquer le public. Cette étude permet également de comprendre les défis liés à la gestion d'un musée centré sur la musique.

Le musée du foot à Salé est un exemple de musée thématique moderne qui se concentre sur l'histoire le football marocain. Le choix de ce musée permet de comprendre les stratégies adoptées pour attirer les amateurs de football et les défis rencontrés dans la gestion d'un musée thématique spécialisé.

Enfin, le musée Nejjarine des arts et métiers du bois à Fès illustre comment les métiers traditionnels et les savoir-faire locaux peuvent être mis en valeur pour attirer les visiteurs. L'étude de ce musée permet d'évaluer l'impact des expositions sur l'artisanat et la médina de Fès.

Ces cinq musées ont été choisis pour la diversité de leur thématique et approches. En analysant ces musées, nous espérons identifier les stratégies réussies et les défis auxquels ils sont confrontés pour attirer le public marocain.

ChapitreII

Etudesdecas

MuséedelaSiraAnnabaouiaàRabat

Introduction

Le musée de la « Sira Annabaouia »¹³⁶ à Rabat présente la thématique de la religion, un sujet encore très peu exploré dans les musées au Maroc. Il a produit une exposition sur la vie du prophète Sidna Mohammed. Une exposition considérée comme la première en son genre au Maroc, qui fera l'objet d'une première étude de cas.

L'étude de cette thématique nous intéresse du point de vue de la question du public. Comment ce dernier perçoit ce genre d'exposition et comment et selon quels moyens et outils de communication cette dernière parvient à transmettre au public l'histoire de la religion islamique et celle de son Prophète. Il est notable de signaler, dès à présent, que cette exposition a pu attirer pendant trois mois seulement, environ trois millions de visiteurs.¹³⁷

1. Le musée de la Sira Annabaouia¹³⁸

Le musée de la « Sira », est une forme d'exposition temporaire qu'abrite à chaque fois un pays musulman. Avant d'atterrir au Maroc, elle fut organisée dans d'autres pays comme l'Arabie Saoudite. À Rabat, cette exposition fut aménagée dans un local prestigieux dépendant de l'Organisation du Monde Islamique pour l'Éducation, les Sciences et la Culture (ICESCO). Cette exposition-musée a marqué le champ culturel de la capitale et du reste du Maroc.¹³⁹ Elle présente, comme son appellation l'indique, une revue détaillée de la vie du Prophète Sidna Mohammed. À travers une présentation didactique, l'exposition met en exergue le message de l'Islam fondé sur le Saint Coran, la Sunna¹⁴⁰ et retrace en même temps

¹³⁶La « Sira Annabaouia » fait référence à la biographie du Prophète Mahomet. Le terme "Sira" signifie "vie" ou "biographie" en arabe, et "Annabaouia" se rapporte au prophète. « La Sira Annabaouia est donc un récit détaillé de la vie du Prophète Mahomet, incluant sa naissance, son enfance, ses révélations, ses batailles, ses enseignements, et son impact sur l'Islam et l'humanité. » Ibn Kathir, I. (2001). *Al-Sira al-Nabawiyya: The Life of the Prophet Muhammad*, Le Gassick, Trans, p.129.

¹³⁷Le Matin (2023): <https://lematin.ma/express/2023/3000000eme-visiteur-lexposition-musee-sirah-annabaouia/393484.html> site consulté le 10 mars 2023.

¹³⁸Nous allons nous contenter de l'appeler dans le texte, musée de la « Sira », pour la commodité de la présentation.

¹³⁹Selon Mohammed Al-Malik, la ville de Rabat a été désignée comme étant la capitale culturelle du monde islamique en 2022 et qu'un musée de la Sira Nabawiyya enrichira sa position dans le monde notamment islamique.

¹⁴⁰La Sunna, « désigne l'ensemble des traditions et des pratiques du Prophète Mahomet, qui complètent et expliquent les enseignements du Coran. Elle comprend les paroles, les actions et les approbations tacites du Prophète ». Ibn Kathir, I. (2001). *Al-Sira al-Nabawiyya: The Life of the Prophet Muhammad*, Le Gassick, Trans, p.101.

l'histoire de l'Islam, son expansion et son rayonnement à travers quelques continents. L'exposition se décline en trois sections principales :

La première, intitulée « Calligraphie », comprend des œuvres du musée de Médine (miniatures de la Mecque et installations calligraphiques). Elle met en lumière la beauté de l'écriture arabe, support des textes religieux et littéraires à travers les siècles. La deuxième section, sur « La vie du Prophète » montre entre autres, un patrimoine mobilier sacré sous forme de copie représentant notamment le minbar du Prophète, son armure, son lit et divers objets domestiques.

La troisième section, dénommée « Sila Al Maghariba », expose des documents sous forme de testaments et de livres montrant la descendance de la monarchie marocaine du Prophète Sina Mohammed. A cet effet, un tableau généalogique est exposé à l'entrée de cette section.

On peut dire que l'exposition de la « Sira » représente « une sédimentation historique, culturelle et religieuse de l'Islam »¹⁴¹ et une source d'informations, un espace d'éducation et de sensibilisation des publics. Son caractère spirituel lui confère une place particulière puisqu'elle offre une lecture du culte et de l'histoire de l'Islam. Cependant, exposer le patrimoine religieux et sacré n'est pas une tâche facile pour les concepteurs. Ce type d'exposition nécessite une présentation convenable, un discours plus réfléchi qui respecte les particularités historiques et scientifiques des objets. Afin de bien rendre hommage au Prophète et mieux représenter le sacré, l'espace de l'exposition a été conçu en fonction de la nature des collections. « L'architecture du lieu qui retrace, par ses ornements, l'histoire arabo-musulmane, communique de manière forte l'esprit de l'Islam et ses valeurs »¹⁴².

¹⁴¹ Discussion avec Mohamed El Malik directeur du l'ICESCO le 28 février 2023, (voir) l'entretien entier dans l'annexe A.

¹⁴² LeMatin (2023) : <https://lematin.ma/express/2023/3000000eme-visiteur-lexposition-musee-sirah-annabaouia/393484.html> site consulté le 10 mars 2023.

2. La structure du musée

Le musée de la « Sira » dispose d'une seule entrée principale. Une fois la porte traversée, les visiteurs se retrouvent devant la section « calligraphie », où des installations portant les noms des Prophètes Mohammed, Moussa, Issa et Ibrahim, sont déposées. L'architecture arabo-musulmane de l'espace et ses ornements rappelant, en quelques sortes, celle de la mosquée Hassan II à Casablanca, se caractérise par une décoration en matériaux différents: zellij, plâtre et bois sculpté. Juste après l'entrée, les visiteurs se trouvent immédiatement dans l'espace d'accueil où ils sont renseignés sur l'exposition, ses composantes et son cheminement. Un plan de l'exposition, affiché à cet espace, oriente les visiteurs (figure 1) sur le sens de la visite de l'exposition qui est conçue en trois parties : à droite, au centre et à gauche.

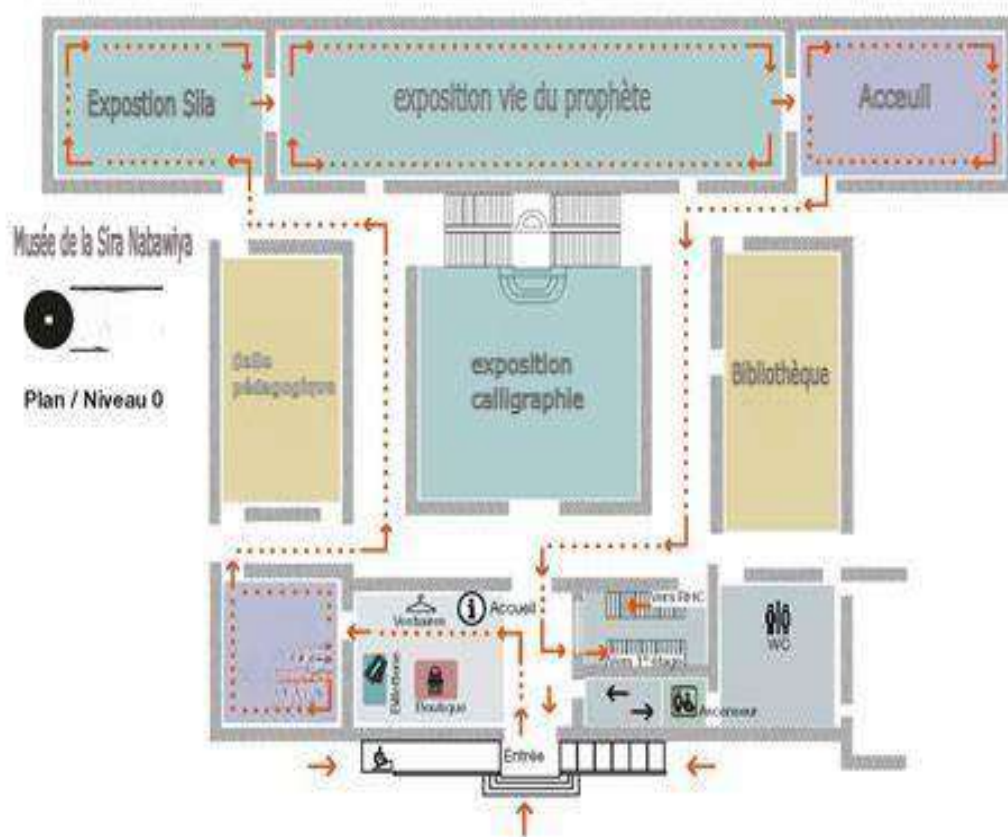


Figure1 :

«Plan des sections »

Catalogue©exposition dumuséedelasiraannabaouia,2023.

Dans la première partie, à droite, se trouve la bibliothèque du musée où des livres sont disposés à l'attention des visiteurs déjà inscrits sur le site du musée. La partie centrale est réservée à la section « calligraphie » où des installations et maquettes sont exposées. La même partie accueille l'exposition « Vie du Prophète » et présente son parcours à travers des objets, des projections vidéo, et des maquettes.

La partie gauche est réservée à la section « Sila El Maghariba » qui évoque les relations entre le monarque marocain et le prophète Sidna Mohammed à travers l'exposition de manuscrits, de photographies et d'autres objets. Dans cette même partie, se trouve la salle pédagogique du musée où des films sur l'histoire de l'Islam sont projetés. Le musée abrite également un espace de repos, une bibliothèque et une mosquée. Il est entièrement sécurisé et dispose de systèmes de protection contre le vandalisme et les incendies (caméra de surveillance, alarme, détecteurs de fumée).

3. Le musée de la «Sira» : un scénarisation du sacré

L'exposition du musée met en scène la culture religieuse amenant les visiteurs vers un voyage historique, les informant sur le parcours du Prophète Sidna Mohamed en tant que messager de toute l'humanité. Il convient de souligner ici que les expositions des musées au Maroc, exposent le patrimoine ethnographique, à travers lequel sont faites des allusions au sacré. Ce thème n'est nullement traité de manière entière et à part.

L'exposition du musée de la «Sira» n'obéit pas à cette logique; elle s'appuie sur le discours religieux islamique et s'adresse aux croyants en les informant sur certaines réalités religieuses, historiques, économiques et sociales, parfois inconnus des visiteurs. Avant de présenter. La section « vie du Prophète », par exemple, des notions clé sont explicitées par lesquelles les visiteurs sont informés sur certaines valeurs meublant le message prophétique comme par exemple le respect, la tolérance, la paix... Ces valeurs, intimement liées à la vie du Prophètes ont relatées en détail par le musée afin de permettre aux visiteurs d'obtenir une vision claire de qu'est le fondement de l'Islam. On peut dire que la conception de l'exposition «vie du Prophète» est conçue de manière à permettre aux visiteurs de vivre une expérience en quelque sorte réaliste. A cet effet, elle se sert de moyens tangibles comme certains ustensiles utilisés par le Prophète, son lit et ses vêtements. Les lieux à Médine sont matérialisés à l'aide de maquettes.

L'exposition est chronologique dans la mesure où elle retrace le parcours du Prophète de sa naissance à son décès. Elle transmet aux visiteurs des informations spatio-temporelles sur la vie du Prophète, son vécu, sa famille, ses voyages, etc. Les visiteurs s'informent, ainsi et en profondeur, sur l'histoire de leur religion à l'aide d'un guide-médiateur qui les prodigue d'amples renseignements. Des écrans tactiles aident à retracer la vie du Prophète y compris certaines de ses caractéristiques corporelles, comportementales et gestuelles. L'exposition ressemble à une chambre numérique où les écrans tactiles dominent les espaces et offrent une ambiance particulièrement riche de renseignements. A des fins d'information, des objets et des livres sur l'islam sont vendus sur les lieux. Mieux encore, certains livres de la boutique sont consultables sur le site internet de l'ICESCO. L'exposition se montre ainsi, comme un espace d'information, d'acquisition, et de dialogue.

La section «Sila ElMaghariba», présente un ensemble de témoignages que l'on pense capables de montrer les liens des marocains à leur Prophète, notamment l'architecture, les croyances, les expressions, les objets. A cet effet, des manuscrits, des livres religieux, des images, des objets y sont exposés dans le but de montrer cette relation. Comment donc le musée de la Sira a pu mettre en contexte le contenu fonctionnel, sémantique et symbolique de ces objets placés sous le signe du sacré ? Comment ce musée a pu présenter ses contenus sans adopter une approche confessionnelle ?

4. L'exposition de la « Sira » : l'approche muséographique

L'exposition «vie du Prophète », place le savoir au premier plan et privilégie une approche scientifique. Le visiteur est au centre de l'espace muséal et évolue dans un environnement où sont mises en scène des informations communiquées à travers des objets tangibles. Mais il convient de signaler ici qu'avant d'exposer ses contenus, le musée a effectué des recherches approfondies sur l'Islam et sur la vie du Prophète afin que les informations divulguées soient non seulement complètes mais aussi convaincantes. Il est clair qu'à ce propos l'information précise et les connaissances nécessaires que l'exposition met en exergue ont pour objectif de chasser les malentendus chez les visiteurs ; malentendus que peuvent engendrer naturellement des catégories d'expositions mal conçues. Par ailleurs, l'objet muséal dans cette section est exposé hors vitrines et permet ainsi, en intégrant des objets originaux et des reproductions, de mettre en scène ce qu'on peut appeler une représentation fictive de la réalité permettant aux visiteurs d'appréhender, le plus aisément

possible, son sens. Car l'objectif « n'est pas d'exposer des objets, mais plutôt de placer le visiteur dans l'environnement de l'objet. C'est-à-dire, lui permettre de vivre une expérience réaliste, un voyage dans le temps où le public pourra mieux connaître son Prophète et sa religion »¹⁴³. Un voyage dans le temps, certes, mais aussi un voyage dans le sens.

5. L'exposition la « Sira » : un voyage dans le sens

La muséographie de l'exposition est donc analogique dans le sens où elle offre à la vue des visiteurs des objets authentiques et reproduits présentés dans un espace où l'ambiance et le décor simulent un lieu réel. Elle tend à présenter l'objet sous sa forme explicite et à recréer une narrative qui livre ses données implicites. A cet effet, l'exposition met en œuvre des formes de scénarisation de type « *period room* » ou intérieur d'époque, « l'habitat groupe » ou groupe dans son habitat naturel.¹⁴⁴

Le recours à ces modes de communication et de médiation, s'explique manifestement par l'intention de l'institution à utiliser ses collections, dans la construction d'un décor réel. Et comme les publics ne sont pas forcément homogènes, une adaptation des contenus aux différents degrés d'appréciation de ceux-ci et aux multiples catégories de leurs intelligences s'imposait nécessairement. C'est justement ce qui explique le recours à des objets reproduits. Pour un public ordinaire une muséographie analogique, est plus facilement comprise, car elle reflète plus clairement la réalité.¹⁴⁵ C'est le cas par exemple de l'exposition « vie du prophète » qui présente des éléments reproduits (objets et vêtements du Prophète), et leur disposition spatiale (chambre du Prophète) pour qu'ils s'articulent de manière à **constituer** un tout cohérent capable de renvoyer à une image et faire référence, par ressemblance, à une certaine réalité de la vie du Prophète (figure 2).

¹⁴³ Discussion avec Mohammed ElMalik, le 7 mars 2023 à L'ICESCO - Rabat.

¹⁴⁴ Les *period room*, habitat groupe ou habitat naturel, « se définissent comme des transplantations ou des réinventions d'intérieurs historiques dans un cadre muséal. Elles ont pour mission de sauvegarder le sentiment d'un temps vécu, d'emmener les publics vers un voyage dans le temps et l'espace » (Labrusse, 2018). C'est une illustration à travers l'espace d'une réalité périodique.

¹⁴⁵ On trouve parfois, des « *period room* » dans des musées d'art contemporain, par exemple le musée Mohammed VI expose parfois des installations d'œuvres de la même manière que leur créateur, afin de former une image réelle de la vie de l'artiste et son environnement.

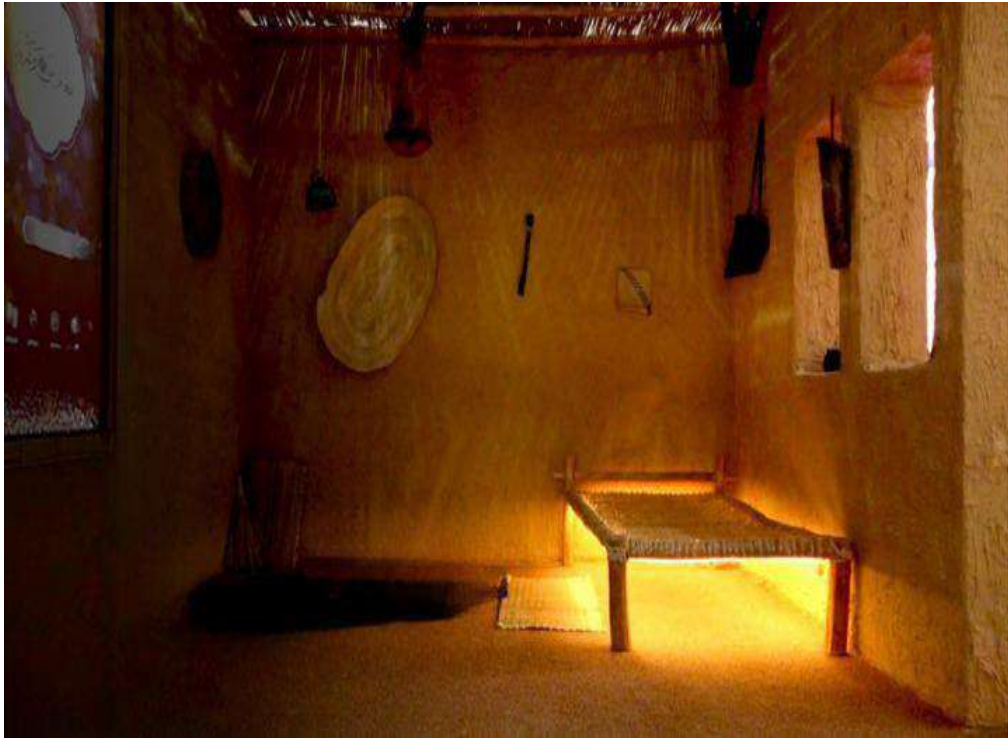


Figure2 :

«*Chambre du Prophète Sidna Mohamed* »,
Musée de la «Sira», Photographie © Halima Arrassi, 2023.

Par ailleurs, la mise en scène de l'exposition ne tient pas compte du nombre d'objets exposés, de leur reproduction ou originalité, mais plutôt de la réalité qu'elle essaie de communiquer. On peut ainsi dire qu'elle dégage un certain climat et provoque une sorte d'impressions chez les visiteurs. Dans un souci de précision et de détail, l'exposition met en scène la flore spécifique à Médine en jouant sur l'olfactif. A travers les parfums l'exposition exploite le pouvoir des odeurs pour transporter le visiteur dans le passé en déclenchant une connexion profonde et personnelle avec une période historique et lointaine de l'Islam. Il n'y a pas de doute que les parfums ont une capacité remarquable à évoquer des souvenirs et des sentiments. En les associant à des plantes spécifiques à l'époque du Prophète, Ils permettent justement de projeter le visiteur dans un passé glorieux de l'Islam en général et celui du Prophète en particulier en lui permettant de vivre une expérience d'immersion dans un environnement historique révolu.

Ainsi, au-delà de la création d'une atmosphère reproduite, le visiteur est appelé à entrer dans l'imagination en intériorisant l'esprit de l'espace. Ce qui explique ce recours plutôt à l'environnement qu'à l'objet. En effet, dans l'exposition «*vie du Prophète*», la

présence de l'objet consiste à rendre présent l'esprit du temps et du lieu, un élément qui complète l'image du passé. Comme un spectateur au théâtre qui accepte de jouer le jeu et suspend, à un moment, sa conscience du monde pour n'en retenir que son jeu théâtral, le visiteur de l'exposition de la « Sira », finit par avoir la conviction qu'a priori, il se trouve dans un espace, qui dans une certaine mesure, est un espace réel et vrai. Ainsi, l'histoire prend des dimensions réelles.

6. L'exposition de la « Sira » : les modes d'illustration

Le mode de présentation de l'exposition de la « Sira » intègre également la technique de l'illustration. Celle-ci, définie comme « une image décrite par un récit ou par un autre moyen de communication comme le texte et les nouvelles technologies » (De Bary et Tobelem, 2006: 94), permet de mettre la lumière sur les contenus de l'exposition afin de faciliter leur compréhension par les différentes catégories des visiteurs. Elle fait usage, à cet effet, de textes introductifs et explicatifs, de cartels ainsi que d'images appropriées.

De ce fait, les modes de présentations, le choix muséographique, les techniques d'information et de communication, valorisent l'exposition en ce sens et lui confèrent un pouvoir permettant d'introduire les visiteurs dans son univers, de toucher leur imaginaire et de développer leur conscience. Le dispositif illustratif a permis ainsi, comme nous allons le démontrer par la suite, de mettre en scène les valeurs de la religion musulmane et plus particulièrement la vie du Prophète. Le style muséographique adopté par l'exposition « vie du Prophète » est pour ainsi dire, une approche à caractère esthétique, historique, et sociologique. Elle tend à mettre en valeur l'histoire de l'Islam et compose au moyen d'objets et d'architecture islamique, sa conception du beau.

Dans ce sens, l'exposition est conçue comme un espace religieux qui expose des pièces que personne d'autre ne possède ou ne peut facilement voir. Conçue à l'aide de dispositif faisant l'éloge de l'inhabituel et de l'extraordinaire, l'exposition communique à ses visiteurs une sorte de sensations nouvelles à soubassement religieux par lesquelles elle parvient à retenir, et quasi en permanence, leur l'intérêt mêlé à des sensations d'admiration et d'émerveillement. Le dispositif expositionnel a pu donc attirer, à la fois par son discours et son approche esthétique, l'attention des visiteurs. De manière réticulaire, ces derniers, grâce à leurs avis et commentaires, leurs critiques et leurs pensées différentes, participent au développement du musée. Dans un tel contexte de communication partagée, l'exposition de la

«Sira» exploite au mieux les divers points de vue exprimés par les visiteurs. En privilégiant l'écoute, l'exposition cherche à mieux transmettre les valeurs, le sens, le caractère culturel et religieux des contenus présentés. Selon les responsables, le but étant de procurer aux visiteurs un moyen d'enseignement, de plaisir, d'interaction et de participation en vue d'une réelle délectation.

La seconde catégorisation muséographique est d'ordre historique. Le musée de la «Sira» cherche à représenter selon une approche spatio-temporelle, le vécu du Prophète Sidna Mohammed, son environnement et ses réalisations. Les expositions se montrent comme un flash-back historique permettant aux visiteurs de vivre les sensations et les émotions d'un voyage à travers les différents périodes historiques de l'Islam : un voyage dans le temps, dans l'espace et dans le sens et ce à travers divers moyens dont la muséographie analogique, les objets, l'ambiance du lieu; un dispositif capable de transporter les visiteurs dans le temps, celui du Prophète, en leur procurant une expérience réaliste, historique et singulière.

La troisième catégorisation est d'ordre sociologique, c'est-à-dire qu'elle tient en compte les dynamiques sociales, les diverses identités culturelles. «Elle a pour objectif de montrer aux publics, les réalités culturelles et religieuses ancrées dans leurs histoires et pratiques actuelles» (De Bary et Tobelem, 2006 : 95). Il s'agit d'illustrer, par l'espace d'exposition, le mode de vie du Prophète Sidna Mohammed et ses comportements afin d'informer les publics voire les inciter à adopter les bonnes pratiques et conduites qui sont celles de l'Islam.

A travers ces trois types de catégorisations muséographiques, sont illustrés à notre sens, les objectifs du musée, déjà cités. En effet, l'organisation de l'espace et le discours adopté reflètent les missions du musée et les messages qu'il cherche à transmettre aux publics; messages transmis à travers un dispositif communicationnel, dont la médiation culturelle.

7. La médiation : un outil de transmission du sens

Le musée offre un parcours simplifié,¹⁴⁶ qui permet aux visiteurs de s'orienter d'eux-mêmes dans les expositions. Le cheminement est clair et pratique, les publics savent facilement quel chemin prendre. Cependant, l'exposition de la « Sira » adopte une autre forme de communication qui permet aux visiteurs de mieux profiter de son contenu et saisir le sens qu'elle pourrait dissimuler : la médiation culturelle. En effet, les visites sont guidées par un ensemble de médiateurs. Ces derniers s'interposent entre les visiteurs et les expositions dans le but de rapprocher ces derniers du sens de ce qui est exposé. Nous avons mentionné auparavant l'existence de textes explicatifs, pourquoi alors un tel travail supplémentaire de médiation ? Cette dernière, pourrait-elle remplacer la signalétique muséale ?

Le texte en général a pour rôle d'aider le visiteur à interpréter ce qu'il voit, à comprendre l'objet en face. « Il fournit des informations qui stimulent l'observation de l'objet en aidant le visiteur à mieux le regarder et l'interpréter » (Chatzimanassis, 2013 : 156). Au musée de la « Sira », le texte prend moins d'importance comparé à la médiation. Cette dernière, prend une grande part d'intérêt au musée, elle est même considérée comme source d'information principale. Les visiteurs du musée profitent de deux modes d'information, celui du texte et celui du médiateur. Le texte peut livrer des connaissances sur les objets ; la médiation, elle, peut éclaircir ce qui semble encore incompris ou obscur. Ces deux catégories d'informations différentes peuvent être complémentaires au musée. Le recours à la médiation par le musée de la « Sira » a été nécessaire dans le sens où la thématique de la religion, notamment la vie du Prophète, doit être bien explicitée afin d'éviter toute fausse interprétation ou incompréhension. C'est parce que le texte s'avère insuffisant qu'il a besoin d'une médiation pour compléter son énoncé. De plus, dans ce type d'exposition, les visiteurs ont de nombreuses questions à poser et d'innombrables incertitudes à clarifier. Dans ce cas, la

¹⁴⁶Joëlle Le Marec décrit le parcours comme « une interface, un dispositif permettant à deux systèmes aux propriétés différentes, d'établir des rapports d'échanges et d'interactions réciproques » (Le Marec, 2019 : 65). Bien qu'il semble évident que le muséographe est responsable de la structuration de l'espace et de la mise en place du parcours, le visiteur est celui qui par son interaction avec l'espace, va franchir le message et permettre la relation d'échange. Comprendre cette relation n'est pas une chose facile puisque le parcours de l'exposition apparaît comme une notion complexe et composite. Si le muséographe a des intentions de communication, le visiteur, lui, a des motivations de visite, des prédispositions culturelles, intellectuelles, émotionnelles ou sociales qui influencent le déroulement de sa visite. Ces intentions structurent l'appropriation de l'espace tout comme les intentions des concepteurs structurent l'exposition.

médiation culturelle peut prodiguer les renseignements nécessaires au public tout en stimulant leur désir de participation à un échange fructueux, au dialogue et au partage. Le texte explicatif offre, certes, de l'information mais ne favorise pas forcément l'accès au sens des œuvres. La médiation culturelle a, d'une certaine façon, le pouvoir de placer les publics à égalité sans leur exiger des connaissances préalables et en leur offrant des explications correspondant à leurs niveaux.

Le récit et les explications du médiateur aident ainsi les visiteurs à construire une logique et facilitent leurs compréhensions et interprétations des expositions. Le médiateur donne aux publics les clés de la compréhension en leur faisant d'abord découvrir l'espace et, en leur expliquant ses contenus. L'exposition « vie du Prophète », nécessitait donc l'intervention du médiateur pour que son sens soit mieux rendu. D'autant plus que la majorité des marocains quoique de religion musulmane, n'ont pas assez de connaissances religieuses. Ils ignorent de nombreux détails sur leur religion. Le médiateur du Musée de la « Sira » constitue ainsi, un élément extrêmement important au sein du musée, car l'exposition ne parle pas d'elle-même en dépit de l'existence des textes explicatifs, car il n'est pas donné à tous les visiteurs de les consulter pour plusieurs raisons, notamment l'analphabétisation. C'est pourquoi l'exposition a besoin d'être explicitées par un guide-médiateur qui maîtrise l'art de la communication, et qui a également les compétences nécessaires pour expliquer une thématique sensible telle que la religion. Comment procède alors le médiateur culturel ? Mais tout d'abord, comment il est choisi et selon quels critères et profils ?

8. Le profil du médiateur

Le médiateur est généralement considéré « comme un intermédiaire entre l'institution, le public et l'exposition ; une personne physique qui intervient pour faciliter une communication ou rétablir une relation » (Gava et Chavanis Jean-Luc, 2014 : 29). Pour Normand Baillargeon, « le médiateur élabore des parcours pour le visiteur en l'animant par la mise en valeur de l'objet et lui révèle des informations essentielles à sa visite créant ainsi deux types de relations » (Baillargeon, 2014: 226). La première relation est didactique, « elle se déroule entre l'objet et le médiateur et s'effectue par la mise en valeur de l'objet ; l'autre relation est celle d'enseignement, où le médiateur guide et anime le sujet à l'intérieur d'une situation de médiation culturelle » (Baillargeon, 2014: 227). Le médiateur a donc une mission de transmission et de mise en valeur des objets. Toutefois, pour de nombreux musées comme le Louvre à Paris, le rôle du médiateur n'est pas sollicité. En effet, pour les musées qui privilégient une approche traditionnelle des expositions, basée sur l'importance du texte, la présence du médiateur peut dans ce cas, être dévalorisante.

En présence du médiateur, le texte perd d'une certaine manière, son importance, le regard des publics se détourne vers les explications qu'offre le médiateur oubliant parfois le texte. De même que les musées, peuvent ne pas avoir assez de moyens financiers pour recruter ou former des médiateurs. « Les musées d'Art notamment ont une certaine préférence pour le texte, qui est perçu comme une méthode plus scientifique et plus académique. Le texte dans l'exposition peut créer un parcours linéaire, où les visiteurs découvrent librement le discours » (Chatzimanassis, 2013 :161). Les publics ne sont pas dirigés par le médiateur, ils ne sont pas influencés par ses interprétations. Il est aussi bon de souligner que les médiateurs des musées n'ont pas tous les connaissances requises pour informer ou convaincre les publics. « Le médiateur fait face à un ensemble de publics distincts, dont les membres sont à chaque fois renouvelés » (Chatzimanassis, 2013:162). Il doit donc faire preuve de patience, d'écoute et d'une bonne maîtrise de langue. Le médiateur doit être informé sur les notions de psychologie, de sociologie; il doit maîtriser les méthodes de prévention et de gestion de conflits, ainsi que les techniques de conduite d'entretiens.

Au musée de la «Sira», le médiateur prend l'aspect d'un info-démonstrateur. Il procure aux visiteurs des informations tout en s'appuyant sur des outils de haute technologie, notamment numérique, à travers lesquels il cherche à faciliter la compréhension du public et à

favoriser le rapprochement entre le contenu et les visiteurs.¹⁴⁷ La plupart des médiateurs au musée de la Sira, sont des étudiants ou des fonctionnaires issus de domaines variés (sciences, lettres, etc.). Âgés souvent entre 23 et 45 ans, ils doivent avoir un diplôme universitaire d'un bac +3 de préférence dans le domaine de la communication ou des sciences humaines et sociales. Les médiateurs du musée de la « Sira », sont recrutés sur la base d'une demande ou d'un curriculum vitae; la qualification en médiation ou en pédagogie n'est pas exigée par le musée. L'apprentissage des compétences relationnelles se fait au musée par la pratique, ce qui peut affecter négativement la manière dont les médiateurs transmettent les informations. Cela, peut également masquer les compétences spécifiques du métier de médiateur, pourtant reconnues comme des capacités professionnelles dans d'autres métiers.

À l'inverse des musées gérés par la Fondation Nationale des musées et qui exigent que leurs médiateurs aient des diplômes en médiation culturelle ou en muséologie, le musée de la « Sira » se contente de former les futurs médiateurs dans une durée de 3 mois. Une période qui semble être insuffisante en vue de la complexité du métier et des capacités, dont les médiateurs doivent faire preuve. Dans cette période, les médiateurs du musée sont censés apprendre des informations sur les collections, le musée, mais aussi sur la manière de manipuler certains dispositifs numériques. « Ces outils, aident le médiateur dans la transmission d'informations. Ils concrétisent visuellement le récit de l'exposition. Le médiateur, en utilisant des outils multimédias, transmet en image des explications. Les visiteurs comprennent ainsi plus facilement le discours des expositions » (Chatzimanassis, 2013 :166).

¹⁴⁷Le musée de la Sira Annabaouiya, facilite ces interactions en employant un médiateur culturel, qui joue un rôle clé dans l'orientation des visiteurs et l'approfondissement de leur compréhension des œuvres présentées. Le rôle du médiateur est essentiel, car il sert de pont entre le musée et son public. Il aide à contextualiser les expositions, répond aux questions des visiteurs, et peut même provoquer des discussions qui enrichissent l'expérience muséale. Cette interaction humaine ajoute une dimension supplémentaire à la réception, car elle permet un échange dynamique et personnalisé qui peut transformer une simple visite en une expérience éducative et mémorable. L'analyse des interactions médiées peut révéler des différences dans la réception en fonction de divers facteurs démographiques et socioculturels. Par exemple, les jeunes visiteurs peuvent être plus réceptifs aux technologies interactives, tandis que les visiteurs plus âgés peuvent préférer des explications plus traditionnelles et détaillées.

9. Les nouvelles technologies au musée

Le discours du musée de la « Sira » est véhiculé aussi et principalement à l'aide d'écrans tactiles: chaque section est équipée d'un écran multimédia, où les informations divulguées sur le Prophète sont données. L'usage des nouvelles technologies de communication et de médiation par le musée pour pallier parfois le manque de textes explicatifs et l'absence d'objets de collection pouvant expliciter le discours et le porter. Il est notoire de souligner ici que de tels dispositifs technologiques sont salutaires par rapport au travail d'explication qu'entreprend le médiateur du musée. Il est notoire de souligner aussi que de tels dispositifs technologiques sont salutaires par rapport au travail d'explication qu'entreprend le médiateur du musée. Il est donc plus aisé à ce dernier, d'illustrer ces propos par le biais d'images et de récits numériques. On peut dire alors que l'emploi du multimédia s'avère dans ce cas précis, pertinent puisqu'il procure une vision plus détaillée de l'exposition et aide à une découverte aisée de son sens.

Engagé dans cette forme d'appréhension de la réalité, par le biais des dispositifs numériques, le Musée de la « Sira » inaugure une pratique novatrice, en matière de médiation et de communication. Les écrans tactiles manipulés par le guide-médiateur donnent des informations sur les caractéristiques faciales, comportementales et gestuelles du Prophète, ainsi que son mode de vie (voir figure 3). Ces écrans offrent une vision détaillée de la vie du Prophète, et permettent ainsi aux visiteurs de se construire une image plus claire de sa personnalité exceptionnelle. Par ailleurs, les informations ainsi transmises sur écran, « aident à construire chez le visiteur de l'exposition une sorte d'imaginaire sur une expérience historique singulière permettant ainsi de renforcer les acquis la concernant en se les appropriant à nouveau » (Chatzimanassis, 2013 :172).



Figure3 :

Ecrans vidéo projetant des informations sur le prophète Mohammed, ses caractéristiques faciales, comportementales et gestuelles, musée de la Sira Annabaouia, Photographie ©Halima Arrassi, 2023.

En outre, d'autres dispositifs ludiques jalonnent le parcours de la visite comme la projection de vidéos documentaires sur la constitution de l'Islam et les tables lumineuses qui présentent des maquettes de la ville de Médine et de la Mecque.¹⁴⁸ Ces maquettes, manipulées par des télécommandes, dévoilent le milieu de vie du Prophète en projetant des lumières éclairant les parcours que le Prophète prenait, son domicile ainsi que l'environnement immédiat et lointain. Ce genre de dispositif multimédia complète sans doute le rôle du médiateur par l'illustration de l'information qu'il prodigue, mais ils ne peuvent aucunement substituer le rôle qu'il joue dans le bon déroulement de la visite.

Parmi les moyens de médiation utilisés, la projection de films vidéo sur l'histoire de l'Islam et des autres Prophètes, présentée sous forme de témoignages. Cette technique de communication assurée par des savants, faisant autorité dans le monde musulman, permet de recontextualiser, à la fois historiquement et culturellement, les images offertes par les supports multimédias. De tels témoignages permettent de donner du sens aux artefacts présentés. Au musée de la «Sira», les témoignages de personnes religieuses à travers la

¹⁴⁸ LeMatin (2023) : <https://lematin.ma/express/2023/3000000eme-visiteur-lexposition-musee-sirah-annabaouia/393484.html> site consulté le 10 mars 2023.

parole touchent l'affectif du visiteur et procure un sens à la visite. Si les dispositifs multimédias mis en place ont pour objectif de toucher émotionnellement les visiteurs en place, le site web permet quant à lui d'atteindre un public plus large et même le non-public. La présence du musée sur le web¹⁴⁹ et les réseaux sociaux, marque un désir de propagande à l'échelle planétaire conforme à la vocation universelle prônée par la religion musulmane. Mais au-delà de sa volonté de s'ouvrir sur les différentes catégories des publics, le site du musée de la « Sira » se présente comme un outil fonctionnel, pragmatique et utilitariste (adresse, horaires d'ouverture, informations sommaires sur le musée) et aide les visiteurs à préparer concrètement leur visite.¹⁵⁰ Cependant, aucune interaction n'est permise avec les internautes. Ces derniers, ne peuvent pas communiquer en ligne avec les responsables du musée, ni même exprimer leur point de vue. Le musée de la « Sira », bien qu'il s'inscrit dans la mouvance de la nouvelle muséologie, présente un profil exclusif de la population des internautes.

10. Les lacunes du musée

Malgré les démarches significatives adoptées par le musée de la « Sira », certaines lacunes sont à relever. Le musée a un certain nombre d'obligations à respecter envers les collections qu'il expose notamment l'exposition d'un récit textuel. Toutefois, dans l'exposition « vie du Prophète », cette obligation n'est pas respectée. En effet, l'exposition expose des objets sans récit. Aucun cartel n'illustre les objets selon les normes requises, car malgré la présence du guide médiateur le texte reste important du moment qu'il procure aux visiteurs une sorte de détachement du discours de celui-ci qui pourrait constituer parfois une source de lassitude provoquant ainsi leur désintérêt.

La présence du texte pourrait être ressentie comme synonyme de liberté et un moyen d'auto-formation. D'autres vertus pourraient être accordées au texte : il permet une mémorisation des informations par simple lecture, par photographie ou tout simplement par lecture attentive; au moment où les propos du médiateur sont susceptibles d'être rapidement oubliés ou mal compris. Ce que l'on constate, c'est que les nouvelles technologies abondamment utilisées au musée, restent plutôt l'apanage du médiateur et un outil au service

¹⁴⁹ Salamfair.com

¹⁵⁰ Afin d'assurer cet objectif et faciliter la lisibilité du site, la page du musée a été épurée avec peu de couleurs et des menus simples afin de ne communiquer que l'essentiel.

de l'illustration de son discours médiatique. Le risque que cela pourrait avoir par rapport aux visiteurs, c'est que le médiateur pourrait le tenir dans un statut de simple spectateur, passif et les maintenir dans une situation de dépendance puisqu'il est le seul à être autorisé à manipuler les écrans. Ceci nous amène à considérer quelles nouvelles technologies pourraient parfois déconstruire l'aspect réel des expositions. En effet, comme nous l'avons déjà mentionné, l'approche muséographique adoptée dans l'exposition « vie du Prophète » est analogique dans le sens où elle reproduit la réalité telle qu'elle est. Or, lorsque l'exposition évoque la période du Prophète et utilise à la fois des dispositifs numériques qui reflètent l'époque moderne, cette approche peut devenir contradictoire. L'insertion des NTIC dans ce type de muséographie sensé refléter la réalité périodique et spéciale de l'époque du Prophète, se montre insignifiante. Ce type d'exposition doit adopter une approche plus traditionnelle pour refléter la réalité de cette période (époque du Prophète). Il doit plutôt mettre en valeur le texte, plutôt que les nouvelles technologies afin de ne pas créer une désorientation spatio-temporelle chez les publics.

11. Le Musée de la « Sira » : un taux de fréquentation inédit

Le musée de la « Sira » a pu attirer, comme nous l'avons déjà mentionné, un nombre de 3 millions de visiteurs après trois mois de son ouverture le 25 novembre 2022.¹⁵¹ Un chiffre qui, selon la presse nationale, est désigné comme le plus élevé au Maroc. Ce taux de fréquentation acquiert diverses interprétations. Comment pourrions-nous expliquer l'intérêt des visiteurs marocains pour ce type de musée ?

Pour comprendre les raisons de cet intérêt exceptionnel que les marocains ont manifesté à l'égard de ce musée temporaire, nous avons mené une enquête de terrain qui nous a permis de répondre à l'énigme de la question de la fréquentation massive et inédite réalisée et de l'intérêt qui fut manifesté par le public marocain à son égard. Nos investigations de terrain pendant plusieurs mois se sont déroulées sous formes d'enquêtes qualitatives et quantitatives. A cet effet, nous avons établi un questionnaire précis afin de connaître le profil des visiteurs, leurs appréciations, leurs réactions ainsi que leurs attentes. Ce travail de fond sur

¹⁵¹Selon la presse nationale et les journaux télévisés, le musée de la Sira Annabaouia a dépassé depuis son ouverture le 25 novembre 2022, les 3 millions de visiteurs. De même que lors du premier jour d'exposition, le musée a attiré à peu près de 20.000 visiteurs : Le Matin (2023) <https://lematin.ma/express/2023/3000000eme-visiteur-lexposition-musee-sirah-annabaouia/393484.html> site consulté le 10 mars 2023.

le public marocain du musée de la Siranous aidés, par ailleurs, à mieux comprendre les raisons du rejet de même public des autres musées nationaux.

12. Analyse préalable: comportements des visiteurs

Notre enquête s'est déroulée selon une stratégie d'observation à deux niveaux. Le premier s'est concentré sur les comportements des visiteurs au moment de leur exploration de l'exposition. Il s'agit d'une sorte d'analyse préalable qui nous a permis de recevoir leurs premières réactions et sensations et de construire une idée préalable sur leurs comportements face aux expos en vue de détecter ce qui attire le plus leur attention. Le second concerne l'observation proprement dite, c'est-à-dire de manière directe in-situ.¹⁵² Cette forme d'investigation nous a permis de nous affranchir des interprétations individuelles que nous avons construites lors de la phase préliminaire. Il est généralement admis que mener une observation directe n'est pas une tâche facile. Mais au sein du Musée de la « Sira » celle-ci devient plutôt compliquée.

Des contraintes supplémentaires se dressaient parfois devant nous, notamment celles occasionnées par la présence du médiateur lors de chaque visite. Nous devons alors, à chaque fois, ménager les regards et l'attention de celui-ci qui n'a cessé de contrôler le déroulement de la visite en choisissant les parcours. Cependant, nous avons pu pallier à ce problème par l'interrogation des visiteurs et l'analyse de leurs discours ainsi qu'à celui du médiateur lui-même. Ces commentaires nous ont été d'une aide précieuse en ce sens qu'ils nous ont permis d'identifier les appréciations des uns et des autres quant à telle ou telle exposition. Appréciations que nous pouvons classer selon deux attitudes distinctes mais complémentaires. La première concerne l'acte de s'identifier et la deuxième celui de s'exprimer.

¹⁵²L'observation in-situ consiste à observer les utilisateurs dans leur environnement naturel. Elle permet de récolter un ensemble de données sur leurs habitudes, pratiques et besoins.

- **L'acte de s'identifier**

Face aux expositions, les visiteurs expriment avoir ressenti une série de sensations. En effet, ils avouent que les thèmes exposés (vie du Prophète, Sila El Maghariba et calligraphie), déclenchent chez eux un double sentiment d'appartenance : à l'histoire de la *Umma* (nation) et à la Religion Musulmane. Il est clair que ce double sentiment s'inscrit dans des logiques sociales et culturelles et se construit à travers des dimensions à la fois symboliques et émotionnelles liées au vécu et à l'éducation et aux processus de socialisation des individus. La question d'appartenance religieuse renvoie inéluctablement à la notion d'identité. En effet, c'est l'identité du visiteur, son vécu, ses traditions et ses croyances qui font qu'il s'approprie ou pas le contenu de l'exposition. Les publics ressentent des sensations dès leur première entrée au musée, leurs regards et leurs réactions dévoilent une forme d'affection pour la Religion et notamment pour leur Prophète. En effet, la Religion constitue l'attrait le plus fort chez tous ceux qui visitent l'exposition. C'est d'ailleurs ce qu'ils expriment lors de leurs visites: sensations de joie, de bien-être, d'émotions, d'émerveillement, etc. Pour certains, les expositions déclenchent même un sentiment de bouleversement en ce sens qu'elles ont constitué une occasion pour eux de repenser leur relation à la religion, à la divinité, et même à la pratique religieuse. D'autres ont pu constater et prendre conscience de l'importance de la Religion dans leur quotidien en ce qu'elle incarne de bien-être physique, spirituel et émotionnel.

- **L'acte de s'exprimer**

Les visiteurs ne sont toujours pas passifs face aux propos des médiateurs, mais expriment souvent des attitudes allant du simple et ordinaire questionnement à la critique des expositions. Critiques qui touchent à la fois les discours présentés et les formes de représentation adoptées. Les échanges qu'ils ont avec le médiateur révèlent un sens aigu pour ce qui touche non seulement à l'identité, mais aussi à la manière de la scénariser en allant même jusqu'à proposer des accommodements touchant à la disposition des objets exposés ou à l'éclairage. Se montrant ainsi expressifs, les visiteurs du musée de la « Sira » tentent de comprendre le récit de l'exposition pour pouvoir se l'approprier. Le fait de concevoir autrement l'exposition exprime une reconnaissance de l'impact de celle-ci sur eux. Mais au-delà de cette position critique envers certains aspects de l'exposition se profile un sentiment d'émerveillement chez les visiteurs pour le médiateur traduisant dans leurs discours par des

éloges et des sentiments de fierté et de respect envers les contenus des expositions : «On est fier d'être musulman», « on est fière d'être marocain » constituent les propos récurrents dans chaque discussion.

Certes, le choix de l'analyse préalable que nous avons volontairement adoptée nous a permis de dresser un portrait des visiteurs, de connaître leurs comportements et appréciations. Cependant, nous avons ressenti le besoin d'aller plus loin dans nos investigations pour pouvoir apporter des réponses adéquates à des questions comme : comment les visiteurs reçoivent l'information? Comment s'approprient-ils le sens de l'exposition? Quelles sont leurs appréciations ? Quelles sont leurs attentes ?

Nous avons élaboré à cet effet un questionnaire en trois langues : en français, en anglais et en arabe (voir annexe) qui nous a permis de mesurer le degré d'intérêt des visiteurs, de déterminer les raisons ayant fait du musée de la « Sira» l'institution la plus visitée au Maroc.

13. Analyse des données du questionnaire

Comme nous l'avons déjà mentionné, notre questionnaire est mixte, nous avons posé des questions fermées puis des questions ouvertes (voir annexe F). Le premier axe du questionnaire vise à obtenir des réponses générales sur l'identité des visiteurs (genre, nationalité, niveau d'étude, catégorie socioprofessionnelle, etc.). Le deuxième axe nous a permis de connaître et de déterminer la typologie des publics attirés par le musée (visiteur de proximité, visiteurs nationaux ou étrangers). Les questions de ce deuxième axe nous ont aidé également à déterminer le niveau d'expansion géographique du musée aux plans régional, national et international.

Dans le troisième axe du questionnaire, nous nous sommes penchés sur la question de l'appropriation de l'exposition par les publics. Les questions élaborées dans cette section nous ont aidé à mesurer le degré de cette appropriation et nous ont fourni en même temps une vision d'ensemble sur l'expérience des visiteurs au musée, leurs ressentis, leurs intérêts. Bien entendu la question du multimédia et son importance dans l'appréciation de l'exposition a constitué un point fort de ce dernier axe de notre questionnaire. Et pour tester la satisfaction des publics vis-à-vis du musée de la « Sira» nous avons essayé, dans notre questionnaire de mesurer le degré de cette satisfaction à l'aide de questions précises. Pour mieux comprendre les raisons de l'attraction du musée de la « Sira» et le rejet des autres musées par le même public nous avons introduit dans notre enquête des questions à ce sujet qui nous ont permis de

tester l'appréciation différentielle des uns et des autres quant à l'expérience de visite de ces deux catégories de musée.

14. Échantillon du questionnaire

Le questionnaire que nous avons réalisé a concerné un échantillon de 300 personnes. Parmi elles, 245 visiteurs (81,5 %) habitent la ville de Rabat et 20 personnes (6,5 %) les villes de proximité (Salé, Casablanca, Kenitra). Le reste des visiteurs se répartit entre touristes venant notamment des pays musulmans (28 personnes) (9 %) et marocains vivant à l'étranger particulièrement en Europe (7 personnes) (2,5 %). Les données obtenues à partir de cet échantillon, après être comptabilisées et classifiées, nous ont permis de connaître de manière approfondie, la typologie des publics et leurs appréciations et attentes. Avant de présenter les résultats quantifiés, voyons d'abord les caractéristiques des visiteurs du musée qui ont constitué notre échantillon.

L'enquête montre, en effet, que la majorité des visiteurs du musée sont des habitants de la ville de Rabat. L'accessibilité joue dans ce sens, un rôle très important dans l'encouragement à la visite. Les touristes notamment d'origine arabe (pays du golf), sont plus présents au musée à l'inverse des touristes occidentaux. Ces derniers, sont quasiment absents de la liste des visiteurs, notamment de notre échantillon d'enquête. Nous supposons que la nature islamique du musée, intéresse souvent les personnes de croyances musulmanes que ceux de confessions différentes (catholique, chrétienne, ou juive). Toutefois, le musée ne se limite pas forcément au public musulman, chaque visiteur peu importe sa confession, peut saisir le discours du musée. Cela permet à chacun de s'engager avec le contenu à son propre niveau et selon sa propre perspective, enrichissant ainsi l'expérience éducative et culturelle des publics.

15. Résultats du questionnaire

Les premières questions de type quantitatif que nous avons analysé nous ont permis d'obtenir des résultats par rapport au genre, à l'âge, à la nationalité, au niveau d'études et à la profession des publics. La majorité des visiteurs interrogés sont de nationalité marocaine, suivis par les visiteurs des pays du Golfe. Selon notre échantillon, les touristes arabes constituent un pourcentage de 9 % soit environ (28 personnes), ce qui est un nombre représentatif dans notre enquête. Pour ce qui est des catégories d'âge, les personnes âgées de plus de 65 ans, constituent (15 %) de notre échantillon (45 personnes), suivis des jeunes de 18 à 35 ans qui représentent 20,6% (62 personnes). La moyenne dominante est partagée entre les enfants dans le cadre de visites scolaires 22 % (66 personnes) et les visiteurs âgés de 40 à 60 ans 41 % (125 personnes). Ces deux catégories représentent la majorité de notre échantillon (figure 4).

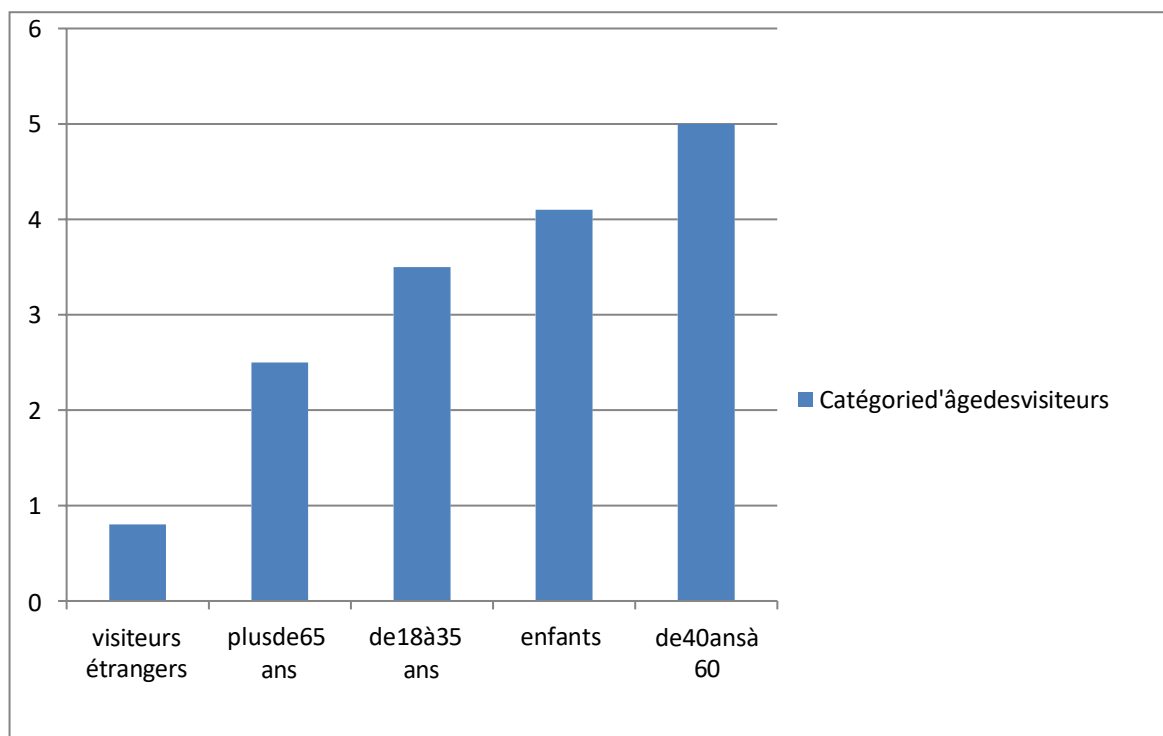


Figure 4 :

Catégorie d'âge des visiteurs, © musée de la Sira Annabaouiya, 2023.

Les visiteurs du musée de la « Sira » exercent des professions souvent en lien avec les domaines suivants: enseignement, commerce, recherche scientifique, communication, études islamiques et travaux publics. L'échantillon dévoile une diversité de profils. Il est vrai

que la majorité des visiteurs du musée sont de catégories aisées,¹⁵³ mais les classes moyennes et populaires sont également fortement représentées au musée (figure 5).

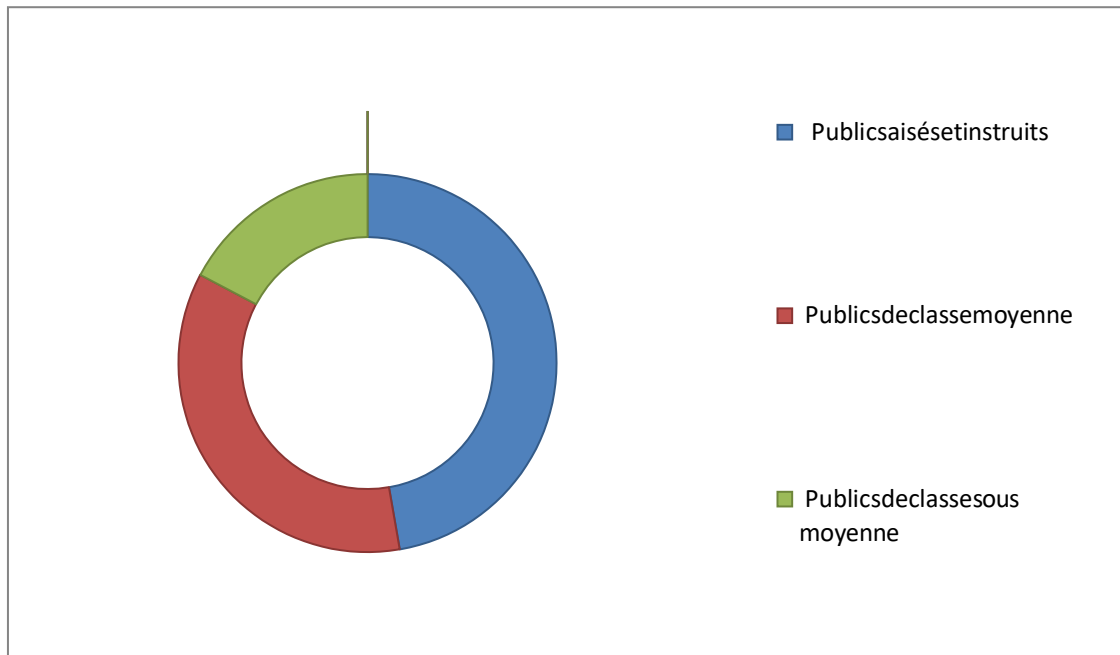


Figure 5

Catégories socioprofessionnelles des visiteurs, © musée de la Sira Annabaouiya, 2023

Cet équilibre catégorique (entre classes sociale moyenne, populaire et aisée), crée une forme de convivialité entre les visiteurs qui semblent tous être intéressés par le musée et ses contenus. Ceci nous a interpellés quant aux raisons qui se profilent derrière cet intérêt manifeste. Pourquoi ces publics fréquentent-ils le musée de la « Sira » ? Qu'attendent-ils de ce musée ?

Deuxième axe: le musée de la « Sira »

Comment avez-vous connu le musée de la « Sira » ?

Les données révèlent que la majorité des visiteurs 85,3% (256 personnes) ont connu le musée grâce aux médias (journal télévisé) ou grâce aux réseaux sociaux « Facebook et Instagram ». Cela illustre parfaitement l'importance et l'impact des médias et des réseaux sociaux dans la promotion des musées. En utilisant ces plateformes, les musées pourraient intéresser un public large et diversifié. Les campagnes sur les réseaux sociaux, en particulier, pourraient en fait donner lieu à une forme de vitalité à ce sujet. Cependant et comme nous

¹⁵³ Les publics instruits se caractérisent par leur haut niveau de scolarité. Selon nos études de cas, cette catégorie est fortement présente aux musées.

l'avons déjà souligné, le musée de la « Sira» ne dispose d'aucune page sur les réseaux sociaux, il s'agit uniquement de comptes particuliers des visiteurs qui diffusent des images ou des vidéos sur ce musée. Ces derniers constituent de véritables relais de propagande à son profit.

Comment se passe votre visite ?

Les visites au musée de la « Sira» se font souvent en groupe, notamment en famille, visite scolaire ou entre amis. Les visiteurs individuels, bien qu'ils ne soient pas absents, ne font pas partie de la catégorie dominante du public du musée. Les résultats affirment qu'environ (219 personnes) soit 73 % des visites ont été effectuées en famille, (groupe de 3 à 4 personnes), suivis des publics scolaires 22 % (66 personnes) et les groupes d'amis 5 % (15 personnes).

Avez-vous déjà visité le musée ?

Cette question de type quantitatif nous a permis d'établir des résultats par rapport à la fréquence et à l'expérience de visite. Les résultats montrent qu'un tiers de la population 1 % (3 personnes) laisse la question sans réponse. Parmi le reste de la population, une grande partie 91 % (273 personnes), a déclaré visiter le musée pour la première fois. En conséquence, la plupart des visiteurs ne sont pas des publics fidèles parce que seulement 2 % de notre échantillon soit 6 personnes affirment avoir déjà visité le musée. Ce dernier, bénéficie de nouveaux publics, qui découvrent les expositions et les œuvres pour la première fois.

Pourquoi visitez-vous le musée de la «Sira» ?

La majorité des visiteurs 87 % (261 personnes) visitent le musée, car il expose la vie du Prophète Mohamed. Dans ce cas, se mêlent curiosité et sentiment d'appartenance à la religion. La majorité des personnes interrogées s'identifient à l'exposition, car elle répond à leurs croyances. De plus, les particularités religieuses et informatives du musée, ont fait de cette institution, un espace privilégié des marocains incitant leurs curiosités et leurs sentiments d'appartenance religieux. Le reste des réponses 13 % (39 personnes), affirment venir au musée pour des raisons informatives et 8,6 % de publics (25 personnes) visitent le musée pour découvrir ses dispositifs numériques, ainsi que 1,2% (3 personnes) pour se divertir. (Figure 6).

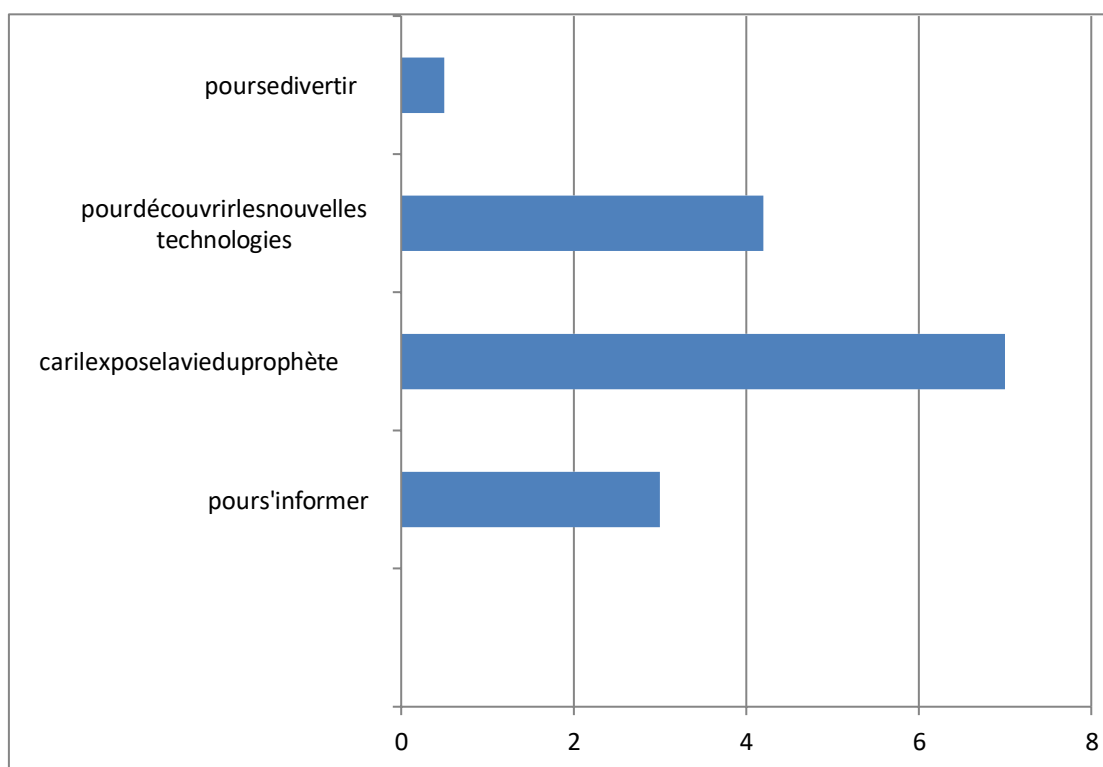


Figure 6 :

Les raisons de la visite du musée. ©Musée de la Sira Annabaouiya, 2023

Le troisième axe: appréciation des visiteurs

En analysant les réponses des visiteurs, nous constatons qu'une grande majorité de publics s'approprie le sens des expositions. Sur un total de 300 réponses analysées, nous avons retenu que 95,3 % des visiteurs expriment des sentiments d'appréciation positive. Les réponses des visiteurs dévoilent une certaine admiration, une jouissance par rapport au musée, au sujet d'exposition ou par rapport à la visite. La plupart des réponses attestent avoir apprécié la totalité des sections notamment l'exposition « vie du Prophète », et se montrent positive par rapport à la médiation et aux dispositifs numériques. Parmi les 300 personnes interrogées, seulement 4 personnes (1,4 %) ont critiqué la muséographie du musée et 3,4 % (10 personnes) n'ont pas répondu à cette question. Les réponses des visiteurs montrent que la majorité des publics aime le musée « tel qu'il est », et expliquent même qu'ils aiment les contenus du musée et que l'institution représente pour eux un trésor national. Les réponses indiquent également que le contenu répond aux préoccupations religieuses des publics. Ces derniers, se sentent informés et guidés, à l'inverse des autres musées au Maroc qui selon les visiteurs, n'offrent aucune médiation.

Or, nous ne pouvons pas affirmer à partir de ces réponses, que le public assimile le message de l'exposition, ni qu'il déchiffre son sens. Ce sont des réponses personnelles et subjectives. Elles ne font pas référence au sens dans les expositions, elles dévoilent soit les attentes du public par rapport au musée, soit les émotions que les œuvres ont déclenchées chez eux. Par ailleurs, nous avons posé des questions comparatives afin de connaître l'avis des visiteurs sur les autres musées nationaux. Il s'agit de savoir si les publics ressentent les mêmes émotions, s'ils apprécient les autres musées de la même façon que l'institution de la Sira. Les réponses dévoilent que 65 % des visiteurs (190 personnes) ont déjà visité des musées au Maroc. Les institutions les plus mentionnées sont : le musée d'art contemporain Mohammed VI (52,6 %), le musée de l'histoire et civilisation (46 %), et le musée Yve Saint-Laurent à Marrakech (31 %).

D'autres affirment visiter un musée pour la première fois (22%) à cause du manque de temps ou d'intérêt pour ses espaces. Huit (8) personnes n'ont pas répondu à cette question. La plupart des personnes ayant déjà visité des musées au Maroc, affirment avoir apprécié l'expérience. En effet, les visiteurs s'expriment par des réponses telles que « espace monotone », « manque de médiation ou d'activités ». Ils affirment apprécier le musée de la Sira pour des raisons particulières : la thématique de l'exposition, la médiation, les dispositifs numériques et la diversité des sections. Pour la plupart des visiteurs, l'institution reflète leurs attentes, car elle répond à leurs convictions religieuses et stimule leurs curiosités. Elle est aussi considérée par certains comme singulière dans le sens où elle offre une expérience à la fois émotionnelle et pédagogique, à l'inverse des musées nationaux qui se contentent de l'aspect informatif ou expositionnel. La catégorie des visiteurs qui laissent des suggestions n'est pas nombreuse (5 personnes). Leurs suggestions traduisent leurs désirs de voir le musée éditer un catalogue des expositions contenant les informations de chacune des sections et d'autres demandent que le temps de visite soit plus clément en étendu. Ainsi, les réponses révèlent la capacité d'interprétation de chaque visiteur, et dévoilent la logique particulière et les attentes de tout un chacun.

Si l'expérience de visite est réussie, c'est parce que le musée a touché un sujet peu abordé par les institutions et très demandé par les publics. Ces derniers, se montrent réceptifs par rapport à ces thématiques d'expositions, ils ont tendance à adhérer le discours de l'exposition, car il reflète leurs croyances et leurs pratiques religieuses. De plus, l'utilisation des nouvelles technologies au musée, offre aux visiteurs une expérience plus ou moins

immersive et pédagogique, ce qui renforce le sens d'interprétation et de participation chez eux. En somme, la thématique, le contenu et les nouvelles technologies sont autant d'éléments qui participent non seulement à amener le public au musée, mais également à créer un sentiment d'appropriation de celui-ci. En effet, à travers l'enquête que nous avons menée dans le musée, ils s'est avéré que l'exposition proposée a pu déclencher une série d'interrogations et de réflexions chez les visiteurs de celui-ci.

Faire l'éloge de l'idéologie religieuse obéit justement aux logiques des discours postcoloniaux avançant la primauté de la participation démocratique des populations et le respect de leur droit d'accès aux différents modes de la culture. À ce sujet, le thème de la religion qui est resté un sujet complexe, voire inapproprié avant l'indépendance du Maroc, a trouvé au musée de la « Sira » son plein droit de monstration et d'expression ; contrairement aux musées coloniaux qui traitent ce genre de thématique avec beaucoup de prudence. L'initiative du musée de la « Sira » d'aborder un sujet resté jusqu'à présent absent, lui a valu d'être récompensé par une affluence massive, le moins qu'on puisse dire inédite, une affluence qui traduit une pratique sociale qui s'inscrit effectivement au bénéfice du développement de la société.

L'analyse des enquêtes montre que les visiteurs développent suite à la visite de ce musée de nouvelles connaissances qui leur permettent de développer par la suite, leurs croyances et leurs pratiques religieuses. Un tel constat nous pousse à penser que le musée de la Sira ne se positionne pas comme un simple lieu d'exposition, mais plutôt comme un agent de changement social grâce à sa thématique d'exposition qui affecte directement le sentiment d'appartenance ainsi que les émotions des visiteurs. Nous pouvons même avancer, suite à nos observations de terrain, qu'en engageant les visiteurs sur des sujets qui affectent directement leurs émotions, le musée a pu encourager une prise de conscience et une réflexion qui dépassent la visite elle-même en s'étendant aux discussions familiales, éducatives et sociales ; ce qui pourrait même inspirer des actions concrètes pour le bien-être collectif, et favoriser, comme on dit, le vivre-ensemble. Une telle capacité à toucher et à mobiliser le public positionne donc le musée de la Sira comme exemple d'institution culturelle pouvant exercer un impact positif et durable sur la société marocaine dans son ensemble.

Nous devons enfin dire que la nature sensible de ce genre d'exposition nécessite un travail d'étude plus approfondi, mais aussi un capital humain et technique important et que la question de la religion soit traitée de la façon la plus juste et la plus claire possible afin d'éviter les malentendus. Faut-il considérer ce cas de figure comme une chance qui se présente aux musées nationaux pour sortir de leur isolement et se prémunir contre le rejet que la population marocaine continue à lui infliger ? S'il est admis que « les publics s'attirent vers les sujets qui reflètent leurs préoccupations et qui touchent leurs profonds sentiments » (J. Le Marec, 2007:44), il est donc recommandé pour les musées marocains de changer de politique culturelle et de s'abstenir désormais « d'exposer pour montrer, mais d'inclure les publics en les identifiant » (J. Le Marec, 2007 : 44). Car c'est l'acte d'identifier les visiteurs et les centres d'intérêt de ceux-ci qui pourrait permettre à ces musées de créer un sentiment d'appropriation des contenus et des messages que véhiculent les expositions.

La leçon à tirer du musée de la « Sira » est que les publics ne sont plus en mesure de contempler des objets exposés, ni même à visiter des lieux figés dans le temps, mais ils sont plutôt intéressés par des espaces vivants, capables à la fois de renforcer leurs sentiments d'appartenance, de changer leurs perceptions des choses et de répondre aux interrogations qui sont les leurs. Un musée national ne pourra donc prétendre posséder son public qu'à travers un travail profond de restructuration de ses contenus et de sa démarche muséologique et muséographique en vue de proposer un sens nouveau à la visite muséale. Sans quoi, il ne pourra prétendre à une véritable appréciation de l'objet muséal par le public marocain. On le sait, le projet politique du pouvoir colonial était d'éviter la religion dans les débats et les expositions. On considérait qu'un tel sujet pouvait constituer un déclencheur potentiel du sentiment de résistance chez les populations marocaines. Les musées de l'époque ont été conçus alors dans le but de renforcer ce projet politique en s'abstenant d'aborder des thématiques religieuses en lien avec les croyances des marocains afin d'éviter les conflits qui pouvaient se déclencher. À présent, la question de la religion n'a pas encore pris, dans les musées nationaux, l'ampleur qu'elle mérite chez la population, mais elle continue à être considérée comme un sujet à résonance politique et idéologique et non pas comme une forme de représentation sociale et identitaire.

Conclusion

En produisant le sens des expositions, le musée de la « Sira» exerce sans doute une pratique sociale qui bénéficie au développement de la société. «C'est du côté de la prise de conscience des messages que les transformations s'opèrent de manière plus concrète» (Le Marec, 2007 : 44). Les visiteurs développent dans ce sens, de nouvelles connaissances qui leur permettent de développer par la suite, leurs croyances et leurs pratiques religieuses. Le musée de la «Sira» ne se positionne pas comme un simple lieu d'exposition, il se présente plutôt comme un agent de changement social, car sa thématique d'exposition affecte directement le sentiment d'appartenance ainsi que les émotions des publics. En outre, en engageant les visiteurs sur des sujets qui affectent directement leurs émotions, «le musée peut encourager une prise de conscience et une réflexion qui dépassent la visite elle-même, pour s'étendre aux discussions familiales, éducatives et sociales, et pouvant même inspirer des actions concrètes pour le bien-être collectif» (Le Marec, 2007 : 46). C'est cette capacité à toucher et à mobiliser qui fait du musée de la « Sira» un exemple éloquent d'institution culturelle ayant un impact durable sur son public et sur la société dans son ensemble.

Chapitre III

Etude de cas:

Musée Pierre Bergé des Arts Berbère à Marrakech

Introduction du chapitre

Le musée Pierre Bergé à Marrakech incarne une passion profonde pour la culture et reflète l'histoire de son fondateur. «Né le 14 novembre 1930 à Saint-Pierre-d'Oléron, en France, Pierre Bergé passe pour un grand artiste mais aussi un grand mécène et collectionneur d'objets d'arts» (Bergé: 2011). En 1958, Pierre Bergé «fait la connaissance à Paris d'Yves Saint-Laurent, un jeune couturier français. Cette rencontre marque le début d'une relation personnelle et professionnelle qui durera plus de cinquante ans » (Bergé: 2011). En 1966 Pierre Berger s'installe à Marrakech, une ville qui le captive immédiatement. A partir de ce moment est «naît son intérêt pour la culture et le patrimoine marocain ; une passion qu'il partage avec Yves Saint-Laurent » (Bergé : 2011).

Leur admiration pour l'art et le patrimoine allait les conduire à «acquérir, en 1980, un Riad à Marrakech qu'ils vont restaurer et transformer en résidence qu'ils ont appelé Jardin Majorelle» (Bergé: 2011). En 2011, ils fondent, à proximité, le « musée Pierre Bergé » consacré à l'art islamique, pour changer après de vocation pour devenir un musée « d'art berbère». «Cette transformation vise à célébrer et préserver le patrimoine berbère, tout en offrant une plateforme éducative et culturelle pour les visiteurs du monde entier » (Bergé: 2011). L'apport de Pierre Bergé et Yves Saint-Laurent à la culture marocaine va «se consolider, en 2017, par la création du « musée Yves Saint-Laurent» (Bergé: 2011).. Les deux musées, situés à proximité l'un de l'autre, ont contribué à renforcer l'attrait culturel et touristique de la ville de Marrakech.

La création de ces deux musées reflète une vision moderne où l'art et la tradition se rencontrent pour offrir une expérience immersive et éducative. Pierre Bergé résume bien cette mission lorsqu'il affirme : « Il ne s'agit pas seulement de préserver des objets, mais de raconter des histoires, de faire vivre des cultures et d'inspirer les générations futures » (Bergé, P. 2011. *Interview avec Naji*). L'engagement de Pierre Bergé a laissé un héritage qui continue d'enrichir les visiteurs du monde entier.

1. Le musée Pierre Bergé: le changement de statut

Le changement de statut du musée est une réponse aux demandes des populations berbères qui revendiquaient leur représentation culturelle. «La collection d'art islamique fut alors donnée à d'autres musées, dont le musée de la mosquée Hassan II à Casablanca. La transformation du statut du musée a bien évidemment, eu des répercussions sur les publics et sur l'institution elle-même» (Naji, 2011). Le musée Pierre Bergé a pu grâce à son ouverture sur la culture berbère, attirer un public international. Il a pu renforcer le sentiment d'appartenance identitaire des publics et a contribué à la préservation de l'héritage amazigh.

«Le musée a pu également innover dans sa démarche en organisant des débats et des dialogues autour des questions d'identité, de culture, de patrimoine en rapport avec la société marocaine et la vie des gens » (Naji, 2011). Cependant ce changement de statut n'a pas eu l'unanimité de la population marocaine. Certains l'ont perçu comme une dévalorisation de l'art islamique.

Le musée Pierre Bergé «présente à peu près 600 objets berbères qui remontent en grande partie, aux années 1960. Les objets les plus anciens datent du 18^e siècle, leurs formes et leurs usages, prévalent encore aujourd'hui »¹⁵⁴(Naji, 2011). L'institution a non seulement pour objectif de préserver et de transmettre le patrimoine berbère, mais de représenter les communautés berbères longtemps marginalisées de la société. Elle tend à intégrer les publics berbères dans la société, de célébrer les acquis démocratiques obtenus par ses communautés.

Le musée, depuis la transformation de son statut, se positionne par son ouverture sur les publics berbères, par sa représentation du patrimoine et la diversité culturelle amazighe. Mais ce musée est aussi une réalité architecturale qui ne cesse d'attirer un public diversifié et renforcer la mission de l'institution.

¹⁵⁴Voir aussi le site officiel du musée Pierre Bergé : <https://www.jardinmajorelle.com/musee-pierre-berge-des-arts-berberes/> Site consulté le 30 mars 2023.

2. Le musée Pierre Bergé : une architecture d'exception

Érigé sur une surface de 200m² au cœur du jardin Majorelle, le musée Pierre Bergé est conçu par l'architecte Christophe Martin.¹⁵⁵ Le Jardin est aménagé par l'artiste Jacques Majorelle lui-même et dispose « d'environ 300 espèces de plantes différentes sur une superficie d'un hectare ». ¹⁵⁶

L'architecture du bâtiment et la beauté du jardin font de ce musée un lieu d'attraction touristique. Le bâtiment se caractérise par sa façade entièrement peinte en bleu Majorelle. L'usage de cette couleur avait pour but de distinguer le bâtiment des autres constructions de la ville, généralement peintes en ocre-rouge; ce qui lui a donné un caractère exclusif dans tout Marrakech. La couleur bleu Majorelle, devenue célèbre, a marqué le bâtiment du musée d'une touche de modernité.

3. L'exposition

La première section du musée est une introduction à l'histoire et la culture berbère. Elle présente, par le biais d'images et de photographies, l'histoire amazighe et décrit les caractéristiques socioculturelles de la population berbère. La section est agrémentée de cartes, textes explicatifs, de photographies, de films d'archives, mais également de productions audiovisuelles récentes.

La deuxième section dite « savoir-faire » montre comment travaillent les artisans aujourd'hui et présente les techniques de production de certains savoir-faire concernant, notamment le bois, le cuir, le cuivre, la poterie, la pure... les objets exposés relatent des fonctions diverses dans la vie quotidienne, d'autres ont un caractère festif qui montrent les particularités du patrimoine berbère et du génie créatif des artisans. Elle rend hommage à l'artisan et met en valeur ses créations. Dans l'espace « parures », divers modèles de bijoux berbères sont exposés dont le collier de Massa,¹⁵⁷ un accessoire daté du 15^e siècle et qui constitue l'élément phare et le plus ancien de l'exposition.

La troisième section dite « apparat » expose un ensemble de tenues berbères provenant de différentes régions du Maroc (du Rif au Sahara) et leurs techniques de fabrication et de

¹⁵⁵ (Voir) le site officiel du musée Pierre Bergé : <https://www.jardinmajorelle.com/musee-pierre-berge-des-arts-berberes/> Site consulté le 30 mars 2023.

¹⁵⁶ Idem.

¹⁵⁷ Le collier de Massa de la région Souss Massa au Maroc est souvent fabriqué en argent et orné de perles, de pierres précieuses et de motifs artisanaux.

décoration spécifiques. Cette section expose également des tapis, des instruments de musique et des objets cérémoniels.

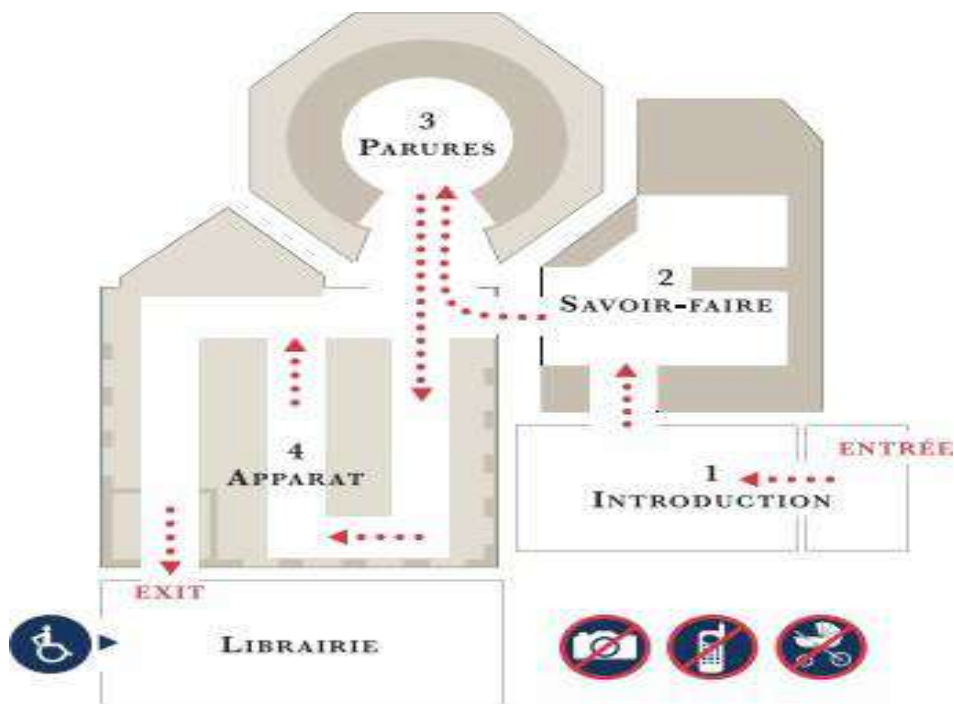


Figure7:

«Plandumusée »

FondationMajorelle, ©muséePierreBergerdesArtsBerbères, 2023

De l'autre côté du bâtiment, sont disposés des espaces dédiés aux expositions temporaires où sont présentées des expositions thématiques en rapport avec les préoccupations des publics. À ce titre, nous citons l'exposition « Racine », réalisée en décembre 2019, qui raconte l'histoire partagée entre les communautés arabes et berbères au Maroc, et qui se conçoit comme étant singulière, parfois différente ou supérieure l'une par rapport à l'autre. L'exposition met ainsi en scène les caractéristiques culturelles et les traditions qui distinguent ou complètent les deux groupes. «Elle présente une chronique positive des relations entre les deux ethnies et expose des éléments qui décrivent leurs rapports de groupes (peintures, photographies, objets du quotidien...).»(Naji: 2011). L'exposition raconte l'histoire élargie entre les deux communautés, et «décrit à travers des textes explicatifs et images, les types de métiers assignés historiquement aux deux peuples » (Naji: 2011). Par exemple, les métiers des berbères du Maroc sont souvent liés au domaine commercial, alors que pour les arabes, c'est

plutôt l'agriculture qui prend le plus d'intérêt. L'exposition n'a pas pour objectif de créer des distinctions ou des tensions entre le peuple arabe et amazigh, mais tend plutôt à représenter l'histoire commune de ses deux communautés, ainsi que leurs relations partagées. Afin de défendre un message d'égalité sociale, l'exposition a mis en scène un parcours d'objets et des images qui montrent les échanges entre les deux peuples avec l'aide des objets artisanaux, des documents historiques, des objets de la vie quotidienne, des affiches, des vidéos, etc. Le musée Pierre Bergé fonde sa politique culturelle sur l'idée d'un forum pour la société. Il ouvre ses portes aux artistes berbères et établit des relations d'échanges avec d'autres musées notamment dans le cadre d'exposition itinérante.¹⁵⁸ L'institution développe également un riche programme d'ateliers pour enfants, ainsi que des rencontres littéraires. L'objectif, est d'initier cette catégorie, à la culture berbère, ainsi que de mettre en valeur l'existence des peuples berbères au Maroc. Lors de chaque nouvel an amazigh, le musée reçoit des écrivains d'origine berbères, qui racontent leurs histoires, leurs vécus, décrivent leurs ouvrages ou abordent des thématiques sur la culture ou sur le patrimoine berbère.¹⁵⁹ Ce dernier, reflète l'identité du peuple amazigh, qui doit donc être protégée et reconnue à sa juste valeur.

¹⁵⁸ Nous citons à cet effet, le musée national du Bahreïn, le Mucem à Marseille qui ont exposé dans le cadre d'expositions itinérantes, les œuvres du musée Pierre Bergé.

¹⁵⁹ Le musée accueille des écrivains comme Driss Benzekri et Carlos Freire, qui décrivent l'histoire et les particularités du patrimoine berbère, tout en mentionnant les contraintes qu'il rencontre.

4. Une identité amazighe révélée par son musée

Le musée Pierre Bergé, ressemblait au départ à un cabinet de curiosité. En effet, à l'annonce de la création du musée, certains individus ont apporté leurs objets personnels (ustensiles, poteries, tissages), afin qu'ils soient exposés au musée. Pour Romain Simenel, concepteur du musée Pierre Bergé, il s'agit «de sauvegarder les savoir-faire berbères, d'inclure les populations en exposant leur patrimoine »¹⁶⁰. Le musée expose dans une partie, le patrimoine des communautés berbères, afin que ces dernières, puissent se retrouver devant leur propre héritage. Les expositions au musée Pierre Bergé proposent «de replonger les communautés dans leur propre univers culturel, mais différemment, à travers le musée. Une forme institutionnelle de reconnaissance de leur propre héritage » (Naji: 2011). Celle-ci va jouer alors pour les donateurs une double fonction : celle de voir sortir de l'anonymat ce qui leur appartient par son exposition au musée et celle de participer à l'édification d'un projet culturel: le musée. Cet acte volontariste, qui s'est déjà concrétisé au moment du démarrage du musée Batha à Fès il y a un siècle, montre qu'il est possible, dans des circonstances bien précises, de convaincre certains marocains d'adhérer à un mécénat culturel. Cet acte marque par ailleurs un intérêt manifeste à l'égard de l'institution muséale dont la motivation profonde est de perpétuer le patrimoine familial et le donner à voir à autrui en le transférant de la sphère privée à la sphère publique et commune. Dans quelle mesure est-il possible alors d'exploiter ce genre d'acte de générosité hautement significatif en vue d'initier une forme d'adhésion de diverses catégories sociales au projet muséal ?

Le musée Pierre Bergé met en lumière différentes franges de la communauté (femmes, hommes et enfants) et tend à travers ses expositions, à refléter leurs modes de vie et leurs productions. A travers ces expositions le musée se veut comme un espace à valeur symbolique et sociale et un transmetteur culturel perpétuant les traditions berbères tant que support d'une mémoire communautaire spécifique. Il participe, de ce fait, à lutter contre un état d'isolement géographique, et de surcroît, culturel qui frappe ces communautés au Maroc, pourtant faisant partie intégrante de la société et du patrimoine marocains. Comment le musée Pierre Bergé a-t-il pu parvenir à scénariser ce patrimoine ? et quelle différence existe-t-elle entre son approche muséologique et muséographique et celle

¹⁶⁰Discussion avec le concepteur du musée Pierre Bergé Romain Simenel, le mardi 4 avril 2023 (voir l'entretien dans l'annexe B).

que préconisent d'autres musées publics ou privés en matière de représentation d'une importante composante du patrimoine national que l'on qualifie, paradoxalement, de petit patrimoine ?

5. Approchemuséologiqueetmuséographique

Approchemuséologique

La collection du musée, constituée grâce aux collectes de Pierre Bergé ainsi qu'aux donations des communautés berbères, est composée «d'environ 600 objetsclassés selon leurs origines géographiques et leurs typologies. D'après l'inventaire réalisé en 2021 par les responsables du musée, 300 objets recensés constituent la collection d'objets rurauxamazighs, dont seulement 80 exposés en permanence ».¹⁶¹Le reste est déposé dans des réserves pour la documentation et la recherche. Les objets sont exposés selon leurs origines géographiques ainsi que leurs fonctions, leurs formes, leurs motifs et leurs techniques. « Les objets citadins, fabriqués par des artisans ont des critères spécifiques qui diffèrent de ceux ruraux, tant au niveau des matériaux utilisés que de décoration (souvent inspirée de l'ornementation arabo-islamique) ».¹⁶²

Le musée tend ainsi à travers son approche muséologique d'étudier et de mettre en valeur ces deux catégories d'objets berbères, de transmettre un discours qui reflète les communautés rurale et citadine. Selon Salima Naji, les objets de la collection, composés de tapis, de bijoux, de céramiques, d'outils quotidiens forment un environnement spécifique qui reflète l'identité des diverses catégories berbères. Les responsables du musée sont conscients du rôle de l'héritage culturel dans la construction identitaire des publics. La collection amazighe du musée est donc importante dans ce contexte ; elle participe selon Naji, à cetenjeuidentitaire,c'estuneformedereconnaisancedescommunautésberbères.Toutefois,sur le plan de la représentation géographique des objets, la culturematérielle du Sud marocain est visiblement présente, alors que les autres régions sont moins représentées. Cette présence s'expliquepar l'intérêtdePierreBergé pourle SudduMaroc, sespaysages,sespopulationset

¹⁶¹Selonleconcepteurdumusée RomainSimenel,Lenombrede300objetsrurauxestlerésultatd'uninventaire partiel réalisé en 2021. Il est fort possible que des pièces de la culture amazighe existent encore dans les dépôts du musée. Elles demandent à être identifiées et documentées. En dehors des objets amazighs provenant du Maroc, il faut bien noter que le musée possède aussi quelques objets de la Kabylie (poterie et bijoux) déposés dans les réserves de l'institution.

¹⁶²Discussion avec le concepteur du musée Pierre Bergé Romain Simenel, le mardi 4 avril 2023 (voir l'entretien dans l'annexe B).

ses spécificités culturelles. Néanmoins, les différentes sections de l'exposition donnent plus ou moins une vision globale du patrimoine amazigh.

Par ailleurs, le musée expose des outils, des ustensiles, de la poterie, des bijoux, des tissus et des habits berbères. « Cette prédominance des outils s'explique par le fait que la majorité des objets sont collectés en tant qu'objets participant au mode de vie socio-économique et culturel des communautés » (Naji, 2011). Les objets sont ainsi, choisis selon leur valeur utilitaire dans la société berbère et non seulement pour leur valeur esthétique ou historique.

Approche muséographique

La muséographie du musée met en lumière la culture et l'héritage amazigh, en adoptant une mise en scène qui donne un sens aux objets exposés. Ces derniers, notamment dans les sections « parure » et « appareil », sont exposés dans un environnement sombre où les projecteurs de la salle créent un jeu d'ombre et de lumière. La haute technicité de cette muséographie implique selon le concepteur du musée, le recours à de nombreux prestataires (éclairagistes, scénographes, concepteurs multimédias, etc.). Le musée s'appuie sur des corps de métiers divers pour faire passer un message identitaire à l'attention des publics. Ce message s'appuie sur la reconnaissance de la culture amazighe, l'égalité entre les peuples. Dans l'exposition « parure », l'espace éclaire uniquement les objets (figure 8). Cette exposition présente divers objets (bijoux en cuivre et en argent, fibules, ornement en pierre précieuse, etc.). Elle dévoile la beauté de la parure berbère et le génie créatif des artisans.

L'approche muséographique permet selon Simenel, de capturer le regard des visiteurs en effaçant la lumière des murs. Le visiteur ne doit pas être distrait par l'espace. Dès le début de l'exposition, le visiteur est sous l'emprise d'une scénarisation bien choisie de telle manière à ce qu'elle permet d'éviter que le regard du visiteur ne soit pas détourné ou distrait par n'importe quel autre élément, notamment l'architecture du lieu. À cet effet, on a joué sur le facteur de l'espace. Ce dernier, est capital dans la perception des objets exposés : La distance bien calculée entre les composantes de l'exposition devait aider le visiteur à focaliser son attention sur un seul objet et non pas plusieurs à la fois. La succession des expos et la distance qui les sépare les uns des autres rythment le déplacement et contrôlent l'attention des visiteurs.



Figure8:

«Exposition parure»

Musée Pierre Bergé, photographie © Halima Arrassi, 2023

Par ailleurs, la section «savoir-faire» expose divers éléments (photographies, objets et dispositifs numériques). Elle met en place une approche muséographique chargée de significations véhiculant des discours qui mettent en lumière la créativité des artisans berbères. Dans cet espace, et à l'inverse des sections « parure » et « appareil », la technique muséographique adoptée joue sur la proximité des objets et éléments présentés. L'objectif étant de rassembler au sein d'un même espace tous les éléments capables d'inclure et d'attirer les visiteurs. Ces derniers, font ainsi face à différents discours, ce qui peut soit approfondir ou perturber leur visite. En effet, ce type d'espace peut combler le visiteur d'informations, comme il peut nuire à sa visite en la rendant plus fatigante ou insignifiante. Le visiteur se trouve ici face à une multitude d'objets de nature hétérogène : en plus des objets, il est appelé à contempler des portraits de femmes et hommes amazighs, des dispositifs numériques et des textes d'illustration dans un espace réellement exigüë; ce qui pourrait perturber la perception des contenus de l'exposition par les visiteurs.

L'approche adoptée reflète comme l'affirme bien Simenel, la consécration d'une muséographie participative dans le sens où des ateliers de création sont organisés. En effet, le musée adopte une politique d'inclusion des visiteurs permettant à ces derniers de prendre part

une fois par semaine, à de plus amples présentations sur la culture amazighe, dans l'espace de sa bibliothèque ainsi que des ateliers artistiques pour enfants et adultes (dessins, moulage, collage...) afin de les aider à mieux saisir les composantes essentielles de cette culture. L'objectif est de créer une familiarisation entre les visiteurs et l'espace muséal, d'intégrer les publics dans les projets et débats du musée. Ainsi, comme le précise le directeur du musée Pierre Bergé, «dans la plupart des musées au Maroc, la participation muséale est presque inexistante. Il n'y a pas d'espaces d'échanges ; les publics se sentent moins considérés, ils sont seuls dans leur réflexion. Même lorsqu'il y a un médiateur, l'échange n'est guère pertinent»¹⁶³. À ce sujet précis, un dilemme pourrait être soulevé : qui est apte à mieux présenter le musée et à faire participer les visiteurs, le médiateur ou le concepteur de l'exposition, ou les deux ?

Nous l'avons bien constaté au musée de la Sira : le médiateur se contentait de raconter des informations apprises lors de sa formation muséale, créant ainsi une atmosphère d'un échange rigide basé sur un ensemble de questions-réponses et non sur une stratégie de communication et d'échange. Par contre nous avons pu découvrir au musée Pierre Bergé une autre manière de penser et de concevoir la notion de public. C'est le concepteur de l'exposition qui pratique au travail de médiation, organise les rencontres et les pilote dans l'objectif de partager son savoir-faire et son expérience avec les visiteurs. Cependant, il devenait difficile pour ce musée de maintenir une telle qualité de rencontres dans l'absence grandissante et significative des visiteurs berbères. Le concepteur de l'exposition du musée en est parfaitement conscient : «Nous accueillons autant de touristes que de public local. Notre objectif est d'intégrer les berbères, sans lesquels nos débats auront moins de sens »¹⁶⁴. Selon ces propos, le public amazigh se fait marquer par son absentéisme récurrent. Pourquoi alors, un musée comme celui de Pierre Bergé, malgré l'équilibre significatif, à l'échelle nationale, qu'il parvient à établir entre visiteurs locaux et étrangers, se trouve dans une situation de perte continue de sa clientèle de base sur laquelle il bâtit sa raison d'être patrimoniale et culturelle que forme la population amazighe du sud du Maroc en particulier ?

¹⁶³Entretien avec Laurent Gardette, directeur du musée Pierre Bergé le mercredi 5 avril 2023 (voir l'entretien dans l'annexe B).

¹⁶⁴Entretien avec Romain Simenel, concepteur de l'exposition, le mercredi 5 avril 2023.

Difficile de répondre de manière tranchante à une pareille question. Mais il est possible de dégager quelques éléments de réflexion la concernant. D'abord, ce n'est pas le propre de ce musée de voir le taux de fréquentation de sa population-cible en état de régression, mais il s'agit d'un phénomène général qui ne cesse de hanter les musées au Maroc. Ensuite, l'expérience muséale nationale est relativement récente. Sa possession par les marocains ne dépasse guère la période de quelques décennies d'où la limite d'expériences novatrices en matière de gestion des publics. Autre argument : malgré les moyens techniques modernes et la révolution numérique qu'accuse le champ muséal à l'échelle internationale, les musées au Maroc devraient tenter de nouvelles pistes capables d'intéresser les marocains en se basant sur des expériences locales, avec des moyens locaux et des acteurs locaux. La démarche de la recherche-action¹⁶⁵ que nous préconisons à ce sujet nous paraît être un outil incontournable et hautement efficace. C'est dire que les nouvelles technologies, malgré leurs efficacités ne suffisent pas à elles seules.

6. L'apport des nouvelles technologies

Dans ce musée, les nouvelles technologies prennent moins d'importance probablement à cause de l'omniprésence du texte dans les expositions. La seule section qui utilise ces techniques de communication et d'illustration, est celle dite « savoir-faire » qui présente une projection audiovisuelle sur l'histoire et le mode de vie des peuples berbères. « La projection vidéo crée une synergie avec l'espace et fonctionne comme un complément en présentant des archives photographiques ainsi que des séquences vidéo soigneusement conçues et diffusées »¹⁶⁶ (figure 9).

¹⁶⁵La recherche-action ou recherche-intervention, est une démarche et une méthodologie de recherche scientifique qui vise à mener en parallèle et de manière intriquée l'acquisition de connaissances scientifiques et des actions concrètes et transformatrices sur le terrain.

¹⁶⁶Entretien avec Romain Simenel, concepteur de l'exposition, le mercredi 5 avril 2023.



Figure9:

« Projection vidéo à l'exposition savoir-faire »

Musée Pierre Bergé, photographie © Halima Arrassi, 2023.

En outre, deux bornes interactives permettent aux visiteurs d'accéder facilement aux informations. En effet, le fait de mettre à la disposition des visiteurs des outils interactifs, leur permet d'acquérir un statut d'acteurs de contenu, contrairement à ce que nous avons pu constater au musée de la « Sira » où les visiteurs sont réduits à de simples spectateurs tenus dans une situation passive. Il est important en matière de découverte de contenus que soient permises des manipulations directes des dispositifs numériques, lesquelles aident non seulement à comprendre l'objet dans son contexte général, ses fonctions et ses aspects techniques, mais aussi dans certains détails liés à des propriétés particulières comme les décors et les formes. Signalons ici que le musée Pierre Bergé, en accusant un intérêt esthétique évident, tente de proposer à l'aide des NTIC une muséographie séduisante dans le but de satisfaire les attentes des visiteurs. Mais il reste à savoir si ces derniers ont-ils vraiment été conquis par cette forme de présentation et de communication. De manière générale, « il est bien difficile de deviner comment les publics vont réagir devant les dispositifs numériques, s'ils les apprécient ou pas »¹⁶⁷.

¹⁶⁷Entretien avec Romain Simenel, concepteur de l'exposition, le mercredi 5 avril 2023.

7. Le texte comme support de communication

Les concepteurs du musée Pierre Bergé lui attribuent un statut de médium. Dans toutes les approches qu'il adopte, le musée part du fait que le rôle essentiel de ses expositions est d'informer les publics par le biais de divers moyens (dispositifs, objets, textes). L'écrit selon Simenel, se présente sous deux formes (cartels, textes introductifs et textes explicatifs). Les textes sont choisis selon une logique de discours, selon la nature de chaque section et le message qu'elle tente à transmettre. Par exemple dans la section « savoir faire », le récit du musée est présenté particulièrement, sous forme de cartels. « L'exposition n'est pas en mesure de contenir des textes explicatifs, car elle met déjà à disposition des visiteurs, des dispositifs numériques qui offrent des explications plus détaillées ». ¹⁶⁸ Les cartels se caractérisent par leur neutralité. Elles sont simples: écriture vaste et lisible, en noir sur fond blanc ou parfois en blanc sur fond gris. Les phrases sont peu nombreuses (6 phrases par cartel), courtes (10 à 20 mots par phrase) et les mots ne contiennent que peu de syllabes (environ deux syllabes par mot). Les titres des cartels sont écrits en gras, de façon à attirer le regard des publics, les incitant à lire facilement les textes présentés. Ainsi, comme l'affirme Simenel, l'homogénéité, la régularité et l'uniformité de la mise en forme des textes contribuent à fluidifier la lecture des récits, en facilitant la mise en relation des informations.

Le discours proposé par le musée, est ancré dans l'espace. Dans l'exposition « Parure », les cartels sont installés sur des supports en bois, informant les visiteurs sur l'objet, sa datation et sa provenance géographique. Ce dernier, n'a de sens que lorsqu'il est accompagné de texte. Selon Romain Simenel, le vocabulaire utilisé pour la rédaction des cartels est simple et accessible. Un spécialiste de la scénographie résume cela en disant que « les éléments présentant des difficultés de compréhension ou suscitant un supplément d'informations, font l'objet de textes explicatifs. Ces derniers, traduits en arabe et en anglais, permettent de clarifier les ambiguïtés qui peuvent être provoquées chez le visiteur et de replacer les concepts dans leurs contextes » (Chatzimanassis, 2013: 301). C'est pourquoi ils sont placés au début des sections, pour informer les visiteurs sur la nature des expositions et des divers espaces, en guise d'initiation à la visite. Mais ils peuvent en même temps, sur le plan du fond, affecter celle-ci dans le sens où le visiteur pourrait se réfugier dans une sorte de passivité qui diminuerait son éveil et sa curiosité au moment de la découverte des contenus de

¹⁶⁸Entretien avec Romain Simenel, concepteur de l'exposition, le mercredi 5 avril 2023.

l'exposition. Ces derniers prennent en clarté et en intérêt lorsqu'ils sont sujet à une suffisante contemplation et réflexion quand ils incitent le visiteur à les interpréter. Aussi, et sur le plan de la forme, les textes informatifs pourraient perturber la concentration du visiteur par le flux des informations qu'ils prodiguent et influencer sa manière d'appréhender les contenus proposés.

L'étude des textes affichés atteste, par ailleurs, un souci esthétique lui procurant une sorte d'harmonie avec les thématiques de chaque exposition. Simenel affirme que les polices, les fontes, la longueur des lignes, l'interligne, la couleur du fond et des lettres créent une identité visuelle à la fois attrayante et discrète. Cependant, malgré l'importance du texte dans la transmission de l'information, celui-ci pourrait paraître comme un facteur d'exclusion. En effet, les textes en question sont écrits en français, et traduits en anglais et en arabe. Nous remarquons une quasi-absence de textes en langue amazighe. Le musée, quoiqu'il affirme cibler les publics berbères, semble moins s'adresser à eux. Il est vrai que de nombreux berbères comprennent l'arabe, le français ou l'anglais, mais ils aspirent à une représentation de leur propre langue qui fait partie de leur culture que son usage au musée pourrait être aperçu comme une forme de sauvegarde et de mise en valeur.

Bien évidemment, le langage muséal fait partie des éléments qui traduisent une appartenance culturelle identitaire et communautaire. Par la langue, les visiteurs peuvent se situer et se reconnaître dans les contenus exposés. Compte tenu de ce qui précède, comment peut-on qualifier la manière par laquelle les visiteurs s'identifient aux expositions ? Nous allons procéder, à cet effet, à l'analyse des parcours de visite adoptés par le musée afin d'essayer de déterminer concrètement les centres d'intérêt des visiteurs en observant et étudiant leurs réactions face aux expos et de comprendre les raisons de certains de leurs comportements, mais en rapport avec la notion espace-temps de la visite.

8. Le parcours de visite : analyses spatio-temporelle

Le musée Pierre Bergé offre un parcours que l'on dirait évolutif puisqu'il retrace l'histoire des populations berbères et leur rôle actuel dans la société. Ce genre de parcours procure une expérience sociale et humaine visant l'inclusion et l'intégration de la population locale, tout en lui permettant de construire une idée et de saisir le sens de ce que l'on découvre. Nous étudions dans ce cas, les différentes variantes du parcours afin de définir les temps forts de l'exposition, puis de suivre le processus de la construction progressive de la signification chez le visiteur.

Les observations concernent un public hétérogène tant sur son profil social que sur sa tranche d'âge et sa provenance. Les parcours observés concernent les divers types de visites (en groupe, en famille ou amis) ou de manière individuelle. Afin d'analyser ces parcours de façon efficace, nous avons choisi cette fois-ci, de filmer les visiteurs en situation de visite. En effet, cette technique est très approuvée en milieu muséal.¹⁶⁹ Les visiteurs sont invités par la suite, à voir en vidéo leurs propres expériences de visite.

Ainsi, lors de notre observation sur place, nous avons remarqué que la majorité des publics suivent un même parcours. En effet, la signalétique mise en place au musée, oriente le chemin des visiteurs. « Elle est directionnelle dans la mesure où elle permet de guider le public dans son parcours et d'éviter sa mal orientation en le dirigeant ». ¹⁷⁰ Les visiteurs savent ainsi où se diriger, leurs chemins sont clairs et n'éprouvent aucune difficulté d'orientation. Nous avons calculé le temps moyen de la visite : 28 minutes ; le temps moyen d'arrêt : de 2 à 4 minutes selon l'intérêt suscité par l'objet, le texte, ou le média. Dans la majorité des cas observés, les visiteurs passent en moyenne de 20 à 30 min dans l'exposition. La durée de la visite varie selon chaque type de visiteurs. Par exemple, les touristes ont tendance à rester plus de temps dans la visite que les publics nationaux. À l'inverse, les publics nationaux, faiblement présents au musée, consacrent moins de temps à leur visite. Ils ont tendance à sauter d'une exposition à une autre sans réellement contempler les œuvres ou lire les textes. Ils cherchent à

¹⁶⁹ De nombreux muséologues comme Daniel Schmidt et Corinne Baujard, explorent le parcours des visiteurs et leurs comportements à l'aide d'une caméra. Par exemple, dans l'exposition temporaire « Moches » au musée Aquarium de Nancy en France, Schmidt, mené d'une caméra, enregistre les mouvements des visiteurs et leurs réactions face aux contenus exposés. « L'enregistrement des comportements subjectifs du visiteur, permet de comprendre ce qui attire son attention, ses points d'arrêts, les éléments qui ont marqué ou pas son expérience » (Rieuf, 2020 : 239). www.museumaquariumdenancy.eu site consulté le 3 avril 2023.

¹⁷⁰ Entretien avec Romain Simenel, concepteur de l'exposition, le mercredi 5 avril 2023.

obtenir une vue d'ensemble sur les objets sans réellement s'arrêter sur les détails. Ce comportement peut s'expliquer de la façon suivante : manque de temps ou d'appropriation, visitedepassage,ou objetsfamiliers.¹⁷¹Cedernierpointestimportantàanalyser.En effet,les publics marocains ont déjà une idée préalable sur le patrimoine amazigh comme relevant du déjà-vu. La majorité des familles gardent d'anciens objets berbères dans leurs demeures, parfois les achètent lors de leur visite aux bazars aux centres d'artisanats. Les publics nationaux ou locaux ne sont plus impressionnés par le patrimoine ou la culture berbère, ils les connaissent déjà. Nos observations, montrent que très peu de publics locaux fréquentent le musée. La majorité de ceux qui visitent l'institution, sont des visiteurs de passage qui après avoir découvert le musée Yves-Saint Laurent, se rendent à l'institution Pierre Bergé. En effet, la proximité entre ces deux institutions, situées au jardin Majorelle, empêche certains publics, notamment nationaux de poursuivre la visite.

Nous pouvons dire, chiffres à l'appui, que les visiteurs, après avoir visité le musée Yves Saint-Laurent, n'éprouvent que peu d'intérêt pour le musée Pierre Bergé. En effet, le taux annuel de fréquentations au musée Yves Saint-Laurent est deux fois plus important que celui enregistré au musée Pierre Berger : 700.000 visiteurs pour le premier contre300.000pour le second¹⁷². La plupart des visiteurs du musée sont des touristes étrangers qui, tentent de découvrir le musée et ses contenus. L'institution Pierre Bergé attire également les défenseurs de la cultureamazighe, qui sont en majorité des intellectuels. Ces derniers, visitent l'institution pour retrouver une part de reconnaissance et de représentation. En général, les comportements de cette catégorie de visiteurs reflètent un réel intérêt pour les contenus du musée.

L'exposition «savoir-faire»,attire selon Simenel l'intérêt du public touristique et des intellectuels par la nature du dispositif de communication qu'elle met en œuvre : la projection vidéo et les bornes interactives qui permettent aux visiteurs d'adopter une attitude ludique. Nous avons pu alors détecter des comportements de visite différentiels. Concernant le temps d'arrêtnousavonsconstatéqu'unvisiteurquiutilisedesdispositifsnumériquespeutprendre

¹⁷¹Pour Bernard Dupaigne le visiteur ne vient pas au musée pour voir des piècesfamiliales, qu'il peut facilement trouver dans sa demeure ou dans sa ville ; mais il souhaite voir des œuvres qu'il ne connaît pas, disparues ou impressionnantes » (Dupaigne, 2006 : 145).

¹⁷²Archive de la bibliothèque de la fondation Jardin Majorelle, à consulté également sur le catalogue en ligne de la fondation Jardin Majorelle : <https://fjmbibliotheque.centredoc.org/> site consulté le 11 avril 2023.

plus de temps à contempler l'exposition qu'un visiteur n'utilisant pas ce genre d'outils. L'espace de l'exposition est meublé de moyens d'illustration sous forme de photographies sur l'histoire berbère et de vidéos remémorant les savoir-faire de la région. Tout au long de leur parcours, les visiteurs parviennent à se rappeler, pour certains, les fragments d'un héritage lointain ; pour d'autres, un patrimoine, une culture et une histoire propres au monde berbère, mais valorisants. Dans les deux cas, nous avons pu constater que la visite procure plusieurs émotions partagées entre la nostalgie, la prise de conscience, la délectation et l'étonnement. Autant de manières ou de sentiments par lesquels les visiteurs appréhendent et s'approprient les contenus de l'exposition.

9. Parcours de visite et appropriation de l'exposition

Le questionnaire portait sur trois axes : le premier concerne le profil des visiteurs, le deuxième leurs expériences de visite et le troisième le degré d'appréciation des contenus de l'exposition. Les chiffres sont obtenus sur une période de 2 mois dans l'année 2023. Les premières réponses reçues, montrent que la majorité des visiteurs 79 % (237 personnes) sont des touristes étrangers provenant essentiellement de pays occidentaux, notamment de France, des Etats-Unis et d'Espagne. Les publics nationaux ne constituent que 15,3 % (45 personnes) et sont principalement des visiteurs initiés, de classe supérieure. La population amazighe de classe moyenne et sous-moyenne se montre presque absente 1% (3 personnes) de notre échantillon. Un nombre très faible qui nous interpelle encore sur les raisons de ce rejet sachant que le musée s'adresse à toutes les catégories de publics.

Par ailleurs, les résultats du questionnaire dévoilent un décalage au niveau des âges. Les personnes âgées de 55 à 69 ans constituent la majorité de notre échantillon : 93 % (279 personnes). Les individus de 35 à 48 ans ne constituent que 3,5 % soit (10 personnes) de notre échantillon, suivis des enfants : 2 % (6 personnes). Par ailleurs, les visiteurs du musée Pierre Bergé exercent des professions souvent en lien avec la recherche scientifique ou le domaine de la communication, ainsi qu'une dominance du public retraité. Ces derniers font la majorité de notre échantillon (figure 10). Nous pourrions ainsi, diviser les visiteurs du musée en deux catégories: publics retraités (dont les touristes), et publics instruits de classe supérieure. En effet, les classes moyennes et populaires, à l'inverse de notre précédente étude de cas au musée de la «Sira», sont quasiment absentes de notre échantillon. Elles ne dépassent pas (1 %) au musée Pierre Bergé.

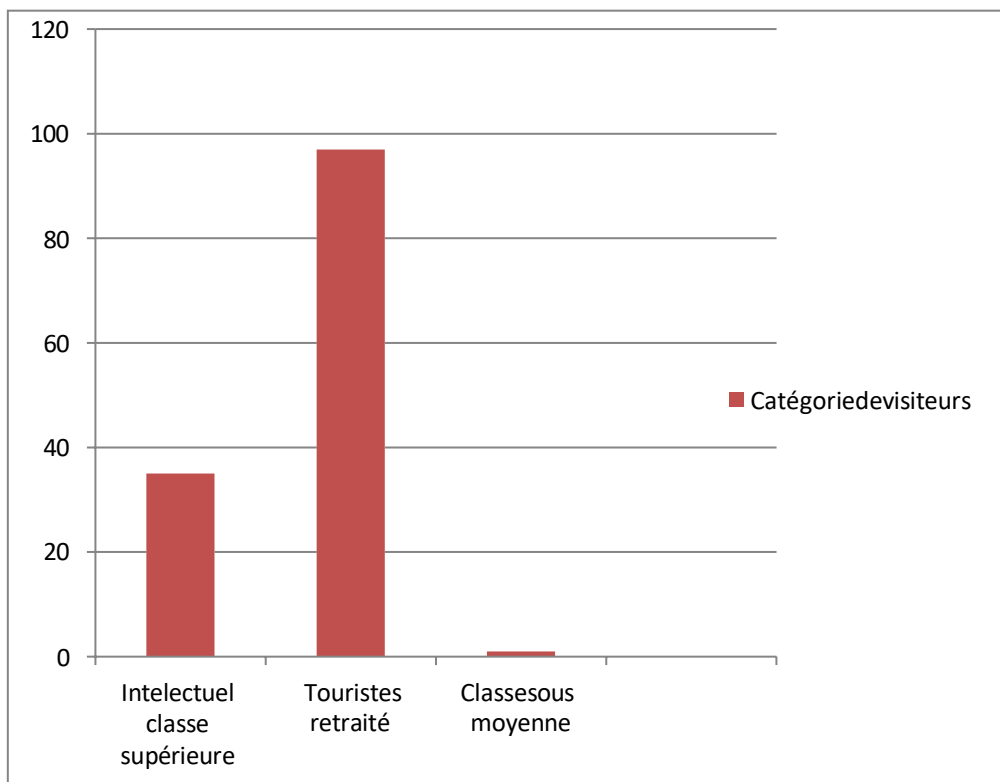


Figure10:

Catégoriedesvisiteurs, ©muséePierreBergé, 2023.

Deuxièmeaxe:le musée

Commentavez-vousconnucemusée?

Les réponses révèlent que la majorité des visiteurs découvrent l'institution après leurs visites au musée Yves Saint-Laurent: 96 % (288 personnes). Le reste des visiteurs (3,4 %) ontconnulemusée grâceausitewebdela fondationJardinMajorelle« jardin Majorelle.com». Le site du musée présente des informations sur la fondation Majorelle, les actualités du musée, les horaires d'ouverture et de fermeture, la boutique de l'institution, etc.Il inclut des informations sur les tarifs d'entrée, les services pour les visiteurs comme les visites guidées et les audio-guides.

Commentse passe votrevisite ?

Les visites au musée Pierre Bergé se répartissent en deux catégories : visites en couple et individuelle. Les visiteurs individuels constituent la catégorie dominante au musée : 77 % (232 personnes), suivi des couples : 12 % (36 personnes). La catégorie des familles ou des groupes n'est pas fortement présente dans notre échantillon, elle ne constitue que 4 % (12 personnes).

Avez-vous déjà visité le musée?

La plupart des personnes interrogées, affirment visiter le musée pour la première fois : 91,3 % (soit 273 personnes), d'autres reviennent au musée pour profiter des ateliers et débats proposés: 8,6 % (soit 25 personnes). La fidélité de certains visiteurs est construite sur la base d'un échange (profiter des ateliers proposés par le musée) et non sur un désir personnel.

Pourquoi visitez-vous ce musée?

Les visiteurs notamment les touristes, visitent le musée pour des raisons informatives. Les touristes, après avoir visité le musée Yves Saint-Laurent, se rendent au musée Pierre Bergé pour découvrir le patrimoine et les traditions berbères. Ils cherchent à s'informer sur la culture berbère et présentent un grand intérêt pour le patrimoine. Quant à la catégorie instruite, principalement berbère, elle visite le musée pour des raisons de reconnaissance. Elle s'intéresse au musée, car il reflète chez elle un sentiment d'appartenance.

Le troisième axe: appréciation des visiteurs

Que pensez-vous du musée ?

Les appréciations des publics (principalement, les touristes et instruits), étaient positives (91 %), mais manque à notre avis d'enthousiasme. En effet, les visiteurs attestent avoir apprécié les expositions sans en être réellement surpris ou attiré par ses contenus. Parmi les 300 personnes interrogées, 6 personnes affirment ne pas trop apprécier le musée. Certains justifient leurs avis par des réponses telles que: «Le texte est absent dans certaines sections», «les espaces sont mal éclairés », «manque de médiation ». L'un des visiteurs du musée, d'origine berbère, affirme moins apprécier le musée : «Nous méritons mieux que cela, les collections et le musée ne reflètent pas la totalité de la culture berbère (...) d'autres éléments du patrimoine méritent de trouver place au musée ». Certains visiteurs, semblent être moins satisfaits du musée. Ils demandent à l'institution de repenser sa présentation des contenus, et même d'aborder des thématiques en lien avec leurs préoccupations quotidiennes.

Qu'avez-vous ressenti lors de votre première visite?

Les sensations des visiteurs s'orientent notamment vers les sections «savoir-faire» et «parure», les publics affirment se transporter vers un univers berbère. Chaque visiteur exprime des sentiments en fonction de son vécu ou de son origine. Par exemple, les touristes ressentent du plaisir à découvrir une nouvelle culture. Ils apprécient les contenus exposés et se montrent plutôt curieux. Quant aux publics instruits, ces derniers, disent avoir éprouvé

certaines émotions se traduisant par des sentiments de nostalgie, leur rappelant des moments de leurs passés. Certains ont une vision plus critique par rapport aux expositions et expriment de la déception ou du rejet.

Quelle section de l'exposition vous a le plus attiré ?

Comme le dévoilent les réponses précédentes, les sections «savoir-faire» et «parure» ont réussi plus ou moins, à attirer les publics. En effet, environ 62 % (186 personnes) de visiteurs affirment ressentir des émotions lors de leur visite. Ces émotions peuvent être soit positives ou négatives selon la vision de chacun. Pourtant, au musée existent d'autres sections qui ont été moins évoquées par les visiteurs, comme la section «apparat», et qui présente à son tour un contenu intéressant. Les publics apprécient à notre avis, les expositions qui dégagent de la réflexion, de l'émotion ou de l'interactivité. Ils n'apprécient pas les espaces monotones et stagnes.

Pensez-vous que les textes de l'exposition sont lisibles et accessibles ?

La majorité des réponses 96 % (288 personnes) étaient positives. Les visiteurs ne trouvent aucune difficulté à lire les textes de l'exposition. Ces derniers, sont simples, clairs et lisibles. D'autres visiteurs 5 % (15 personnes) préfèrent se renseigner par le biais d'outils numériques (borne interactive).

Avez-vous apprécié le parcours de l'exposition ?

Certains visiteurs 89 % (267 personnes) apprécient le parcours de l'exposition. Ils utilisent des expressions comme «fluide», «accessible», «claire» et montrent un réel intérêt pour les espaces, la muséographie, la signalétique. Pour d'autres, 6 % (18 personnes), les parcours sont mal éclairés il ne sont pas esthétiques causant ainsi une mauvaise orientation chez les publics.

Pensez-vous que les nouvelles technologies donnent du sens à l'exposition ?

La plupart des réponses sont positives. En effet, 98 % des visiteurs, soit (294 personnes), affirment avoir utilisé les NTIC au sein du musée. Les visiteurs éprouvent beaucoup d'intérêt pour ces outils qu'ils considèrent comme ludiques et informatifs. D'autres visiteurs, n'ont pas répondu à cette question 1 % (3 personnes).

Êtes-vous satisfait des contenus de l'exposition (expositions, dispositifs, thématiques, contenus) ?

La plupart des réponses, sont positives 96 % (288 personnes). Certains visiteurs 8,3 % (24 personnes) proposent quelques améliorations au musée. Ils proposent de généraliser les dispositifs numériques sur les autres expositions, d'améliorer les parcours, de créer des événements musicaux autour de la musique berbère... Afin que les expositions soient plus attractives.

Le musée, a-t-il répondu à vos attentes?

La plupart des réponses (95 %) dévoilent que le musée Pierre Bergé est une institution particulière et intéressante. Elle fait partie des rares structures à traiter la question du patrimoine berbère tout en intégrant ses communautés locales. Cependant, pour certains visiteurs, de nombreuses démarches doivent être effectuées afin d'améliorer la visibilité du musée. Les visiteurs suggèrent l'ouverture du musée vers toutes les catégories sociales. Ils proposent au musée de renouveler constamment ses contenus afin d'attirer de nouveaux publics. Pour eux, le musée doit traiter des sujets en lien avec les préoccupations berbères.

Reviendrez-vous au musée?

Environ 20 % des visiteurs (60 personnes), n'ont pas répondu à notre question. Cela peut s'expliquer par la nature permanente des expositions. En effet, de nombreux visiteurs reviennent au musée en cas de nouvelle programmation, car ils ont déjà une idée sur l'exposition. De plus, 37 % de visiteurs (111 personnes) affirment notre hypothèse. Les publics apprécient la nouveauté et sont curieux face à de nouvelles expositions. D'ici, on constate que les expositions temporaires jouent un rôle d'attraction pour les publics, les encourageant à revenir au musée. D'autres visiteurs (4%) ne montrent aucun intérêt à revenir au musée.

Avez-vous déjà visité des musées au Maroc ?

Les réponses dévoilent que 85 % (255 personnes) des visiteurs, principalement des touristes et des publics instruits, ont déjà visité des musées au Maroc. Certains visiteurs touristes 26 % (78 personnes) affirment visiter le musée pour la première fois notamment lors de leur séjour dans la ville de Marrakech.

Quelles étaient donc vos impressions ?

Les visiteurs 83 % (249 personnes), attestent que le Maroc a connu un grand changement culturel et que les musées sont devenus plus attractifs. Ils affirment apprécier les contenus, l'architecture, les thématiques abordées, etc. Le reste des réponses 16 % (48 personnes) a été moyennement positif. En effet, certains visiteurs s'expriment par des expressions telles que: «Les musées au Maroc sont intéressants, mais manquent de médiation»; «il faut repenser la politique culturelle des musées au Maroc »; «des espaces esthétiques, mais peu attractifs ». Les visiteurs semblent adopter un esprit critique, une exigence, qui incite les musées à se renouveler, à améliorer leurs espaces ou contenus afin de garder leurs publics.

À votre avis qu'est-ce qui distingue ce musée des autres musées?

Selon les réponses des personnes interrogées, le musée se distingue par son exposition du patrimoine berbère. Pour 81 % des visiteurs, le musée se caractérise par sa présentation et sa politique, il tend à reconnaître l'identité des peuples amazighs. D'autres réponses attestent que la particularité du musée réside dans son emplacement au jardin Majorelle, dans ses stratégies inclusives et ses dispositifs numériques. Certains visiteurs n'ont pas répondu à cette question 3 % (9 personnes).

10. Conclusion et évaluation

Le questionnaire dévoile des avis diversifiés (entre positifs et moyennement positifs). Les publics quoiqu'ils apprécient les espaces et les contenus, suggèrent des améliorations. Ils sont, nous pourrions dire, en attente de nouvelles expositions, de stratégies plus inclusives qui s'adressent en premier lieu aux berbères, notamment non-initiés, de classe moyenne et populaire. Comme nous l'avons déjà mentionné, cette catégorie de public est quasiment absente de notre échantillon, ce qui remet en question les missions du musée. Ce dernier, s'affiche comme un espace d'intégration et de reconnaissance des divers publics berbères, alors qu'il n'attire finalement que des touristes retraités et des publics instruits. Le reste de la communauté semble moins connaître le musée. A l'instar de l'institution muséale au Maroc, notre musée n'attire que des personnes instruites ou qui, depuis leurs plus jeunes âges, ont été initiés au musée.

Comme nous l'avons précédemment mentionné, le rôle de l'école est primordial dans l'encouragement à la visite. Si les visiteurs du musée Pierre Bergé sont majoritairement des touristes, c'est parce que ces derniers, ont été éduqués à l'importance de la culture et du musée. il est vrai que l'éducation, comme l'affirme Hugue De Varine, « est la première étape qui précède la visite au musée. Sans une éducation muséale et sans une politique d'attrait à la visite, les publics ne rendront jamais compte de l'importance de visiter un musée » (2000 : 38). Cependant, responsabiliser les publics ne pourra défaire le musée des améliorations qu'il est censé effectuer. Le musée Pierre Bergé connaît certaines lacunes qu'il paraît essentiel dans ce point de les souligner.

11. Les lacunes du musée Pierre Bergé

Tout d'abord, notons que l'institution Pierre Bergé à l'inverse du musée Yves Saint-Laurent, est peu connue. Il est vrai que ces deux institutions se trouvent dans le même lieu, mais elles n'ont désormais, pas été promues de la même façon. « Le musée Yves Saint-Laurent a bénéficié d'une promotion plus élargie. Les médias ont joué un rôle très important dans ce sens qui ont fini par renforcer l'audience du musée. À l'inverse du musée Pierre Bergé qui bénéficie d'une faible médiatisation ». ¹⁷³ Nous pensons que l'absence de programmation dynamique et d'événements spéciaux peut contribuer à une faible couverture médiatique. En outre, la question de la représentation pose problème : comment un musée créé et conçu par des français, pourra-t-il représenter la singularité de culture et de la population berbère ?

Cette question nous interroge sur le choix des concepteurs. À notre avis, la culture amazighe doit être représentée par des concepteurs berbères ayant un vécu, des connaissances sur les particularités du patrimoine et des publics amazighs. Les expositions au musée Pierre Bergé laissent comprendre que nous sommes devant une conception étrangère de l'exposition muséale. Quoique le musée expose des éléments de la culture berbère, l'esprit ou la touche amazighe est presque absente. Ces détails, qui caractérisent l'architecture berbère, sont presque inexistantes au musée. Le bâtiment est moderne et n'évoque pas la tradition des espaces amazighs. Le choix des concepteurs devra être repensé en profondeur afin de préserver certains détails qui distinguent l'espace architectural berbère des autres.

De plus, il sera également préférable de collaborer avec les communautés berbères. Il s'agit en effet, de donner la parole aux visiteurs dans le sens où ces derniers peuvent participer à la conception de l'exposition afin que celle-ci soit plus représentative de leurs attentes.

« L'intégration des publics dans l'exposition est à notre avis, un droit fondamental, une exigence morale et un besoin de dignité. De cette manière, les communautés amazighes se sentiront plus ou moins reconnues. Elles parviendront à se donner et à s'approprier une représentation positive d'eux même ». ¹⁷⁴ Ce droit de collaboration entre concepteurs et publics sera à notre sens, un appel à la reconnaissance des publics amazighs. Par ailleurs, la dénomination du musée (Pierre Bergé) donne l'impression que le musée s'adresse à un public

¹⁷³

¹⁷⁴

européen.¹⁷⁵ Les populations berbères se sentent ainsi moins concernées par le musée. Ce dernier semble être conçu pour des objectifs autant touristiques que culturels.

Par ailleurs, le rejet des publics berbères peut provenir d'un manque d'intérêt pour les musées. Rappelons que les communautés intellectuelles amazighes sont les seules à revendiquer pour leurs droits d'insertion culturelle. Cette catégorie, consciente de l'importance du patrimoine berbère, est mobilisée pour défendre sa culture et c'est cette même communauté qui visite le musée. Le reste de la population semble moins prendre en compte l'importance du musée d'où intervient le rôle de la sensibilisation dans la prise de conscience des publics. De plus, la plupart des berbères gardent leur patrimoine dans leur demeure, ils n'ont nullement besoin de se déplacer au musée pour voir des objets qui font encore partie de leurs quotidiens. « Le musée est pour les berbères, une miniature de leurs réalités, un espace qui ne fait qu'exposer des éléments toujours utilisés dans leur quotidien ». ¹⁷⁶Pour être plus claire, les publics berbères ne rejettent pas le musée, ils n'ont seulement pas été initiés à la culture muséale. Ils ne perçoivent pas l'utilité d'aller au musée, car ce dernier ne répond pas à leurs besoins.

La population berbère aspire à une insertion économique, culturelle et sociale. Elle est confrontée à de nombreuses discriminations notamment dans les milieux professionnels. Les communautés berbères non-arabophones trouvent du mal à intégrer le secteur de l'emploi. De nombreux berbères sont rejetés du milieu professionnel sous prétexte qu'ils ne parlent pas la langue arabe ou français. Cet état de fait, montre que la communauté berbère éprouve pour autant, des besoins économiques et culturels. Le musée se montre pour les berbères comme un espace de loisirs qui ne répond pas à leurs priorités.

La population locale a d'autres besoins que l'institution muséale semble moins y répondre. Pour que le musée soit vu comme répondant aux priorités des Berbères, «il doit s'engager activement avec ces communautés, être inclusifs dans ses programmations et refléter la diversité culturelle dans ses expositions et ses activités éducatives. Cela nécessite une écoute attentive, une volonté de s'adapter et une approche inclusive de la gestion muséale». ¹⁷⁷ À l'inverse, d'autres structures attirent l'attention des publics, nous citons à titre

¹⁷⁵Le musée prend son nom du célèbre collecteur d'objets berbère Pierre Bergé, qui collectionnent plus de 600 objets berbères du Rif au Sahara.

¹⁷⁶Entretien avec Romain Simenel, concepteur de l'exposition, le mercredi 5 avril 2023.

¹⁷⁷ Idem.

d'exemple les centres d'artisanats, qui représentent des lieux d'insertion économique et sociale. Ces centres offrent l'opportunité aux citoyens de développer leur commerce, de vendre leurs produits. Ils sont aussi des lieux de formation pour les publics notamment berbères. Ils jouent un rôle vital dans le développement socio-économique des populations. Pourrions-nous dire que les centres d'artisanats sont plus attractifs que le musée ? Remplacent-ils l'institution muséale ?

12. Les centres d'artisanats berbères: une alternative du musée?

Depuis les mouvements de revendication des intellectuels berbères, le Maroc « voit proliférer plusieurs institutions qui ont influencé le développement de l'artisanat au Maroc ». ¹⁷⁸ La construction de centres d'artisanats ¹⁷⁹ notamment à Marrakech, a pour objectif de « valoriser le mode de vie des citoyens berbères à travers l'organisation de formation à diverses pratiques, dont l'artisanat féminin (particulièrement textile). Les centres d'artisanat prennent une ampleur importante » (Naji: 2011). Ils sont devenus des espaces où les berbères de différentes catégories se retrouvent, se forment, exposent et vendent leurs créations. Ils jouent une triple fonction à la fois sociale, économique et éducative. « Les centres d'artisanat sont devenus des lieux privilégiés pour les berbères. Ils offrent à ces derniers, la possibilité de développer leurs projets personnels, de s'intégrer dans la société » (Naji: 2011). Pour les berbères, les centres d'artisanats remplacent le rôle du musée. Ce dernier, ne répond pas assez à leurs préoccupations, il ne leur offre pas les moyens pour développer leurs compétences ni même leur projet.

L'institution Pierre Bergé, par exemple, se montre comme un espace d'exposition conçu par des étrangers et aux services des touristes. Elle se contente d'exposer des objets berbères sans réellement inclure ses communautés locales. L'inclusion ne doit pas se limiter à la simple organisation d'ateliers ou à la mise en place de dispositifs numériques, mais doit répondre aux besoins des communautés notamment à travers leurs insertions socio-économiques. Rappelons notre exemple du musée de Niamey au Niger, cette institution en plus de ses activités socio-éducatives « offre aux publics la possibilité de vendre leurs

¹⁷⁸Entretien avec Romain Simenel, concepteur de l'exposition, le mercredi 5 avril 2023.

¹⁷⁹Notons qu'il existe tout de même, une petite différence entre un centre d'artisanat et une foire artisanale. Les centres d'artisanats, comme mentionné, sont des espaces permanents de formation d'abord, puis d'exposition et de vente ; alors que pour les foires artisanales, ce sont des espaces saisonniers (pour une durée ou une saison précise) conçus pour la vente ou l'exposition des produits et non pour la formation des artisans. Les foires artisanales attirent chaque année un nombre considérable de visiteurs notamment berbères.

produits artisanaux. Elle procure également des journées de formation artisanale pour les femmes de la région». ¹⁸⁰Nous pensons que les communautés berbères, tout comme celles du Niger, méritent une intégration aussi bien économique que culturelle. Le musée doit ainsi jouer les deux rôles tout en médiatisant ses contenus afin qu'ils ciblent tous les citoyens. Ces derniers, quoique non-initiés aux musées, peuvent grâce aux activités d'insertions économiques et culturelles se rendre compte de l'importance du musée.

Aujourd'hui, les centres d'artisanat au Maroc, notamment à Marrakech ont réussi à attirer un grand nombre de berbères ; un nombre qui dépasse largement celui des musées ¹⁸¹. Les centres d'artisanats sont devenus au fil des années, des institutions privilégiées pour les communautés berbères. Ils bénéficient au développement des régions et emploient des centaines, voire des milliers de personnes au Maroc. Les centres d'artisanat sont donc bien plus que de simples lieux de production ; « ils sont des piliers de la communauté berbère, renforçant l'économie, la culture et le tissu social du Maroc ». ¹⁸²Le musée Pierre Bergé doit selon notre constat, non seulement mettre en place des objets ou des dispositifs numériques, mais doit repérer les domaines de changement chez les communautés berbères. Il doit être un point de développement pédagogique, culturel, et même économique pour les citoyens. Le musée Pierre Bergé est donc tenu de diversifier ses offres ainsi que de promouvoir ses contenus afin de regagner sa place auprès des publics berbères.

Le musée pierre Bergé, bien qu'il propose un contenu riche et varié, semble n'attirer que des touristes et des publics initiés. Le désintérêt des publics berbères pour les musées peut s'expliquer par l'absence de programmes engageants. Les publics berbères, sont en attente d'une meilleure représentation de leur culture. Ils aspirent une intégration complète de leur identité. « En s'ouvrant sur des activités plus pédagogiques et inclusives, le musée Pierre Bergé pourra en quelque sorte attirer l'attention des communautés berbères. De plus, la collaboration avec les institutions locales, les écoles peut également contribuer à la

¹⁸⁰Entretien avec Romain Simenel, concepteur de l'exposition, le mercredi 5 avril 2023.

¹⁸¹Selon le Ministère du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire au Maroc, les centres d'artisanats attirent environ 62% des visiteurs marocains. Selon les derniers chiffres de l'année 2018, le secteur de l'artisanat a totalisé un chiffre d'affaires de l'ordre de 76,4 Milliards de DH et un nombre d'emplois de 1.138.977 artisans (voir le site officiel du Ministère) : <https://mtaess.gov.ma/fr/artisanat/chiffres-cles/siteconsulte> le 28 avril 2023.

¹⁸²Entretien avec Romain Simenel, concepteur de l'exposition, le mercredi 5 avril 2023.

sensibilisation et à l'initiation des publics berbères au musée ». ¹⁸³En adoptant une approche inclusive et en développant des programmes de qualité, le musée pierre Bergé pourra pleinement jouer son rôle d'inclusion des communautés berbères.

¹⁸³Entretien avec Romain Simenel, concepteur de l'exposition, le mercredi 5 avril 2023.

Chapitre IV

Etudes de cas

Musée de la musique Dar Jamai à Meknès

1. Le musée Dar Jamaï: de l'ethnographie à l'art ethnographique

Le musée Dar Jamaï fut, à l'origine, une résidence privée, « construite en 1882 par Mohamed Ben Larbi Jamaï. Cette vaste demeure a été vendue à la famille Glaoui de Marrakech qui n'y a jamais résidé. Elle a par la suite, été récupérée par les colonisateurs français qui l'ont transformée en 1912 en hôpital militaire ». ¹⁸⁴D'après le site officiel du musée, Dar Jamaï fut classée monument historique national puis devenue en 1922 « musée d'Art indigène » ¹⁸⁵ avant de subir, en 2022, un travail de restauration et d'aménagement systématique par la Fondation Nationale des musées en vue de le transformer en musée spécialisé de musique. Le transfert du musée d'une institution généraliste à une institution spécialisée s'inscrit dans le cadre d'une nouvelle politique culturelle visant la préservation d'un héritage menacé de disparition et la réalisation d'un travail d'information et de communication à son sujet à travers des collections muséales aménagées dans les différents locaux du bâtiment. Ces collections, à caractère régional, sont organisées selon plusieurs sections, disposées au rez de chaussée et à l'étage.

Au rez de chaussée sont exposés des instruments de percussion, les chants et la musique de la tribu des Hyayna, des instruments de la musique hassani, et des groupes de musique : Hmadcha, Gnawa et Issawa. À l'étage, est présentée une riche collection d'instruments de musique andalouse (luth, Rebab, Darbouka, etc.) ainsi que des instruments de musique Juive, Melhoun, Gharnati et amazigh.

2. Les expositions au musée Dar Jamaï

Il convient de dire que le thème de la musique est très peu abordé dans les musées marocains. Nous pourrions même dire que le musée Dar Jamaï est le seul musée au Maroc à exposer l'intégrité du patrimoine musical. Les collections rassemblées sont selon le concepteur du musée, regroupées selon leur origine géographique, puis selon des critères typologiques. Par exemple, les visiteurs peuvent explorer les musiques andalouses de Fès et de Tétouan, les rythmes sahariens du sud et les sonorités berbères du Moyen Atlas. Cette organisation géographique met selon Simenel, en lumière la richesse et la diversité des traditions musicales marocaines. Ensuite, les collections sont également organisées selon des

¹⁸⁴ (Voir) le site officiel de la Fondation Nationale des Musées : <https://fnm.ma/musees-en-cours-de-restauration/musee-dar-jamai-de-meknes/> site consulté le 6 mai 2023.

¹⁸⁵ Idem.

critères typologiques. Cela signifie que les instruments sont regroupés par familles d'instruments, telles que les instruments à cordes, à percussion, et les électrophones. Cette classification typologique facilite la compréhension des différentes techniques et matériaux utilisés dans la fabrication des instruments. Les visiteurs peuvent ainsi apprécier la variété et la complexité des instruments de musique marocains.

3. Exposer la musique et ses instruments: une mise en scène et une mise en son

Le musée Dar Jamaï expose environ 1100 objets musicaux¹⁸⁶ auprès desquels prennent place des dispositifs numériques. Le rôle premier de ces dispositifs est de diffuser des données sur les instruments, leur histoire et leur spécificité : musique Gnawa, musique Hassani... Des projections vidéo et parfois des haut-parleurs, placés à proximité des instruments exposés, diffusent une suite d'extraits du répertoire musical marocain faisant découvrir ainsi le potentiel sonore des instruments et des styles musicaux. « Les musiques des Hmadcha, Gnawa et Issawa sont orchestrées à l'aide d'un documentaire sonorisé relatant en même temps les danses rituelles appropriées »¹⁸⁷.

Selon Ahmed Margaa, chaque espace du musée présente une ouverture sur l'âme d'une région et sur son histoire à travers les mélodies et les rythmes qui la caractérisent. Par exemple, la musique Gnawa, avec ses chants et ses rythmes envoûtants, est mise en scène à travers des documentaires sonorisés qui relatent également les danses rituelles associées. De même, la musique Hassani, avec ses influences sahariennes, transporte les visiteurs dans les étendues désertiques du sud marocain, leur permettant de ressentir l'essence culturelle de cette région. Les musiques des confréries Hmadcha et Issawa sont également présentées de manière à montrer leur richesse et leur diversité, en expliquant les contextes rituels et sociaux dans lesquels elles s'inscrivent.

¹⁸⁶Entretien avec Ahmed Margaa directeur du musée Dar Jamaï le jeudi 20 avril 2023.

¹⁸⁷ Idem.

4. Muséographie, textes et parcours

La muséographie

La muséographie adoptée réunie entre espace traditionnel monumental et exposition moderne et innovante. Selon Margaa, même si le musée place ses collections au sein d'un monument historique, il respecte certaine norme muséographique, notamment en matière de gestion, de conservation, de sécurité des collections et d'accessibilité. « La nature historique du lieu, son architecture et la modernité des présentations, créent un lien entre le passé et le présent où le visiteur découvre l'histoire du bâtiment, tout en s'informant sur l'objet et l'art musicaux ». ¹⁸⁸ Les objets sont exposés de façons différentes : dans des vitrines ou sur des supports. Ils sont agencés dans l'espace permettant le contact entre les publics, l'espace et les instruments, selon une approche muséographique immersive. Celle-ci a la particularité de plonger les visiteurs dans un univers multimédia. Et comme l'explique Bensard, le principe d'immersion « à la particularité de ne plus placer le public à distance de la représentation, mais de le plonger au cœur même de celle-ci afin qu'il en éprouve directement le propos » (2023: 128). Ce type de muséographie met le visiteur dans un bain par le biais de projections vidéo, de bornes interactives, de haut-parleurs et de supports tactiles.

Certaines salles, notamment celles exposant la musique Hassani, diffusent selon le directeur du musée, des sons par la fixation de haut-parleurs contre les parois de la salle. Les visiteurs peuvent explorer l'espace tout en écoutant des morceaux de musique ; ils peuvent découvrir l'histoire, les techniques, les sonorités d'une façon ludique et interactive (figure 11). L'enjeu est d'établir un lien entre les instruments, les sons qu'ils émettent et l'espace muséographique où ces éléments sont mis en place.

¹⁸⁸Entretien avec Ahmed Margaa directeur du musée Dar Jamaï le jeudi 20 avril 2023.



Figure11:
« *Projection de musiciens et instruments exposés* »
Muséedelamusique, photographie©HalimaArrassi,2023.

Le public se trouve en face de divers éléments muséaux (textes, dispositifs, objets, sons) qui lui permettent de s'informer et d'interagir de parcourir des espaces immersifs. Cette approche permet de jouer sur les émotions des visiteurs, de capter davantage leurs attentions, de solliciter leurs esprits, et d'inscrire un récit plus appuyé dans l'espace, ce qui se traduit par l'implication émotionnelle des visiteurs mais aussi corporelle et gestuelle. Ici, l'immersion devient un «phénomène ludique d'absorption», selon les termes de Girardet, Merleau-Ponty et Bloch (1994: 124). Il est donc nécessaire d'analyser comment l'immersion se matérialise dans l'espace de l'exposition et de d'examiner ce que tire le visiteur de son expérience de visite. Deux axes sont à observer sur le phénomène de la transmission : l'émotion par le lieu et le contenu exposé et l'émotion par le récit transmis.

L'implication des visiteurs

L'intérêt de l'immersion réside dans le fait de lier dispositifs, objets et émotions pour une transmission complète de la culture musicale marocaine. Selon Margaa, le musée Dar Jamai, à l'aide de dispositifs numériques audio et vidéo, plonge les visiteurs dans un environnement spécifique. «Le visiteur se sent impliqué dans l'exposition, son immersion est basée sur des faits réels, historiques et non sur des éléments inventés ou imaginaires. Les visiteurs explorent un univers réel qui fait partie de leur histoire, l'espace devient plus significatif».¹⁸⁹ Ils arrivent donc à se connecter à l'espace et aux éléments qu'il présente. C'est cette prise de conscience de la réalité et le foisonnement des instruments exposés qui permet de retracer et de comprendre l'histoire de la musique au Maroc.

Ahmed Margaa affirme que le parcours de l'exposition comporte des éléments déclencheurs du sentiment d'immersion : l'architecture du lieu immerge les visiteurs dans l'atmosphère du temps et de la culture musicale traditionnelle. De plus les instruments exposés, le son et les images diffusées, donnent une histoire et un sens à l'espace et permet d'impliquer les publics dans l'exposition. « Plus le visiteur est impliqué dans l'exposition, plus la transmission est palpable. C'est l'évolution d'un sentiment d'implication qui constitue l'élément transformateur du statut du visiteur », disait le conservateur du musée ». ¹⁹⁰ Cependant, cette implication se limite aux simples débats ou rencontres avec le médiateur, objets ou dispositifs. Elle est moins collaborative le visiteur n'est pas impliqué dans l'exposition, son point de vue et ses propositions sont moins prises en compte. Il se montre comme un récepteur et non comme un créateur de contenu.

Ce stade d'implication, où le public est lui-même un créateur du récit ou d'exposition, est inexistant dans les musées marocains, notamment à Dar Jamai. Ce dernier, quoiqu'il crée des rencontres d'échanges avec les publics, prend moins en compte leurs avis. Nous pensons que le musée Dar Jamai, cherche plutôt à surprendre les visiteurs par le biais de dispositifs numériques ou autres mais ne prévoit pas les impliquer réellement. Ce qui traduit un souci de rehausser la fréquentation et non d'inclure les publics. L'intérêt que porte le musée pour les dispositifs numériques ou les contenus semble à notre avis, défendre une mission d'attraction

¹⁸⁹Entretien avec Ahmed Margaa conservateur du musée Dar Jamai le jeudi 20 avril 2023 (voir l'entretien dans l'annexe C).

¹⁹⁰Idem.

au détriment de la compréhension ou de la participation des visiteurs. Ces derniers, devraient d'abord comprendre le récit de l'exposition afin de déchiffrer son sens et de construire leurs propres interprétations.

Le récit

Laplacedu récit dans les expositions est multiple et varie évidemment selon le type de contenu proposé aux visiteurs. À Dar Jamai, le récit prend la forme d'un dispositif numérique, d'un texte, d'une projection ou d'un son. « Ces moyens d'informations, transforment non seulement l'espace dans lequel ils se matérialisent, mais également la lecture et l'expérience du visiteur ». ¹⁹¹ À travers le récit, le musée transmet ses savoirs au public ; les contenus proposés facilitent la rencontre entre les récits, le discours du musée et celui perçu par le visiteur. Il y'a donc un récit pensé par le musée (transmis par le biais d'artefacts, de dispositifs ou de muséographie) et le récit vécu par le visiteur (ce que le lecteur comprend réellement du récit spatialisé).

L'ensemble d'éléments exposés comme les instruments de musique, dispositifs, projections, ou textes sont finalement comme l'exprime Marie Sylvie Poli « des médiums glissés dans la notion du récit » (2002: 12). Ce dernier est donc composé, il constitue un moyen de transmission et d'éducation. La mission éducative du musée Dar Jamai suppose, selon son conservateur, à la fois une « découverte de connaissances factuelles, et un apprentissage émotionnel. Le récit est dans ce cas, pensé comme un moyen d'atteindre un objectif d'apprentissage ». ¹⁹² Selon lui, le récit doit permettre aux publics de dégager des émotions, construire un sens et vivre des expériences cognitives et ludiques. Le récit est d'abord un texte, qui vient compléter le sens de l'exposition. En effet, le texte joue un rôle essentiel dans la constitution du récit d'exposition. Il prend la forme de cartels ou de texte explicatif.

¹⁹¹ Entretien avec Ahmed Marga conservateur du musée Dar Jamaï le jeudi 20 avril 2023

¹⁹² Idem..

Textes explicatifs

Ils sont parfois écrits en noir sur fond blanc, ou en blanc sur fond noir. La présentation des textes varie selon le choix du concepteur, la nature du texte et sa dimension. Par exemple dans la salle «El Ala», les textes prennent deux formes (cartels et textes explicatifs). Les cartels sont exposés dans des vitrines (figure 12), tandis que les textes explicatifs sont exposés dans des panneaux.



Figure 12:
«Cartels dans la salle El Ala»
Musée Dar Jamaï, photographie © Halima Arrassi, 2023.

Ils sont bien structurés. Chaque paragraphe dégage une information sur un instrument (typologie, histoire ou caractéristique), d'une façon simple et détaillée. Les textes explicatifs sont conçus pour faire partie de l'ensemble de l'exposition. « Chaque texte est rattaché à une section précise et constitue, en relation avec les objets qu'il présente et la thématique qu'il développe, une unité sémantique ».¹⁹³ Le rôle du texte explicatif est ici « de clarifier les ambiguïtés qui peuvent être provoquées chez les visiteurs et donnent des explications sur les objets. C'est bien à travers la lecture des textes que le visiteur reconstruit les fragments du récit de l'exposition pour construire son propre sens » (Poli, 2002: 13). Par ailleurs, le parcours effectué par le visiteur, influe également sur sa lecture du récit. C'est en effet, par l'expérience de l'espace que le récit du musée est construit.

¹⁹³Entretien avec Ahmed Marga conservateur du musée Dar Jamaï le jeudi 20 avril 2023

Le parcours de visite

Au musée Dar Jamaï, les visiteurs voyagent dans le temps à travers l'architecture du lieu qui les emmène vers l'histoire de la ville de Meknès. Chaque parcours de visite résonne différemment en fonction de chaque visiteur qui se plaît à découvrir les espaces, expérimenter les dispositifs, écouter le son ou regarder les projections. « Puisque le parcours est ludique et fluide, chaque salle reflète une expérience pour le public tant informative, que sensorielle et éducative. En parcourant librement sa visite grâce à un cheminement où il n'est guidé ni par un médiateur ni par une signalétique, le public devient alors l'acteur de sa propre visite ». ¹⁹⁴

Nos observations montrent que la majorité des visiteurs se dirigent vers la droite ou vers le centre du musée. Certains visiteurs préfèrent prendre des photos dans le jardin du musée avant même de découvrir les expositions. Selon nos observations, filmées cette fois-ci, par caméra, le temps moyen de visite est entre 1h à 1h20, sachant que la superficie du musée est de 8.000 m². Le temps moyen d'arrêt est de 4 min. Les visiteurs passent généralement entre 1 à 5 min par arrêt. Dans certains cas, les visiteurs prennent largement plus de temps devant les éléments exposés, le moment d'arrêt peut dépasser parfois les 6 minutes.

Les visiteurs prennent plus de temps à contempler les instruments, à utiliser des dispositifs numériques et à regarder des projections vidéo. Les visites scolaires, sont effectuées par un guide médiateur ¹⁹⁵ qui oriente le parcours des enfants tout en les informant sur l'histoire du musée et sur ses contenus.

Le comportement général des visiteurs montre une interaction positive. Les publics, principalement les touristes, ont une attitude ludique envers les supports proposés. Ils prêtent attention aux détails et prennent le temps nécessaire pour tout voir. Ils commencent par mettre leurs lunettes, ils s'assoient, se rapprochent, lisent les textes consciencieusement pour revenir ensuite vers les objets ou les médias et inversement. « La visite de l'exposition procure chez cette catégorie de visiteurs plusieurs émotions, dont l'étonnement, la délectation, la prise de conscience, la détermination, etc. » ¹⁹⁶ On remarque aussi, que la visite du musée est rythmée d'émotions. En effet, certains visiteurs du musée, prennent du temps à lire et à regarder les contenus exposés; ils se rendent compte que les instruments ont leur propre histoire. Certains

¹⁹⁴Entretien avec Ahmed Marga conservateur du musée Dar Jamaï le jeudi 20 avril 2023

¹⁹⁵La médiatrice du musée est une lauréate de l'Institut National des Sciences de l'Archéologie et du patrimoine, cela nous amène à considérer le rôle que joue la Fondation dans le recrutement des étudiants.

¹⁹⁶Entretien avec Ahmed Marga conservateur du musée Dar Jamaï le jeudi 20 avril 2023

peuvent être attirés par des instruments spécifiques, d'autres par des périodes historiques ou des styles musicaux. Ce parcours personnalisé leur permet de créer un récit qui a du sens pour eux et qui peut différer de celui d'autres visiteurs.

Toutefois, la diversité des parcours ou des contenus peuvent parfois perturber la visite. En effet, quoique certains publics semblent ressentir des émotions, cela ne signifie pas que l'institution ne souffre pas des lacunes qui peuvent parfois influencer la visite des publics ou même détourner leurs intérêts pour le musée.

5. Les lacunes des expositions

L'association entre le visuel et le sonore

La diversité des dispositifs peut influencer la réception des discours des expositions. L'interaction entre le sonore et le visuel peut être source de parasites, selon le jargon des spécialistes de la communication. Car, la vue peut permettre ce que le son ne permet pas, et inversement. «La vue est un mode personnel de lecture des objets, le son, lui est fugitif, mais il est aussi attirant, il stimule l'imagination et permet de soutenir la perception visuelle » (Girardet, Merleau-Ponty et Bloch, 1994: 200). Or, associer le visuel et le sonore, peut poser un problème de mélange d'activités au musée : « on peut embrasser du regard la totalité d'un objet ou parcourir un texte, alors que le son exige une écoute suivie. Ces trois activités (regarder, lire et écouter) doivent jouer en complémentarité au musée » (1994 : 201).

L'être humain a une certaine limite d'attention à consacrer à tout ce qui sollicite ses sens: «si on lui donne à voir, il a moins de temps pour ce qu'il écoute. Il faut donc réussir la juxtaposition d'un parcours de l'œil et de l'oreille, pouvant s'interpénétrer et se contrarier afin que l'image donne au son des sens nouveaux » (1994: 202). Raison pour laquelle nous suggérons de mettre en place des lieux entièrement consacrés à l'écoute de la musique, car dans certaines salles, notamment celle de la musique Gnawa, les visiteurs écoutent du son diffusé (haut-parleur) et à la fois écoutent un autre son projeté dans la vidéo projection. L'exposition devient dans ce cas, perturbante. Il est vrai que pour les responsables du musée, inclure le son crée une forme d'immersion, mais combiner entre son de projection, et son de dispositif rend la visite lourde. Le musée devient dans ce cas, un pollueur sonore.¹⁹⁷L'écoute

¹⁹⁷Bien que le son soit un outil puissant pour créer une immersion, il est crucial que les musées trouvent un équilibre pour éviter de devenir des sources de pollution sonore. Une planification minutieuse et l'utilisation de

individuelle au casque semble à notre avis, être la solution la plus simple pour obtenir une bonne qualité d'écoute. « Elle offre au visiteur la liberté de sélectionner les extraits qu'il souhaite écouter, ou même de choisir de ne pas les écouter Différents types de casques existent, certains sont enveloppants et isolent l'auditeur des bruits alentours, d'autres restent ouverts, et ne filtrent pas complètement les sons extérieurs » (Deshayes, 2014: 46). Le système de casques fixes ou audio-guides présente de nombreux avantages. « Il peut être placé en lien avec une œuvre, ou à un endroit stratégique au musée. Il semble admis que l'écoute au casque favorise la concentration du visiteur à l'inverse des haut-parleurs où l'on restreint, l'utilité à la simple diffusion d'ambiance musicale » (Deshayes, 2014 : 46-47).

Les audio-guides sont pensés comme des outils de médiation entre le visiteur et l'objet de musée. Certains auteurs comme Sophie Deshayes, ont montré que les audio-guides facilitent l'isolement des visiteurs et donc leur concentration sur l'objet. Deshayes a en effet, montré que « la raison pour laquelle l'audio guide encourage la contemplation intelligente des objets de musée est qu'il permet une concentration du regard » (Deshayes, 2014 : 47). En d'autres termes, il ne requiert qu'une attention qui donne la priorité au visuel. Grâce aux audio-guides, les visiteurs sont moins dérangés par les divers sons du musée (bruit des projections ou des publics), ils sont plus concentrés sur l'objet exposé. Il est donc judicieux de ne pas imposer ainsi une musique aux visiteurs, mais d'opter pour des dispositifs modernes, capables de permettre aux visiteurs de choisir les sons à écouter.

technologies adaptées peuvent contribuer à une expérience muséale à la fois immersive et agréable pour tous les visiteurs.

L'hégémonie du visuel et du son au musée : les autres sens en question

Les publics ressentent parfois de la « frustration provoquée par l'interdiction de ne pas toucher les instruments exposés » (Dehayes, 2014: 47). Les enfants, notamment, espèrent manipuler les objets et les instruments ; ils ressentent du désespoir face à des objets qu'ils ne peuvent pas toucher. La vue et le son sont ainsi institués comme mode sensoriel dominant, tandis que le toucher a été relégué à l'arrière-plan et qualifié comme interdit. Dans les musées en Europe, notamment au musée de la musique à Paris, « l'institution met en place des instruments où les visiteurs peuvent y jouer. Ils organisent également des concerts pédagogiques où les musiciens jouent chaque jour pour une durée déterminée » (Leclair, 2007: 82). Les musiciens sont avisés de s'arrêter de temps en temps de jouer pour donner des informations aux publics à propos des instruments et de leurs manipulations. Les instruments acquièrent dans ce cas, une nouvelle signification. « Ils ne font plus l'objet de contemplation au musée, mais d'apprentissage et d'expérimentation. Dans les expositions de musique, la pratique joue un rôle important dans l'attrait des publics » (Leclair, 2007: 84). Ces derniers, peuvent s'informer sur l'histoire et les particularités des instruments tout en les expérimentant. La pratique dans l'exposition de musique contribue au bien-être des visiteurs.

Le sens du toucher revêt ici « une valeur thérapeutique, et se distingue également des autres sens dans la mesure où le visiteur a la possibilité de pratiquer et d'apprendre à la fois » (Leclair, 2007: 84). Il est vrai que cette question, de toucher des objets ou d'expérimenter des instruments n'a jamais été posée par les responsables des musées au Maroc pour des raisons de précaution ou de conservation. Or, chez les visiteurs, notamment les enfants, le besoin de toucher notamment des instruments de musique se pose clairement. Cette catégorie de public préfère utiliser des instruments au lieu de les contempler à distance. Elle ressent une sorte de frustration qui parfois détourne son intérêt pour le musée. Dans ce cas, la mise en place des NTIC se montre moins importante, dans la mesure où les visiteurs souhaitent expérimenter des instruments et non seulement des dispositifs. Ces derniers, quoiqu'interactifs et sensoriels, et quoiqu'ils procurent aux visiteurs une vision plus détaillée des instruments, ne remplacent en aucun cas l'effet ressenti lors de l'expérimentation d'instruments musicaux.

De ce fait, pour que le public soit créateur et pour que la visite soit satisfaisante, le musée peut par exemple, organiser des journées d'apprentissage d'instruments, des ateliers autour de la question du patrimoine et de traditions musicales, etc. L'expérience du visiteur

ne doit pas se limiter aux NTIC, elle doit s'ouvrir vers d'autres activités plus dynamiques et inclusives. Leclair affirme que stimuler le sens du toucher chez les visiteurs, leur permettra de vivre une expérience cognitive et ludique, d'augmenter leur perception, leur sens de la visite, ainsi que leurs émotions. Il est important de souligner que «l'intégration du toucher ne doit pas affecter la préservation des objets ou la sécurité des visiteurs. Elle doit être une expérience tactile intéressante, tout en gardant avec soin les objets instruments » (Leclair: 2007: 84). Pour être plus claire, lorsque nous parlons de toucher ou d'expérimenter des instruments de musique, nous ne parlons pas d'instruments à valeur historique et patrimonial, mais de nouveaux instruments de musique ne risquant aucune dégradation. Le musée peut proposer des ateliers d'apprentissage de musique, créer des événements ou débats autour de la question de la musique au Maroc.

6. Lavoix dupublic

Jusqu'à présent, nous avons parlé du musée Dar Jamai, de ses expositions, ses contenus, ses particularités et ses lacunes. Nous avons analysé le récit, le parcours et les dispositifs numériques qu'il met en place. Ces éléments cités donnent une voix, un sens et un caractère au musée. Même si le public ne participe pas à la conception des expositions, il participe par contre à la construction du sens qu'il établit à partir de sa propre expérience de visite. Nous pensons que la visite des expositions de musique provoque une expérience unique et singulière chez chaque visiteur. À notre avis, il est possible à travers nos enquêtes qualitatives et quantitatives et au moyen d'entretiens et de questionnaire, «d'identifier la voix dupublic», c'est-à-dire les perceptions et sensibilités que les visiteurs éprouvent par rapport à ce type d'expositions. Dans notre cas d'étude, nous avons voulu connaître les réactions du public face aux expositions de musique, les « émotions, sensations, troubles ou attentes » provoqués par les contenus d'expositions. En étudiant les réactions du public, nous avons également voulu savoir si les visiteurs s'identifient ou pas le sens de l'exposition produit par le discours du musée, comment les sentiments des publics se construisent face aux contenus exposés.¹⁹⁸ De ce fait, nous nous sommes mis à explorer les réactions, expériences, lectures,

¹⁹⁸Rappelons que la notion de «structures of feeling» vient de Raymond Williams. Le terme désigne le caractère général du social et le contexte qui s'imprime dans le caractère individuel des personnes qui partagent ou non le même sentiment. Dans la notion de structures of feeling se trouvent les éléments de la culture et la société, mais également les sentiments acquis et appris qui se éveillent à partir de la propre expérience individuelle. Ils

commentaires et discours des visiteurs afin de connaître leurs ressentis, leurs points de vue et leurs attentes.

Un premier aperçu du public

Selon Ahmed Margaa, « l'institution a pour mission d'informer, d'exposer et de transmettre le patrimoine musical marocain. Afin d'accomplir cette tâche, le musée produit ses expositions d'une façon à permettre à tous les visiteurs de saisir le sens des contenus exposés ». ¹⁹⁹Le musée cible plus particulièrement la catégorie des enfants. Il prend en compte cette catégorie en mettant en place des contenus accessibles, compréhensibles et ludiques. Ahmed Margaa justifie la démarche du musée de pédagogie : « Dans les expositions, nous mettons les textes écrits un peu plus bas que les autres musées, parce que nous voulons que les enfants accèdent facilement à l'information. Nous organisons également des journées de visites scolaires où une médiatrice informe les enfants sur les expositions et répond aux questions posées ». ²⁰⁰L'objectif est d'apprendre aux enfants, leur histoire à travers la musique.

Cependant, malgré la politique du musée de se rapprocher des jeunes, la plupart des visiteurs du musée Dar Jamaï ne sont pas des enfants. Ainsi, dans le but de confirmer cette première observation, et afin de préparer nos questions, nous avons d'abord étudié quelques données déjà existantes au musée. Nous avons commencé par l'analyse d'un formulaire que l'on trouve à l'entrée du musée et qui est mis à la disposition des publics (voir annexe C). Ce formulaire a deux critères. Il sert à la fois d'outil d'enquête pour l'obtention des données sur le public, et comme un registre de commentaires. Le formulaire est mixte, dans la première partie, il pose des questions fermées. Dans la deuxième partie, le formulaire établit des questions ouvertes. Nous y avons donc trouvé des informations qui nous ont permis d'obtenir des données concrètes sur l'âge des visiteurs. Une autre rubrique cherche à cerner l'assiduité des visiteurs ainsi que leur fidélité. ²⁰¹Les questions demandent des réponses simples sans s'enquérir sur des explications ultérieures. L'analyse de ce formulaire nous a permis de confirmer nos observations, de connaître le type et l'âge des publics qui fréquentent le musée.

existent dans le même courant, d'autres études qui prennent en compte l'appropriation du sens à partir de la perception individuelle des personnes. Stuart Hall, « Codage/décodage », Op.Cit, p. 172.

¹⁹⁹Entretien avec Ahmed Margaa directeur du musée Dar Jamaï le jeudi 20 avril 2023.

²⁰⁰Idem.

²⁰¹Le musée cherche à savoir si les membres du musée visitent souvent les expositions en leur posant des questions sur leur nombre de visite au musée, d'intérêt pour les expositions, etc.

Elles révèlent que la plupart des visiteurs sont âgés entre (40 à 65), suivi des enfants (6 à 14 ans). La plupart des visiteurs enfants découvrent le musée grâce aux visites scolaires (prévus tous les mercredis au musée) et non dans le cadre de visites familiales. D'ici, on peut constater l'importance de l'école et son rôle dans l'éducation et l'initiation des jeunes publics. Très peu d'enfants s'expriment dans le formulaire du musée à l'inverse du public adulte. Cela, peut s'expliquer par un manque de temps pour s'exprimer ou d'intérêt pour ce genre d'enquête. En effet, pendant la visite scolaire, les groupes d'enfants ou de jeunes préfèrent vite sortir pour rejoindre le jardin du musée. Les groupes d'enfants et de jeunes qui visitent les expositions et qui sont accompagnés écrivent beaucoup pendant la visite au musée. Ils doivent remplir les devoirs prévus pour la visite. Ils ont rarement le temps de dire ce qu'ils ont apprécié dans l'exposition.

Ce que l'on peut dire, de manière générale, c'est que l'institution a du mal à intéresser cette catégorie du public, Il est certes clair que les écoles ont aussi une responsabilité qu'elles ne parviennent pas à assumer jusque-là, car il ne s'agit pas que d'amener les élèves au musée, mais il va falloir leur procurer, à l'avance, une éducation au patrimoine. Pour parvenir finalement à éveiller l'intérêt des enfants, l'institution doit sensibiliser les parents ou familles, travailler en étroite collaboration avec les écoles. Ces dernières, doivent sensibiliser les enfants à l'importance de la visite muséale. Elles ne doivent pas amener les enfants aux musées sans susciter, à l'avance, de l'intérêt chez eux. D'après ce même formulaire, dans sa rubrique dédiée à l'analyse de fidélité des visiteurs, nous avons constaté que 80 % des réponses de ceux-ci, quoiqu'élogieuses, dévoilent peu d'intérêt par rapport à un éventuel retour au musée. Pour vérifier ces données, nous avons jugé pertinent d'enquêter sur cette question fondamentale.

7. Questionnaire: résultat et analyses des données

Les données du questionnaire montrent que la plupart des visiteurs du musée Dar Jamai 67 % (201 personnes) sont des touristes de la catégorie d'âge (40 à 65 ans). Les jeunes de 20 à 35 ans, ne constituent que 4 % (12 personnes) de notre échantillon, tandis que la catégorie enfant est de 10 % (30 personnes) incluant les visites scolaires. Selon notre échantillon, les visiteurs du musée Dar Jamai, exercent des professions souvent dans les domaines suivants: art, architecture, recherche, enseignement supérieur, etc. Comme les professions l'indiquent, la majorité des visiteurs sont issus des classes plus que moyennes (figure 13). La classe moyenne, ne constitue que 6% (18 personnes) et la classe populaire 0,7 % (2 personnes). Deux visiteurs appartenant à cette dernière furent un coursier, et un maçon. Ces deux visiteurs habitent non loin du musée, et affirment l'avoir visité par curiosité seulement. Un désintérêt de leur part tout à fait compréhensible puisque le musée ne fait pas partie de leur priorité.

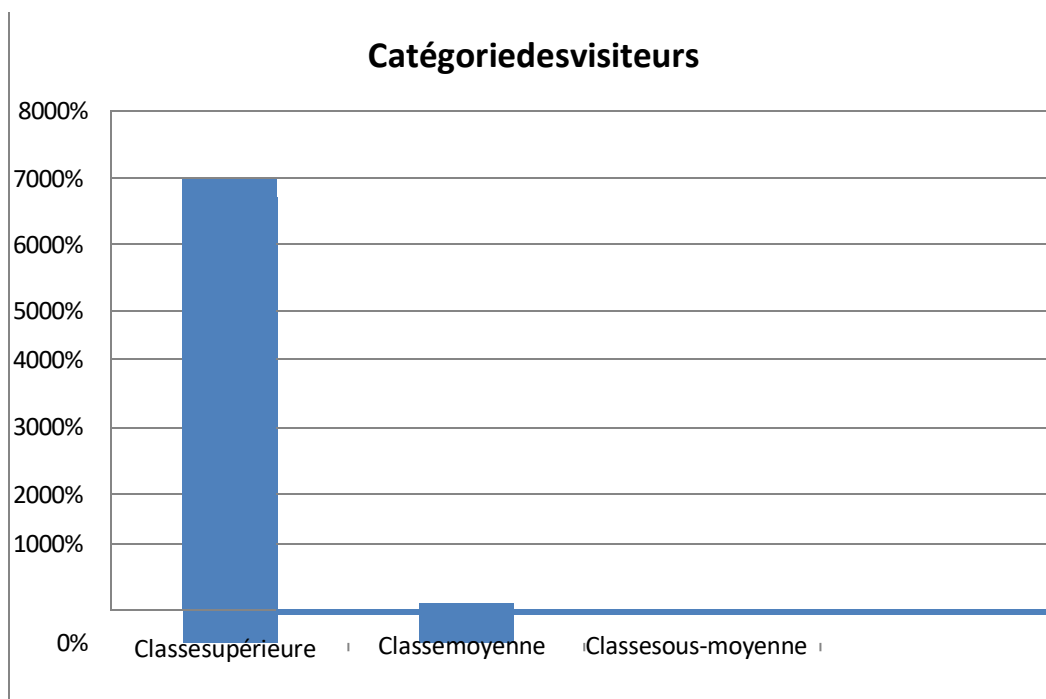


Figure 13:
Catégories des visiteurs au musée Dar Jamai

Le graphique montre une forte absence des classes populaires. Ce qui nous interroge sur les démarches entreprises par le musée pour impliquer cette catégorie, que l'on désigne dans le jargon muséologique par le non-public. Que fait le musée pour attirer cette catégorie de publics non fidélisés? La manière de traiter et de répondre à cette question constitue, à

notre sens, la voie possible vers une conciliation de l'institution muséale avec cette catégorie de public et les autres catégories. Le musée de la musique se montre pour cette catégorie comme un luxe et non comme une priorité. Aborder la thématique de la musique ne peut en général, qu'attirer des personnes plus ou moins intéressées par l'art ou l'histoire musicale. Ce type d'exposition, nécessite au départ une initiation et un intérêt de la part des visiteurs, ce qui n'est pas le cas pour la plupart des publics de classe moyenne et populaire, et qui par leur éducation ne sont guère habitués à aller spontanément dans un musée.

Deuxième axe: le musée Dar Jamai Comment

avez-vous connu le musée Dar Jamai ?

Tout d'abord, les types de visiteurs du musée se répartissent dans notre échantillon, en trois catégories: la première, est celle des touristes étrangers (67 %), principalement d'Europe, qui viennent découvrir la ville de Meknès et ses monuments. La deuxième, est celle des touristes nationaux de classe supérieure (48 %) qui préfèrent intégrer lors de leur visite de la ville celle du musée. La troisième catégorie est celle des enfants qui fréquentent le musée dans le cadre des visites scolaires (10%). Certains visiteurs n'ont pas répondu à cette question 9 % (27 personnes). De ce fait, nous constatons que la majorité des visiteurs ont connu le musée grâce à sa valeur monumental et touristique dans la ville et non principalement grâce aux médias ou réseaux sociaux. Signalons que le musée Dar Jamai, ne dispose pas de page officielle sur le web.

Comment se passe votre visite ?

Les visites au musée Dar Jamai se répartissent également en trois catégories : visite en couple, visite individuelle et visite en groupe. Les visiteurs en couple constituent 40 % (120 personnes) de notre échantillon, Suivi des visiteurs individuels 23% (69 personnes), et des visiteurs en groupes notamment en visites scolaires 20 % (60 personnes).

Avez-vous déjà visité le musée?

Selon les résultats de notre échantillon, la majorité des visiteurs affirment visiter le musée pour la première fois 90 % (270 personnes), d'autres reviennent au musée 12% (36 personnes) pour redécouvrir ses expositions. En effet, le nombre de salles et la diversité des contenus imposent une deuxième visite pour pouvoir assimiler le message de l'exposition.

Pourquoi visitez-vous le musée?

Les touristes nationaux ou étrangers, après leurs découvertes de la ville de Meknès ont tendance à visiter ses monuments. Selon les réponses obtenues, 70 % des publics (210 personnes), viennent au musée pour un besoin de découverte de la ville. Certains visiteurs nationaux 22 % attestent visiter le musée pour découvrir la culture musicale et expriment de l'intérêt pour la musique et ses instruments. Par ailleurs, nos enquêtes montrent que la grande majorité des visiteurs viennent au musée sans avoir une idée préalable sur ses contenus.

Le troisième axe: appréciation des visiteurs

Que pensez-vous du musée ?

Les réponses des visiteurs reflètent des avis plutôt positifs 61 % (183 personnes) attestent qu'ils ont apprécié le musée et ses expositions. 23%, (70 personnes), seulement affirment avoir été perturbés par les sondes haut-parleurs: «j'aimerais que la visite soit plus calme», «les responsables doivent mettre en place des audioguides au lieu des haut-parleurs», «les textes sont mal positionnés, nous trouvons du mal à les lire»: tels furent leurs avis. Cependant, il y a lieu de préciser que les avis exprimés varient selon les individus, suivant leurs expériences personnelles, leur éducation, leurs intérêts et leurs conditions sociales. Chaque visiteur apporte sa propre perspective qui peut enrichir ou modifier sa perception des œuvres exposées. En fin de compte, la beauté et la valeur d'une exposition résident dans la diversité des réactions qu'elle suscite.

Qu'avez-vous ressenti lors de votre première visite?

Dans les affirmations des enfants, se dégage une sorte de frustration liée à l'impossibilité de toucher les objets du musée, malgré leur appréciation des instruments de musique exposés. Les adultes, quant à eux, affirment que certaines catégories d'objets déclenchent chez eux un sentiment de nostalgie. Par ailleurs, et comme nous l'avons déjà mentionné, certains visiteurs (23 %) affirment avoir été dérangés à cause des sons provenant à

la fois et simultanément des projections-vidéo et des haut-parleurs, diffusés dans la même salle.

Quelle section de l'exposition vous a le plus attiré ?

Quoique la majorité des enquêtés apprécie l'ensemble de l'exposition 90 % (270 personnes), certains visiteurs 6% (18 personnes) apprécient la deuxième salle du musée et qui expose les instruments des trois groupes musicaux (Hmadcha, Gnawa et Issawa), qu'ils affirment aimer ainsi que l'organisation de l'espace. En parallèle, 3,3 % soit 10 personnes se sont abstenues à répondre à cette question.

Pensez-vous que les textes de l'exposition sont visibles et accessibles ?

Pour les adultes, le positionnement des textes peut poser problème. Un nombre important de visiteurs de notre échantillon 14,6 % (43 personnes), pense que les textes sont mal positionnés (placés trop bas, à la portée des enfants, avons-nous expliqué plus haut), notamment dans la salle « El Ala » où sont exposés les instruments de musique andalouse et ceux de la musique Hassani. Cependant, d'autres visiteurs trouvent dans les dispositifs numériques disponibles leur alternative.

Avez-vous apprécié le parcours de l'exposition ?

La quasi-totalité des réponses est positive (93,3 %). Les visiteurs apprécient le parcours de l'exposition. Ils expriment leurs points de vue par des expressions telles que « l'architecture du lieu rend le parcours hallucinant », « le parcours est fluide et esthétiquement agréable », « quoique le parcours est long, mais il est repérable et fluide ». Certains 6,6 % (20 personnes), n'ont pas répondu à cette question.

Pensez-vous que les nouvelles technologies donnent du sens à l'exposition ?

La majorité des visiteurs ont répondu positivement à cette question 96,6 % (289 personnes). Selon les publics, les nouvelles technologies offrent une convivialité au lieu et assurent la participation des publics. D'autres visiteurs, 4 % (12 personnes), quoiqu'ils apprécient ces dispositifs, affirment que ces derniers ont été abondamment utilisés au musée. En effet, les NTIC sont fortement présents dans les espaces d'expositions, ce qui parfois peut déranger ou déconcentrer les publics. Ces derniers, prennent plus de temps à utiliser ce genre de dispositifs et ratent la découverte du sens de l'exposition.

Êtes-vous satisfait de l'exposition, de son contenu et de ses dispositifs ?

Les réponses étaient majoritairement positives (94 %) quoique certains visiteurs proposent certaines améliorations comme par exemple, de repositionner les cartels ou de diminuer le son des haut-parleurs. En général, les avis se montrent positifs quant au contenu des expositions, le parcours, les espaces, ainsi que la thématique de l'exposition.

Le musée, a-t-il répondu à vos attentes ?

De nombreux visiteurs n'ont pas répondu à cette question 25 % (75 personnes). Certains, affirment que le musée a bien répondu à leurs attentes et qu'il constitue une richesse architecturale et musicale importante 5 % (15 personnes). D'autres visiteurs 32% (96 personnes) découvrent de passage le musée sans avoir une idée préalable sur la thématique de l'exposition et ses contenus. Cette catégorie n'exprime aucune attente particulière.

Reviendriez-vous au musée ?

Ceux qui visitent le musée pour la première fois, expriment leur désir d'y revenir. En effet, en vue de la grande superficie du musée, il est difficile de tout explorer. Or, les personnes ayant effectué plusieurs visites sont incertaines : «je ne sais pas, c'est ma deuxième fois au musée», «je ne pense pas revenir, j'ai déjà tout vu », «si y'a d'autres expositions, je reviendrai ».

Avez-vous déjà visité des musées au Maroc ?

Les réponses montrent que la quasi-totalité des visiteurs, a déjà visité des musées au Maroc 93 % (279 personnes). D'autres, n'ont pas répondu à cette question 6 % (18 personnes).

Quelles sont vos impressions ?

Les réponses sont moyennement positives. Certains visiteurs 91 % (273 personnes) affirment que les musées au Maroc ont connu de nombreuses évolutions notamment dans la gestion des espaces, la présentation, les thématiques abordées. Or, cette même catégorie atteste, que malgré ces évolutions, les musées sont mal médiatisés, moins inclusifs et moins attirants comparés à ceux d'Europe. Une minorité 10 % (30 personnes) éprouve beaucoup d'intérêts pour les musées et affirme avoir apprécié les expositions présentées.

À votre avis qu'est-ce qui distingue le musée Dar Jamaï des autres musées?

Selon les visiteurs interrogés, le musée se distingue par sa thématique d'exposition, par ses contenus et sa forte utilisation d'NTIC. Pour la quasi-totalité des visiteurs, le musée procure une connaissance approfondie. Il représente un héritage architectural unique et une plateforme musicale importante qui nécessite d'être promu et bien mis-en valeur.

8. Conclusion et évaluation

Les résultats du questionnaire démontrent que la plupart des visiteurs apprécient le musée et ses expositions. Ces dernières se montrent, pour la majorité des publics, intéressantes dans la mesure où elles traitent du patrimoine musical marocain. Une thématique nouvelle, exposée dans un lieu historique qui offre au média permanent toute sa singularité. Par ailleurs, l'analyse des données dévoile une forte absence des populations locales de la ville de Meknès. En effet, la plupart des visiteurs interrogés proviennent des autres villes du Maroc. La population de Meknès se montre quasiment absente de notre échantillon. De plus, la catégorie jeune ne constitue qu'un faible pourcentage, ce qui remet la question du public à l'ordre du jour.

Le musée Dar Jamaï comme celui du musée Pierre Bergé, semble attirer un public principalement instruit et relativement initié à la culture muséale. Les touristes internationaux, constituent une catégorie dominante au musée, alors que les classes moyennes et populaires, jeunes et locales se distinguent par leur absence. L'institution muséale marocaine a cru que pour attirer les publics, il a fallu mettre à leurs dispositions des dispositifs numériques, des architectures authentiques ou même des contenus diversifiés. Alors que les résultats montrent que les NTIC attirent l'attention des publics, mais non leurs intérêts. Il s'agit d'inciter les visiteurs à venir au musée avant même qu'ils puissent le découvrir.

Le musée doit non seulement exposer des contenus pour attirer les publics, mais doit plutôt défendre des objectifs d'implication et de sensibilisation. Comme l'affirme Ahmed Margaa, la prise de conscience de l'importance du musée, l'éducation et l'initiation à la culture sont les premiers éléments déclencheurs d'intérêt chez les publics. Les données révèlent que même les touristes ou les publics instruits, après leur deuxième visite au musée,

ne s'y retournent plus. Ce qui dévoile dans cette recherche l'importance des expositions temporaires dans l'inclusion et dans l'attrait des visiteurs.²⁰²

Bien que le musée Dar Jamaï présente une importante collection d'objets musicaux, il présente certaines lacunes. En effet, le musée manque de programmes et d'activités pédagogiques. La nature des expositions qu'il présente (expositions permanentes) limite son audience et son attrait auprès des publics nationaux. Cela peut expliquer le taux de fréquentation du musée (90.000 visiteurs par an)²⁰³ et qui n'a depuis la spécialisation du musée pas vraiment évolué. D'ici l'on peut constater que la spécialisation du musée n'est pas le problème et que malgré les changements du musée, ce dernier se montre incapable d'attirer les publics marocains. Le musée Dar Jamaï est tenue ainsi, de revoir sa politique culturelle à la lumière des attentes des publics en faisant une étude plus approfondie sur les raisons de leur désintérêt pour le musée et les moyens de les attirer.

²⁰²Nous confirmons ainsi l'idée que la fidélité des visiteurs est liée au renouvellement des expositions. En effet, une fois, le média est découvert, la visite devient insignifiante, ce qui à notre avis, nécessite un renouvellement d'exposition soit dans le cadre d'expositions temporaires-itinérantes ou dans le cadre d'événements ou d'activités muséales.

²⁰³Selon le directeur du musée Dar Jamaï, quoique le musée attire une communauté étrangère importante, ceci n'a pas affecté le taux habituel de fréquentation. Avant la spécialisation du musée, l'institution attirait à peu près de 83.520 visiteurs par an. Aujourd'hui ce taux est de 90.000 visiteurs par an. Une faible évolution qui incite le musée à repenser à de nouvelles stratégies plus attractives et inclusives des publics.

Chapitre V

Étude de cas

Le Musée du Foot Marocain (MFM)

Présentation

Le Musée du Football Marocain (MFM) est une «institution de création récente(2022) qui s’inscrit dans le cadre de partenariat entre la Fondation Nationale des musées (FNM) et la Fédération Royale Marocaine du Football (FRMF). »²⁰⁴Il reflète une volonté de diversification des espaces muséaux et la consécration du foot non seulement comme un simple jeu d’équipe, mais aussi comme un patrimoine sportif digne d’être préservé. Nous avons choisi d’étudier ce musée pour deux raisons principales. D’abord, et au-delà du sport,sa réalisation touche au domaine de la muséologie ; ensuite son caractère particulier lié à un sportdespluspopularestouchantunpublicforthétérogène,leplacénécessairementaucentre de notre réflexion sur la fréquentation des musées au Maroc.

Nous connaissons ce musée de très près, puisque nous avons eu l’occasion de participer à son montage. Expérience que nous avons vécue de manière intense et qui nous permet aujourd’hui d’analyser la philosophie et la conception de ce musée ainsi que les objectifs qu’il vise à atteindre. Nous pouvons dire d’emblée que ce musée incarne une nouvelle orientation en matière de politique muséale au Maroc caractérisée particulièrement par son ouverture sur des thématiques sociales.

²⁰⁴EntretienavecZaydOuakrim,conservateurduMuséeduFootMarocain,le vendredi 7juillet2023 (Voir l’entretien dans l’annexe D).

Introduction

Comme nous l'avons déjà souligné, les musées au Maroc ont connu une nette amélioration. Des musées récemment créés commencent à s'intéresser à des secteurs du patrimoine national avec des regards nouveaux. Le Musée du Foot Marocain (MFM) à Salé en fait partie. Il a pour thème unique le football au Maroc ; un sujet jamais abordé par les musées marocains. Le MFM, se donne pour vocation la mise en valeur du foot en tant qu'héritage sportif du pays.

Parmi les raisons de création de ce musée, fut le désir de rendre hommage à l'équipe nationale marocaine de foot suite aux exploits réalisés lors de la coupe du monde de 2022 ; un événement qui a pris une ampleur nationale et internationale. Le MFM se veut être un espace de reconnaissance des joueurs marocains. Cette étude de cas est différente des précédentes puisqu'elle émane d'une expérience de terrain personnelle que nous avons vécue, en juillet 2023 en tant que stagiaire, dans ce musée naissant, au moment de sa mise en place. Expérience qui nous a permis de participer aux différentes étapes de réalisation de ce musée. Notamment le montage de son exposition permanente. Cette expérience nous a alors permis de nous renseigner à fond sur le contenu, les raisons du choix des collections muséales, les techniques de présentation ainsi que sur les supports et les moyens de communication adoptés. Nous avons, évidemment, profiter de l'occasion pour mener nos enquêtes auprès des concepteurs et dirigeants du musée.

Dans cette étude, nous allons essayer d'analyser l'impact de la thématique du sport et principalement du foot sur les publics et tenter de mesurer leurs réactions par rapport au thème de l'exposition et d'évaluer en même temps l'efficacité des différentes approches dans l'engagement du public. Nous espérons éclairer à travers cet exemple comment l'institution muséale quand elle se met à l'écoute des intérêts du public elle gagne en visibilité et en reconnaissance. Le Musée du Foot Marocain montre, ainsi et clairement, qu'à travers la promotion de l'éducation culturelle à travers le prisme du sport, l'identité nationale se trouve renforcée et l'intérêt pour l'histoire et les valeurs qu'il représente est stimulé.

1. Le Musée du Football Marocain: contexte de création

L'histoire du Maroc reflète un riche patrimoine sportif qui témoigne d'une série d'événements qui ont marqué le champ footballistique national, dont « la création en 1892, de l'association sportive des postes, et la Fédération Marocaine des Sports Athlétiques en 1915 » (Zerzouri, 2017: 15). Après l'indépendance, le Maroc a organisé divers événements footballistiques, tels que « les jeux méditerranéens de 1983, les jeux panarabes de 1985, les jeux de la paix de 1989, etc. » (Zerzouri, 2017: 15-16). Certes, ces événements sont presque inconnus des nouvelles générations. Informer ces derniers sur leur histoire sportive, constitue l'une des premières raisons de l'édification du Musée du Football Marocain. Le MFM se montre ainsi comme un espace de sauvegarde qui a pour mission de transmettre un patrimoine encore peu connu des marocains. Selon Zayd Ouakrim, conservateur du MFM, « il est important d'informer les publics, notamment les jeunes, sur leur culture sportive, sur les clubs et les légendes qui ont marqué l'histoire du football marocain ». ²⁰⁵

Installé sur une superficie de 2000 m², « le musée est un lieu d'échange avec les publics et reflète la volonté de rapprocher le musée à la société. Le MFM propose divers espaces, dont un centre d'éducation pour les enfants où ils peuvent échanger et participer aux ateliers de création artistique ; une salle de projection présentant des témoignages et des documentaires sur le sport au Maroc ; un vaste espace d'exposition » ²⁰⁶ permanente et temporaire; un hall d'accueil, une boutique et une médiathèque. La médiathèque du musée, propose un ensemble d'ouvrages liés aux domaines culturels et sportifs. Au Hall du musée, se trouve une cafétéria où des boissons sont servies aux personnels, une boutique où des objets sont exposés et vendus (ballons, médailles, T-shirts, trophées...). La partie centrale du musée est consacrée à l'exposition permanente, elle est divisée en six thématiques captivantes, et plonge les visiteurs dans les moments marquants du sport national.

²⁰⁵Entretien avec Zayd Ouakrim, conservateur du Musée du Football Marocain, le vendredi 7 juillet 2023 (Voir l'entretien dans l'annexe D).

²⁰⁶« 1320 m² dédiés à l'exposition permanente, 400 m² pour l'exposition temporaire et une salle de projection de 100 m² » Entretien avec Zayd Ouakrim, conservateur du Musée du Football Marocain, le vendredi 7 juillet 2023

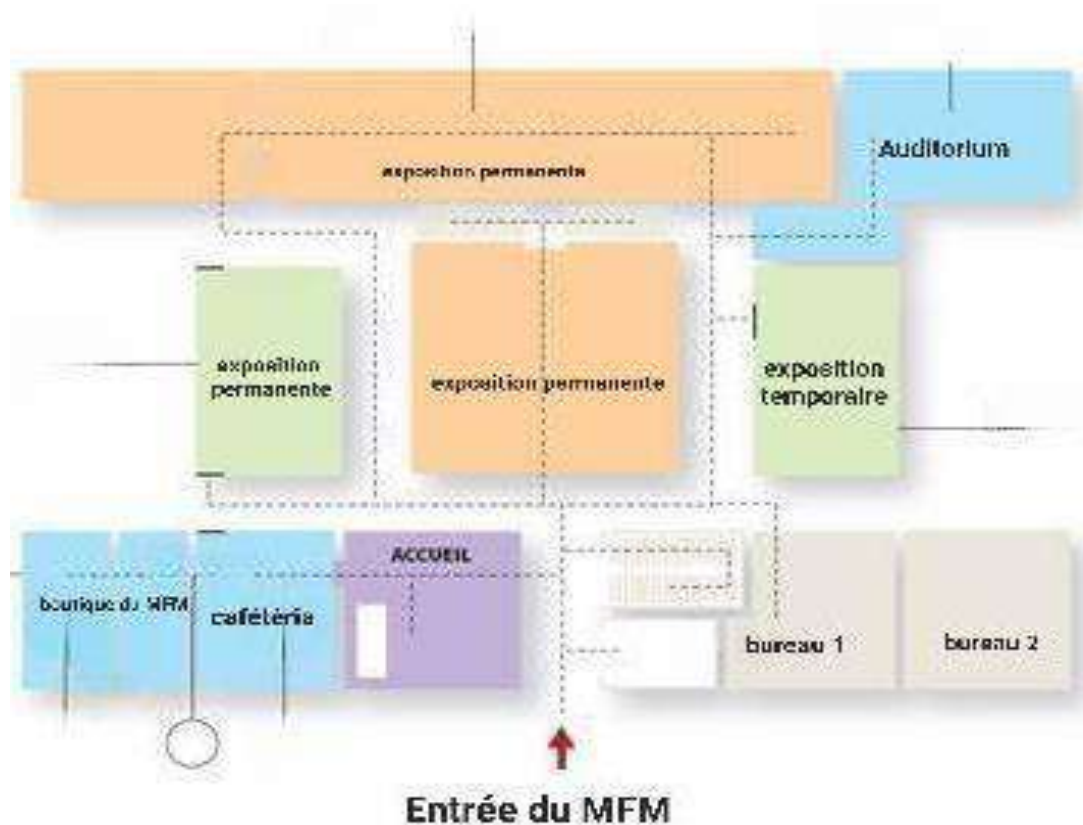


Figure14:

«Plan du musée»

MuséeduFootballMarocain(MFM), ©HalimaArrassi, 2023

2. L'expositionpermanenteduMFM

Le musée abrite des expositions permanentes et temporaires : l'exposition permanente retrace l'histoire du foot au Maroc. Elle met à disposition des visiteurs, divers objets sportifs (t-shirt, ballon, trophées, documents...).

La première section qui s'intitule « Vision Royale éclairée » met en avant les discours royaux sur le sport national, commençant par le roi Mohammed V au roi Mohammed VI. Elle expose des trophées, des documents, et donne une vision claire et détaillée sur l'histoire du foot marocain.

La deuxième section, dite « Terre des pionniers », célèbre les victoires du Maroc et présente les pionniers du football marocain. Elle tend à mettre en avant l'histoire des footballeurs marocains, notamment ceux qui ont marqué l'histoire de ce sport au Maroc. Elle expose les maillots des joueurs, chaussures et ballons.

La troisième section, dénommée « Terre d'excellence », met la lumière sur les réalisations des équipes et des clubs nationaux depuis les années 1950 jusqu'à aujourd'hui.

La quatrième section, appelée « Terre d'accueil », expose les souvenirs des Coupes Mohammed V et Hassan II, les matchs amicaux et officiels, ainsi que les visites des grandes personnalités du football au Maroc.

La cinquième section portant le nom de « Terre de passion », permet aux visiteurs de vivre des moments historiques immersifs, elle plonge les publics dans l'ambiance des terrains de foot et des réactions des commentateurs. Elle abrite un espace PlayStation ou de jeux-vidéos, une zone de prise de photos et de tag de graffiti.

Enfin, la sixième section intitulée « hall of fame », présente des portraits de joueurs, les articles de presse, des reportages. L'objectif de cette section est de rendre hommage aux joueurs marocains, aux entraîneurs nationaux, aux journalistes, etc. Cette section est une reconnaissance des personnalités qui ont longtemps inspiré le sport marocain. Elle est aussi une inspiration pour les jeunes générations, notamment ceux qui souhaitent s'orienter vers le domaine sportif.

L'espace d'exposition permanente, est conçu comme une trajectoire où chaque section représente une chronologie. Il expose divers objets sportifs et abritent divers dispositifs de médiation (écrans vidéo, bornes interactives, cartels, etc.). Jean François Bodin, muséographe de l'exposition, a été en charge du projet. Il a proposé et privilégié l'audiovisuel au musée afin de permettre aux visiteurs d'interagir avec les dispositifs numériques. Ces derniers, « offrent aux publics une vision plus détaillée de l'exposition, leur permettant de mieux comprendre les messages du média ». ²⁰⁷ Le MFM expose également des documents historiques, des photographies afin de compléter son discours (figure 15). Par ailleurs, l'exposition temporaire est toujours en cours de réalisation et compte exploré des thématiques variées en relation avec le football et la société, tels que les enjeux sociaux, l'impact culturel, et les avancées technologiques. Elle devrait offrir une plateforme dynamique pour présenter des perspectives diverses et susciter un dialogue sur la manière dont le football influence et reflète la société.

²⁰⁷Entretien avec Jean-François Bodin, muséographe de l'exposition, le lundi 3 août 2023 (voir l'entretien dans l'annexe D).



Figure15 :
Section « vision royale éclairée » exposition permanente.
Musée du Foot Marocain à Salé (MFM), photographie © Halima Arrassi, 2023

3. La production de l'exposition

La préparation de l'exposition permanente a duré trois mois.²⁰⁸ La Fédération Royale Marocaine de Football, et la Fondation Nationale des Musées ont fourni les moyens techniques et financiers nécessaires à la production de l'exposition. Pour mettre en place le récit du média, le muséographe de l'exposition s'est interrogé sur le type du discours que pouvait montrer le musée. Selon lui, « il s'agit de dépasser les discours traditionnels des musées basés sur l'objet ethnographique, d'aborder un sujet d'actualité qui répond aux attentes des publics marocains ». ²⁰⁹ Faisant partie de l'équipe du musée, notre tâche était principalement d'aider à la sélection des objets à exposer. ²¹⁰ Les expositions au musée sont

²⁰⁸ A l'inverse de l'exposition permanente, les travaux de l'exposition temporaire n'ont pas encore commencé.

²⁰⁹ Entretien avec Jean-François Bodin, muséographe de l'exposition, le lundi 3 août 2023 (voir l'entretien dans l'annexe D).

²¹⁰ Il faut souligner que notre assistance a eu lieu à l'équipe technique du musée, dont le choix des objets et le découpage des idées. Au MFM, les responsables du musée (conservateur, conservateur adjoint et médiateur)

produites d'une façon cinématique, centrée sur l'audiovisuel (écran vidéo). Selon Bodin, « la lumière sombre des espaces et les écrans vidéo, offrent un effet cinématographique à l'espace »²¹¹. L'ambiance sombre de l'exposition révèle un paradoxe parce qu'afin de respecter la médiation le muséographe a dédaigné la lecture d'un public malvoyant. En général, « les nouvelles logiques de production des expositions, favorisent une lecture ergonomique, accessible aux publics » (Regourd, 2012: 229). Les musées internationaux notamment ceux de grande envergure, « emploient des techniques nouvelles facilitant la compréhension et l'inclusion des non ou malvoyants (ex. Récit ou dispositif en braille, texte en grande taille, espace bien éclairé, etc.) » (Regourd, 2012 : 229-230).

Ces nouvelles logiques, ne sont désormais pas encore prises en compte par les musées au Maroc, et notamment au MFM. Par ailleurs, l'exposition permanente s'est construite en complète liberté. Elle a été réalisée sans aucune contrainte financière. Le musée bénéficie d'un important soutien financier de la part de la Fédération de Football et de la Fondation Nationale des Musées. Selon Bodin, « À mon sens, il n'y a eu aucun souci au niveau financier. Je dois reconnaître que dans cette institution, on ne m'a jamais dit « ça coûte trop cher, on ne peut pas le faire ». On m'a dit « ça coûte très cher, on va essayer de le faire ».²¹² En général, ce qui empêche les musées au Maroc de produire des expositions de qualité, est le manque de financement, mais également de personnels qualifiés. Le conservateur dans la plupart des musées au Maroc, peut faire différentes tâches. Il est parfois concepteur, parfois médiateur ou commissaire; il n'a pas de missions précises. Cela, est dû désormais au manque de budget pour l'engagement de personnels variés, mais aussi, de conscience à l'importance du travail d'équipe. Au MFM, ce problème ne s'est pas présenté. Le musée engage toute une équipe de production (commissaire de l'exposition, équipe scientifique, muséographe, etc.). La tâche du muséographe est très visible au musée, il s'agit donc, dans ce chapitre, de mettre en lumière son rôle et le discours qu'il cherche à transmettre.

peuvent aussi collaborer avec l'équipe technique et participer par leurs idées et propositions à la mise en scène de l'exposition.

²¹¹Entretien avec Jean-François Bodin, muséographe de l'exposition, le lundi 3 août 2023 (voir l'entretien dans l'annexe D).

²¹² Idem.

4. Lerôle du muséographe MFM

Au-delà des aspects techniques et financiers, qui sont à la base de la mise en scène de l'exposition du musée, le savoir et l'autorité morale du muséographe ont été mis en avant. L'intention du muséographe est de produire une exposition qui exprime la volonté de montrer l'héritage sportif du Maroc. Avec cette exposition, le musée s'est engagé à produire un discours qui reflète et met en valeur le sport national marocain. C'est en effet, la première fois qu'un musée au Maroc traite l'histoire du foot et ses particularités. « Le discours de l'exposition tend à valoriser le football national, à faire connaître les événements et les légendes du sport marocains, à sortir le musée de ces limites toujours basées sur l'art ou l'ethnographie ». ²¹³

Pour accomplir cet objectif, le muséographe de l'exposition devait jouer un double rôle. D'abord en tant que concepteur du sens, puis en tant qu'observateur critique et collaborateur avec l'équipe du travail composée de (conservateurs, commissaires, médiateurs, stagiaires et chercheurs). Si en principe le défi du Musée du Foot est de dépasser les discours traditionnels des musées, le défi majeur de l'exposition permanente s'est joué dans l'interprétation de l'histoire sportive. C'est-à-dire, dans la manière de présenter une conception actuelle du sport marocain, de lui donner un nouveau sens, une nouvelle interprétation. Avec la production de l'exposition du musée, le MFM a développé une capacité d'action qui questionne les valeurs, les interprétations traditionnelles de l'histoire du foot marocain en proposant une nouvelle lecture de ce sport.

Selon Bodin, «la muséographie de l'exposition veut montrer l'évolution du football marocain. Ce dernier, est aujourd'hui connu mondialement notamment après les derniers exploits de l'équipe nationale. Les joueurs marocains ont remporté la quatrième place dans la coupe du monde, un résultat qui mérite d'être récompensé par une exposition de qualité ». ²¹⁴ Le musée soulève les transformations du sport national. En effet, ce que voulait montrer l'institution est que le football marocain a connu une grande évolution ; les responsables de ce secteur ont modifié leurs stratégies, politiques et visions. De même qu'une Académie de formation des Métiers de Sport (AMS) a été édiflée. Le muséographe tend donc à mettre en scène une exposition qui reflète ces changements et ces actions.

²¹³Entretien avec Jean-François Bodin, muséographe de l'exposition, le lundi 5 août 2023.

²¹⁴ Idem.

Selon Bodin, l'exposition du MFM, tend à redonner une nouvelle image du sport national. Elle montre les développements du football marocain, les exploits réalisés, les moments forts des joueurs depuis le règne du Roi Mohammed V au Roi Mohammed VI. Le muséographe, ainsi que l'équipe scientifique du musée ont essayé dans un premier temps, de faire des recherches sur l'histoire du foot au Maroc, les événements footballistiques, les joueurs nationaux, les années de leur participation. La recherche et l'étude approfondies par le muséographe et l'équipe scientifique du musée sont cruciales pour la réussite de l'exposition. Elles permettent de mettre en lumière les joueurs nationaux et leurs contributions, et d'offrir une narration qui engage les visiteurs. En effet, une exposition réussie repose souvent sur la qualité de son contenu scientifique et historique. Le muséographe cherche aussi à travers des moyens multiples (ambiances sonores, films, jeux vidéo, objets...), de plonger les visiteurs dans l'ambiance des stades de foot, afin de faire vivre aux publics, des expériences sportives réelles.

5. Lediscours des expositions du MFM

L'exposition permanente du musée cherche à montrer à un public principalement jeune, que l'histoire du football marocain n'est pas récente, mais qu'il s'agit d'un phénomène historique qui a commencé depuis plus d'un siècle. Le discours de l'exposition ne parle pas seulement du football au Maroc, mais des valeurs que ce sport apporte, des rapports entre supporter et joueurs. L'exposition cible toutes les catégories de publics, notamment ceux du domaine sportif. Le sujet de l'exposition unit la plupart des Marocains. Ces derniers, partagent à la différence de leurs catégories, le même intérêt pour le football. «Le discours de l'exposition est linéaire, il obéit à une temporalité historique précise. Il s'agit d'un discours continu, chronologique et à la fois thématique (notamment dans l'exposition temporaire). Cette dernière, n'obéit à aucune chronologie ».²¹⁵ Quoique toujours en cours d'exécution, l'exposition temporaire favorise la créativité, elle base son propos sur l'innovation, et s'ouvre sur d'autres thématiques (nouvelles technologies, avancées dans le domaine sportif, etc.).

Selon Bodin, «je n'ai pas conçu l'exposition temporaire comme un discours continu qu'il fallait assimiler, mais comme des plans différents qui devaient utiliser des qualités différentes. Je n'ai pas voulu faire un discours intellectuel ou scientifique, qui devrait être

²¹⁵Entretien avec Jean-François Bodin, muséographe de l'exposition, le lundi 5 août 2023.

compris comme un livre, mais jouer sur toute une série d'éléments possibles »²¹⁶. Le MFM met en valeur un discours qui reflète une politique de représentation du sport national.

La représentation de l'exposition n'est effective qu'à travers l'appropriation du sens de la part des visiteurs. À notre avis, le discours du musée, n'est pas toujours partagé de façon homogène par les visiteurs des expositions. Les publics peuvent s'approprier ou s'opposer au discours du musée, selon leurs propres perceptions. En effet, l'appropriation des expositions, dépend notamment, des centres d'intérêts des publics, de leurs cultures ou morale. Nous pensons qu'un public initié au sport, et à la culture sportive a plus tendance à comprendre le discours du musée qu'un public non-initié. L'initiation joue un rôle important dans la compréhension des visiteurs. Par ailleurs, afin de faciliter la transmission du discours, l'exposition a mis en scène un parcours ludique, où les objets, photographies et dispositifs sont rassemblés créant une harmonie au lieu. Ces éléments sont choisis d'une façon précise permettant une meilleure accessibilité à l'information.

6. Le parcours de l'exposition

Le parcours de l'exposition est conçu en six sections thématiques. Chacune des sections, présente la thématique du foot d'une façon particulière en se basant sur les nouvelles technologies. «Les scénaristes chargés de l'exposition ont proposé d'insérer les objets choisis par le muséographe dans des espaces circulaires afin de donner un rythme à la visite (figure 16)».²¹⁷ Il s'agit d'inviter les publics à une déambulation guidée par l'espace, d'éviter des itinéraires fixes, même si quelque part la signalétique du musée dirige le parcours des visiteurs.

²¹⁶Entretien avec Jean-François Bodin, muséographe de l'exposition, le lundi 3 août 2023.

²¹⁷Idem



Figure16 :

«Plandel'exposition et *parcoursdesvisiteurs* »

MuséeduFootMarocainàSalé(MFM),photographie ©HalimaArrassi,2023.

La première chose à remarquer à l'entrée de l'exposition sont les écrans vidéo qui diffusent les moments forts de l'équipe nationale marocaine en coupe du monde, ainsi que les audio guides où les publics peuvent entendre des informations plus détaillées sur l'exposition et ses sections. « Les différentes sections de l'exposition transmettent le contenu d'une manière plus interactive, sous un discours plus proche des visiteurs de tous les âges ». ²¹⁸ Nous avons pu explorer plusieurs bornes multimédias visant à aider à la découverte et à l'interprétation de l'exposition de manière plus intuitive. Les espaces sont divisés pour montrer des vidéos, des dispositifs de lecture et d'écoute afin de faire comprendre aux publics marocains et étrangers, l'histoire de leur patrimoine sportif.

Par ailleurs, nos observations montrent que la majorité des visiteurs suivent l'orientation des panneaux signalétiques. Ces derniers, dirigent le public, permettent à ce dernier, de suivre le cheminement chronologique et thématique de l'exposition. Nos observations, filmées par caméra, montrent que le temps moyen de la visite est entre 15 à 20 minutes. Les visiteurs passent généralement entre 3 à 5 minutes selon l'intérêt suscité pour l'objet ou dispositif. Certains visiteurs, restent plus de temps devant les dispositifs numériques (environ 10 minutes) et devant certains objets ou photographies. Lors de la visite, les visiteurs expriment certaines réactions, qui donnent plus ou moins une idée sur leur appropriation.

²¹⁸Entretien avec Jean-François Bodin, muséographe de l'exposition, le lundi 3 août 2023

Leursexpressions,«c'estintéressant »,« leparcoursestclair,l'expositionestludique»
«j'apprécielescontenusdumusée»confirmentnospremièresobservations.

Par ailleurs, la médiatrice du musée oriente l'exposition. Elle informe les publics, répond aux questions, et facilite la compréhension des publics. Lors de l'exposition, les visiteurs découvrent l'historique des joueurs, des événements. L'exposition est comme un flash-back, un moyen de se rappeler des moments forts du football marocain. Chaque section de l'exposition abrite des dispositifs numériques. Nous pourrions même dire que le MFM est le seul musée au Maroc à abriter autant de dispositifs numériques. Le musée se veut innovant, il cherche à s'ouvrir sur de nouveaux outils numériques, de créer de nouvelles expériences encore plus immersives et ludiques.

7. NouvellestechnologiesettextesauMFM

Le musée National du Football Marocain abrite divers outils d'information et de communication. Les outils numériques mis à disposition des visiteurs «représentent des moyens de médiation et de communication qui visent à guider l'interprétation et à satisfaire les missions culturelles du musée » (Regourd, 2012: 231). Le MFM, tend à travers ces outils à guider le visiteur, l'informer, l'inclure et le plonger dans un univers immersif. «Les expositions au MFM tentent de faire entrer les visiteurs dans un univers ludique en faisant appel à des techniques numériques, qui peuvent concourir à donner l'image d'un musée accessible et divertissant ». ²¹⁹ Le MFM se distingue par sa variété de moyens, ses espaces interactifs et ses contenus. Des bornes interactives, audio-guides, écrans, projections, et hologrammes sont installés au musée. Cette variété d'outils interactifs enrichit l'expérience des visiteurs.

Au MFM, le numérique est aussi utilisé dans la gestion des collections. Les objets du musée (t-shirts, trophées, ballons, etc.) sont numérisés dans la base de données du musée. La numérisation est dans ce sens, importante pour la sauvegarde et la recherche facile des données. ²²⁰ Elle permet selon Regourd d'accéder plus facilement aux données sportives, «leur permettant d'acquérir des connaissances sur les collections et d'étudier les richesses du patrimoine footballistique marocain » (Regourd, 2012: 231). C'est également une ouverture vers d'autres techniques (expositions virtuelles) plus élargies et qui dépassent les murs

²¹⁹EntretienavecJean-FrançoisBodin,muséographe del'exposition, le lundi 3 août 2023

²²⁰Faisant partie de l'équipe du musée, nous avons également participé à la numérisation des collections, ainsi qu'à la création du site web du musée.

physiques du musée. Le musée cherche également à mettre en ligne son site web afin de rapprocher l'information aux publics, et de répondre à leurs questions ou suggestions. L'équipe du musée travaille à présent, sur la conception du site web, et qui propose des visites virtuelles. Ces dernières, permettront aux publics de découvrir virtuellement le musée et ses expositions. Par ailleurs, au MFM, existe divers types de textes : textes introductifs, cartels et cartels développés, textes explicatifs. Chaque espace transmet un discours aux publics, les textes ont donc été choisis de manière à faciliter la compréhension des visiteurs. Les textes sont écrits en blanc sur fond gris en caractère simple et lisible. L'objectif des concepteurs du musée est de faire ressortir le récit, le rendre plus attirant et facile à lire.

Chaque texte explique un objet particulier, il transmet des informations particulières notamment (le titre de l'objet, la date, l'histoire). Les textes à la différence de leurs types sont écrits en trois langues (arabes, français, et anglais). « Ils ont un rôle informatif au MFM, et sont utilisés pour introduire les espaces et expliquer les contenus. Les textes sont conçus par l'équipe scientifique du musée, ils suivent des règles précises. Ils doivent être lisibles, simples et concentrés afin de permettre aux publics d'assimiler le message de l'exposition ». ²²¹ Le musée à travers ces éléments sémiotiques exposés, construit le thème du football marocain. Pourrions-nous dans ce sens, dire que le MFM a réussi sa mission de transmission de la mémoire sportive ? Les visiteurs s'approprient ce genre de thématiques ?

À notre avis, la réussite d'une exposition se mesure par le nombre d'appropriations des visiteurs. Si ces derniers sont satisfaits, cela montre que le musée a transmis son message. Par contre, si le musée échoue dans sa mission, les publics vont rejeter l'exposition. Pour confirmer notre propos, nous avons exploré comment à partir de la lecture/réception de l'exposition, le public s'approprie ou rejette l'exposition.

²²¹Entretien avec Jean-François Bodin, muséographe de l'exposition, le lundi 3 août 2023

8. Lathématique du football : une appropriation ou un rejet ?

Les entretiens et questionnaires que nous avons réalisés représentent une première approche pour connaître le type de visiteurs, et leur intérêt pour l'institution. Nous avons pris soin de formuler les questions de manière claire afin qu'elles soient bien comprises par les visiteurs. Pour être certains de la fiabilité des réponses, nous avons dialogué ouvertement avec les visiteurs. Nous avons également étudié leurs réactions et discours. Ce type d'analyse a révélé des résultats qui ont montré la façon dont se répercute le sens de l'exposition chez les publics, et comment l'expérience de la visite influence leurs intérêts. C'est donc à partir de l'analyse des données et de l'évaluation des réponses, que nous avons pu établir nos propres interprétations.

Les données du questionnaire, révèlent qu'environ 81 % de visiteurs sont des personnes âgées (de 40 à 66 ans). La catégorie jeune-public (de 20 à 35 ans) constitue 20 % (60 personnes) de notre échantillon. De nombreux visiteurs au MFM travaillent dans le domaine sportif. D'autres visiteurs exercent des professions comme (enseignant, médecin, entraîneur, etc.). Nous remarquons à nouveau que la plupart des visiteurs appartiennent à la classe supérieure. À l'inverse, les catégories moyennes, et populaires se montrent presque absentes de notre échantillon. La question d'absence de cette catégorie de publics, interpelle encore notre raisonnement. Si la plupart des marocains de classe populaire visitent par milliers, les stades de foot, pourquoi ne visitent-ils pas le musée ?

La réponse à cette question, nécessite d'abord une réflexion sur les raisons pour lesquelles la plupart des marocains préfèrent aller aux stades pour assister à un match de foot qu'à visiter le musée du foot. La comparaison entre stade et musée peut sembler insignifiante, dans la mesure où ces deux espaces sont totalement différents tant au niveau des objectifs que des contenus, mais dans le cas du musée du foot, ces deux lieux partagent un contenu commun: le football. Le MFM, à l'inverse des stades de foot, n'attire qu'une minorité de publics: est-ce une question de dynamisme, d'ambiance que connaissent les stades et qui sont absentes au musée ? Ou s'agit-il tout simplement d'une culture muséale non-existante chez la majorité des marocains ? Selon le conservateur du MFM, « nous ne pouvons pas comparer l'incomparable. Il est vrai que le MFM expose le football marocain et tend à travers ses dispositifs, à reproduire l'ambiance des stades, mais il est incapable de créer les conditions du spectacle, du mouvement, d'une ambiance réelle, festive et chaleureuse. C'est justement la

chaleur humaine qui fait défaut au musée. Chaque espace à son âme propre »²²². François Mairesse précise à ce sujet que « parmi les raisons d'absence des publics aux musées est la stagnation de ces derniers, leur manque de dynamisme » (Mairesse, 2005: 38). Les musées au Maroc, quoiqu'ils essayent de dynamiser leurs espaces à travers des moyens de communications, d'ateliers, d'expositions temporaires, ne parviennent pas encore à distraire le public marocain, ils semblent encore figés créant une forme d'ennui chez les publics, notamment ceux non-initiés.

La notion de distraction est importante dans la mesure où « elle crée la rencontre et le rassemblement spontané. C'est le sentiment de distraction spontanée qui fait que le public fréquente certains lieux précis et abandonne d'autres » (2005: 69). La Place Jamae Lefna à Marrakech rassemble en une nuit ce que les musées regroupés de la ville accueillent pendant des semaines. C'est parce que justement, les Marocains apprécient la collectivité, le partage, qu'ils sont attirés par les lieux où règne l'ambiance de la chaleur humaine et où ils peuvent s'exprimer et se divertir. Les stades de foot au Maroc ne sont pas de simples lieux de spectacle où les publics viennent encourager les joueurs, mais des espaces d'expression, parfois même de contestation politique. En effet, c'est dans ces lieux que les supporters protestent, à travers le chant, la musique, ou l'animation visuelle, contre certaines pratiques et politiques notamment la discrimination, la stigmatisation, l'occupation israélienne de la Palestine, etc. Les stades de foot offrent une liberté d'expression que n'offrent pas les musées.²²³ C'est évidemment le cas du MFM qui, malgré tout, se trouve incapable de créer les conditions de la liberté d'expression. Contrairement au stade qui libère la parole dans toutes ses formes, le musée, avec son lourd dispositif tient un discours quasi-autoritaire dans le sens où il impose son contenu aux publics sans réellement connaître au préalable leurs avis et attentes. Raison pour laquelle les Marocains sont attirés par des espaces mouvants et vivants, des espaces où ils sont entendus, considérés et reconnus comme tels. Le MFM, en tant que nouvelle institution muséale, n'est connu que par une certaine catégorie de public, notamment celle issue du milieu sportif. C'est pour cela que la plupart des Marocains ignorent l'existence

²²²Entretien avec Zayd Ouakrim, conservateur du Musée du Foot Marocain, le vendredi 7 juillet 2023

²²³Rappelons l'expression du musée comme « prison » de Tony Bennett et qui à l'inverse des stades de foot offre peu de liberté d'expression, de mouvement. Le musée exige certains comportements à respecter, ce qui pour certains publics crée une forme d'ennui et de monotonie à l'espace.

du musée. Que faire alors pour concilier les marocains avec leurs institutions muséales ? Et quel musée pour le Maroc ?

Deuxième axe: le Musée du Foot Marocain (MFM)

Comment avez-vous connu le MFM ?

La majorité des visiteurs 90 % (270 personnes), issus du domaine sportif, ont connu le musée grâce à leurs entourages. Ce musée récent, travaille progressivement sur la création de son site web et vise à médiatiser ses contenus. Selon nos remarques, la plupart des musées au Maroc ne font pas appel aux médias et aux presses nationales pour promouvoir leurs contenus. Sans une couverture médiatique importante, le MFM ne pourra pas cibler les divers publics. Certains visiteurs n'ont pas répondu à cette question 9,5 % (28 personnes).

Comment se passe votre visite au MFM ?

Les visiteurs du musée du foot viennent généralement en famille ou individuellement. Les premiers constituent 63,3 % (190 personnes) de notre échantillon, les seconds 30 % (90 personnes). Par contre nous n'avons enregistré aucune visite scolaire.

Avez-vous déjà visité le musée ?

La majorité des visiteurs affirment visiter le musée pour la première fois 98% (294 personnes), pour découvrir de quoi il s'agit vraiment. D'autres visiteurs n'ont pas répondu à cette question 0,67 % (2 personnes).

Pourquoi visitez-vous le MFM ?

Selon les réponses obtenues, 98 % des visiteurs visitent le MFM pour découvrir ses espaces et contenus. En effet, après les exploits de l'équipe nationale à l'occasion de la coupe du monde de 2022, de nombreux visiteurs, notamment du milieu sportif, ont envie de visiter le musée dans l'espoir de savoir plus sur le foot en général et sur cette équipe de vainqueurs. Cette catégorie de public affirme avoir ressenti l'exploit extraordinaire de l'équipe au moment de la visite du musée. Ils affirment par ailleurs que l'exposition déclenche chez eux une forme de nostalgie surtout lorsqu'ils se retrouvent devant les photos célébrant le talent des anciens joueurs de l'équipe nationale. Mais ce qui est amusant et intéressant en même temps, c'est l'image de ces anciens joueurs face à leurs propres portraits. D'autres visiteurs n'ont pas répondu à cette question 1 % (3 personnes).

Letroisièmeaxe:appréciationdesvisiteurs

Que pensez-vous du MFM ?

98% des visiteurs affirment avoir apprécié le MFM. Cette catégorie appartient aux classes sociales aisées qui généralement s'intéressent au foot. Pour eux, l'idée de créer un musée dédié au foot est une bonne décision. Seulement deux personnes se sont abstenues à répondre à cette question.

Qu'avez-vous ressenti lors de votre première visite?

Les réponses obtenues font ressortir une forte appréciation du musée et ses contenus. Selon les visiteurs, le musée est intéressant parce qu'il déclenche chez eux une forte nostalgie envers les anciens joueurs de l'équipe nationale, mais aussi une fierté quand ils voient les images des joueurs actuels. Les espaces du musée déclenchent, par ailleurs, chez eux de l'émerveillement tout comme la qualité des moyens technologiques déployés pour illustrer le contenu du musée, notamment l'usage spécifique de la technologie de l'hologramme comme moyen innovant de monstration.

Quelle section de l'exposition a-t-elle plus attiré?

La plupart des visiteurs 65 % (195 personnes) affirment avoir une préférence pour les sections « vision royale éclairée » et « Terre des pionniers ». Ces deux sections de l'exposition permanente, les attirent parce qu'elles exposent l'histoire et du football et des joueurs marocains à travers des textes, des photographies, des t-shirt, des hologrammes, des écrans vidéo et des trophées qui les rendent suffisamment attractives. D'autres visiteurs 21% (63 personnes) apprécient la section « terre de passion », car elle abrite un espace de jeux-vidéos, ainsi que des graffitis dédiés aux joueurs de l'équipe nationale.

Pensez-vous que les textes de l'exposition sont visibles et accessibles?

La majorité des visiteurs 78,3 % (234 personnes) trouvent que les textes sont clairs, précis, et instructifs. D'autres visiteurs 29,7 % (89 personnes) affirment que l'éclairage sombre du musée empêche les malvoyants de lire facilement les textes d'illustration. Cependant, ils apprécient les dispositifs numériques mis en place.

Avez-vous apprécié le parcours de l'exposition ?

La majorité des réponses sont positives 93% (279 personnes). Les visiteurs apprécient le parcours en disant: « Le parcours est fluide, et claire », «le parcours est agréable, facile et repérable ». 6,6 % (19 personnes) des visiteurs n'ont pas répondu à cette question.

Pensez-vous que les nouvelles technologies ajoutent du sens à l'exposition ?

La plupart des visiteurs apprécient les dispositifs numériques 96,6 % (288 personnes). Selon eux, les nouvelles technologies rendent l'exposition permanente plus attractive et lui procurent une touche de modernité. Ils pensent que ces dispositifs permettent de mieux saisir le sens de l'exposition, et facilitent son assimilation par les jeunes en particulier. Certains visiteurs 4 % (12 personnes), affirment qu'il y'a une forte présence des NTIC au musée qui pourraient détourner les visiteurs des contenus de l'exposition.

Êtes-vous satisfait des contenus de l'exposition (expositions, dispositifs, thématiques, contenus) ?

Les avis sont en général positifs 98 % notamment par rapport aux contenus, le parcours et la thématique de l'exposition. Certains visiteurs suggèrent l'amélioration de l'éclairage. D'autres, n'ont pas répondu à cette question 1,3 % (3,9 personnes).

Le MFM, a-t-il répondu à vos attentes ?

La plupart des publics affirment que le musée représente un atout pour la ville de Salé. Il permet de promouvoir le patrimoine sportif jusqu'ici peu connu. Les visiteurs montrent un grand intérêt pour le musée et dévoilent que ce dernier répond à leur attente.

Reviendrez-vous au MFM ?

74 % (222 personnes) des visiteurs affirment vouloir revenir au MFM pour découvrir ses futures expositions notamment temporaires. Ils s'expriment par des expressions telles que «le musée est actif, il présente des expositions sur des thèmes sportifs, ce qui nous incite à y revenir au musée », «l'exposition temporaire est en cours. Il faut donc revenir au musée pour la découvrir». Nous constatons que le retour des visiteurs au musée est lié au renouvellement des expositions. Les publics s'intéressent aux nouveaux contenus et apprécient la temporalité des expositions.

Avez-vous déjà visité des musées au Maroc ?

À l'inverse des autres musées étudiés, de nombreux visiteurs n'ont pas répondu à cette question 34% (102 personnes). Certains, attestent visiter un musée pour la première fois 20% (60 personnes). Selon certains visiteurs du musée : « C'est ma première visite au musée, je suis venu, car je m'intéresse beaucoup au football et j'étais curieux de découvrir le musée même avant son inauguration », « c'est ma première visite au Maroc après de longues années, j'ai entendu l'ouverture du musée et je n'ai pas hésité à venir le découvrir ». Le thème de l'exposition a en effet, la capacité d'attirer les visiteurs, notamment ceux non-initiés. Il incite leur curiosité à découvrir l'institution et ses contenus. Le musée devient ainsi, plus attirant et plus significatif pour les publics.

Quelles étaient donc vos impressions ?

Les impressions des publics, ayant déjà visité les musées, ont été positives. Les visiteurs attestent être impressionnés par les évolutions qu'ont connues les musées au Maroc. Ils affirment leur émerveillement pour les espaces et contenus des musées et aspirent que chaque ville ou région abrite son propre musée.

À votre avis qu'est ce qui distingue le MFM des autres musées ?

Selon les visiteurs interrogés, le musée se distingue par sa thématique d'exposition, ses espaces et ses contenus. De même par son utilisation de nouveaux outils comme les hologrammes. Le musée représente pour cette catégorie de visiteurs un espace de protection et de promotion de la mémoire sportive du pays, mais surtout un espace d'information, de communication et de rencontre.

9. Conclusion et évaluation

Les réponses au questionnaire montrent que la majorité des visiteurs apprécient le MFM. La grande majorité des interviewés a été composée de visiteurs appartenant aux classes aisées. Les touristes ainsi que les classes moyennes et populaires étaient minoritaires. Notons, qu'il nous a fallu plus de trois mois pour atteindre un total de 300 personnes interrogées, car le nombre de visiteurs est trop faible par rapport aux autres musées analysés. Pourquoi donc cette carence des visites au MFM ?

Tout d'abord, et comme nous l'avons déjà mentionné, le musée du foot est un musée récent, il n'a pas encore médiatisé ses contenus. De plus, les espaces ne sont pas encore finalisés (certains travaux d'accrochages sont en cours). L'institution reste encore inconnue par rapport à tous les Marocains. Seule une certaine catégorie de public, notamment issu du milieu sportif ou aisé, connaît le musée. Le MFM est loin des lieux d'habitation, ce qui pose un problème d'accessibilité pour les personnes non-motorisées ou ayant des revenus faibles. Il est donc clair que la localisation excentrique du musée influence fortement sa fréquentation. Autre problème qui pourrait influencer la fréquentation du musée : son aspect statique. Les amateurs du foot préfèrent plutôt les ambiances dynamiques des stades et ont tendance à fuir ce qui est figé, ce qui appelle la contemplation comme les contenus des musées. En effet, ce public ne cherche pas que de voir des t-shirts ou des ballons exposés, objets qui leur sont tout à fait familiers, mais a des préférences pour l'événementiel et le festif qui pourrait prendre, dans l'avenir, la forme d'enseignements sportifs diversifiés impliquant les visiteurs, par le biais de moyens inclusifs et participatifs à caractère pédagogique, ludique ou autres.

Chapitre VI

Le cas du musée Nejjarine des Arts et Métiers du Bois à Fès

1. Présentation du musée Nejjarine

Le musée Nejjarine, à Fès, est « logé au sein du fondouk Nejjarine, un ancien entrepôt de marchandises et un lieu de négoce construit en 1711 » (Chadli, 2007). Ce musée, qui représente « un modèle d'engagement mutuel entre le secteur public et privé en matière de sauvegarde du patrimoine national fut inauguré en 1998²²⁴. En effet, pour la première fois au Maroc, six ministères ont décidé de collaborer à la concrétisation et l'aboutissement de ce projet dont « le ministère des affaires culturelles, celui des Habous et des affaires islamiques, celui de l'artisanat, celui du tourisme et enfin celui de l'intérieur » (Chadli, 2007). La création de ce musée exprime une volonté partagée des secteurs public et privé de préserver une partie de l'identité culturelle marocaine. L'exposition est étalée sur les trois niveaux du bâtiment (figure 17).



Figure 17

« Le fondouk Nejjarine »

Le déploiement de l'exposition sur les trois niveaux du bâtiment Archives
Musée Nejjarine, 2024

les objectifs ayant présidé à l'avènement de cette création, la préservation du bois et les ouvrages de bois de tout acte de vandalisme, de destruction ou de trafic illicite par la mise en œuvre d'une stratégie de communication, capables de sensibiliser et de valoriser ce métier sensible et vulnérable aux yeux d'une population locale et nationale, de plus en plus sous l'influence et le charme de produits manufacturés souvent importés. Cette création muséale vise également la mise en évidence de spécificités culturelles liées au travail du bois,

²²⁴(Voir) le site officiel du musée Nejjarine : <http://www.nejjarine.co.ma>, site consulté le 15 avril 2024.

spécificités souvent invisibles. Autrement dit, il s'agit de faire de ce musée un lieu d'exposition de l'immatériel et permettre à ses visiteurs de découvrir tous les aspects intangibles liés au travail du bois : l'organisation socioprofessionnelles, les croyances, la mémoire, l'identité, etc.

Trois grands thèmes connus dans le travail et l'utilisation du bois au Maroc meublent l'exposition du musée Nejjarine : « le bois domestique, le bois d'architecture et le bois liturgique. Ces trois thèmes sont organisés selon un ensemble de sections. Les grands thèmes de l'exposition sont sectionnés en plusieurs sous-thèmes afin de mieux rendre compte de la diversité qui les caractérisent » (Chadli, 2007). Pour introduire ces différents thèmes, « un échantillon de troncs d'arbres, soigneusement découpés, et représentant les principales essences connues au Maroc (essences nobles) est présenté tout au début de la visite » (Chadli, 2007). Ainsi, un premier contact physique direct avec des bois à l'état brut permet aux visiteurs de sentir ce matériau, et même de le toucher. « Une carte y est affichée pour illustrer les différentes zones forestières à l'échelle nationale » (Chadli, 2007).



Figure18
«Partied'uneexposition»
Objetsdomestiques,ArchivesMuséeNejjarine,2024

La première, située au rez-de-chaussée du bâtiment, expose les différentes essences de bois utilisées et cultivées au Maroc, les outils de menuiserie, les bois domestiques dont les fonctions sont essentiellement liées à des actes de la vie quotidienne. Cette section « trouve son prolongement au premier étage où des coffres, jouets, mobiliers d'enfant et de mariée

sont exposés». ²²⁵Elle déploie toutes les techniques du décor reflétant les particularités artistiques des différentes régions du Maroc. «On y découvre des motifs géométriques, des arabesques complexes, des incrustations de bois précieux qui témoignent de l'ingéniosité des menuisiers marocains » (Chadli, 2007).

Le deuxième étage est dédié aux objets liturgiques islamiques, notamment des chapelets, du mobilier de culte collectif (minbars). Cette section expose également un échantillon d'instruments de musique traditionnelle ainsi qu'un ensemble d'armes anciennes, tous deux faisant usage du bois dans leur confection.

2. Les expositions au musée Nejjarine

Les expositions du musée montrent la mise en scène d'un patrimoine encore peu valorisé. En effet, il n'existe pas au Maroc, des musées spécialement dédiés aux métiers du bois. L'absence d'autres musées spécialisés dans ce domaine rend l'initiative de Nejjarine véritablement salutaire pour ce secteur des savoir-faire, à Fès et au Maroc.

Présentée de manière didactique et structurée selon une logique thématique, tout en prenant en compte des particularités techniques et décoratives liées à chaque thème, l'exposition procure aux différentes catégories des visiteurs une simplicité de lecture.

Chaque section de l'exposition est conçue de manière à assurer un effet de surprise à la fois par une technique de représentation particulière, ou par le choix des objets. Par exemple, «la première section de l'exposition est conçue selon une logique précise : elle part de la matière première, le bois, qui est à la base de toutes les collections exposées au Musée » (Chadli, 2007). L'aménagement d'une passerelle réservée aux différentes essences du bois au début de l'exposition reflète selon Mohammed Chadli, en dehors d'évidentes considérations méthodologiques, un souci éducatif. Il s'agit de montrer aux publics les étapes de transformations du bois et ses particularités. Les outils (2e thème de la section) viennent logiquement après le bois brut. C'est à travers eux que celui-ci connaît les premières transformations. Pourtant, «dans la catégorie des outils, il n'y a pas que ceux dont se servent les menuisiers, mais également un autre type d'outillage qu'utilisent d'autres artisans et que fabriquent pour eux les menuisiers (3e thème)» (Chadli, 2007). L'un des domaines où se déploie le bois de la manière la plus abondante est celui de la cuisine (4e thème). « La position dans l'exposition, des équipements ménagers, juste après les outils, s'explique par le

²²⁵(Voir) le site officiel du musée Nejjarine: <http://www.nejjarine.co.ma>, site consulté le 15 avril 2024.

fait que l'acte de subvenir aux besoins les plus naturels chez l'être humain, notamment se nourrir, vient avant tout autre chose, avant même peut-être de songer à se loger» (Chadli, 2007). Poursuivant sa présentation des considérations ayant présidé à l'organisation de l'exposition, le conservateur du musée précise à ce propos que « se loger signifie construire. Mais la construction va au-delà de la maison privée, englobant également les bâtiments civils, religieux, militaires... » (ibid), pour lesquelles l'architecture (5e thème) fait usage de matériaux divers notamment le bois. Ce cinquième thème de l'exposition met en lumière comment le bois est intégré dans différentes formes d'architecture, son importance historique.

«Les mosquées par exemple, présentent souvent des minbars et des portes sculptées en bois, témoignant de l'artisanat et de la spiritualité. Dans les constructions militaires, le bois a été utilisé non seulement pour sa disponibilité, mais aussi pour sa flexibilité et sa résistance dans la fabrication de portes fortifiées et de tours » (Chadli, 2007). Chaque type de bâtiment met en avant des techniques qui révèlent l'ingéniosité des artisans marocains notamment de la ville de Fès. Comment alors le bois est-il mis en scène au musée Nejjarine ?

3. Musée Nejjarine: Approche muséographique

Le musée Nejjarine se trouve confronté à un environnement plus grand et plus imposant en termes de richesse patrimoniale, mais aussi en termes de diversité des publics : celui de la Médina de Fès. Un environnement d'une telle ampleur dispose de tous les atouts plaidant en faveur d'un travail de contextualisation des collections du musée. Il s'agit donc au sein du musée Nejjarine, de montrer toutes les particularités de ce travail artisanal, de reproduire l'environnement caractérisant les métiers du bois.

Toutefois, l'installation du musée au sein d'un fondouk a exigé un effort d'adaptation des collections à ces locaux totalement uniformes. Le concepteur de l'exposition explique la scénographie qui a été adoptée (Chadli, 2007.). Trois techniques muséographiques ont été employées, à savoir les vitrines, les espaces muraux et le sol. Mais, disait-il, «l'utilisation de telle ou telle technique de présentation a été conçue de manière à garantir à l'exposition une certaine variété susceptible d'amoindrir les effets de monotonie et de lassitude que pourrait engendrer, chez le public, la contemplation de choses fixes » (ibid). En règle générale, explique-t-il, «les objets de petites formes ainsi que ceux nécessitant des mesures particulières de sécurité (les armes en l'occurrence) sont exposés à l'intérieur de trois types de vitrines conçues selon leur tailles. Les espaces muraux sont, en général, réservés aux objets

de formes assez grandes, surtout le bois d'architecture et le mobilier domestique. La présentation des objets au sol n'est désignée que pour les objets de très grandes dimensions particulièrement les chaises de mariées, les tables de cordonniers, etc. » (ibid).

Décrivantsadémarchescénographique,leconcepteurdel'expositionexpliqueque «l'exposition au musée Nejjarine est présentée de manière fluide. La disposition d'ensembleamis en évidenceunedémarche évolutiveallant du plus simpleau plus élaborétant au niveau des fonctions que des décors. S'articulant sur un ensemble d'étapes, l'exposition a permis à la fois de mieux concrétiser l'approche thématique globale de départ tout en assurant une bonne illustration des particularités techniques et artistiques liées à chaque catégorie d'objets » (Chadli, 2007). Par ailleurs, des lacunes existent sur le plan muséographique. Comme nous l'avons mentionné, le bâtiment abritant le musée Nejjarine a été conçu au départ, pour être un entrepôt et non un musée; nous considérons donc que certains objets sont exposés d'unefaçon qui ne répond pas aux normes muséographiques. Certaines pièces précieuses ne bénéficient pas d'éclairage en raison des limitations spatiales.

De plus, certains textes de l'exposition sont écrits sur fond transparent et qui à cause du reflet de l'éclairage sur la vitrine, empêche la bonne visibilité de l'écriture. Enfin, «l'absence de panneaux explicatifs détaillés peut laisser certains visiteurs en quête d'informations. Les visiteurs découvrent l'espace sans être réellement attiré par le texte » (Chadli, 2007). Ce dernier, par son positionnement et son manque de visibilité se montre moins captivant. Selon le responsable du musée, les descriptions et explications, bien que potentiellement riches en informations, ne parviennent pas à retenir l'attention des visiteurs qui préfèrent souvent se concentrer sur les objets exposés.

4. LetauxdefréquentationaumuséeNejjarine

Malgré le positionnement stratégique du musée Nejjarine (au centre de la médina de Fès), il ne parvient, selon les statistiques du musée, à attirer qu'environ 50.000 visiteurs par an dont la plupart sont des touristes. Les publics nationaux et locaux ne représentent qu'une minorité seulement.

L'exemple du musée Nejjarine, ainsi que celui de Pierre Bergé, illustre bien comment ces institutions privées spécialisées se sont transformées en des destinations touristiques importantes au Maroc. Cependant, quoique les deux musées bénéficient des mêmes mesures de financement et de gestion, ils accusent une différence au plan de l'attraction des publics (50 000 pour Nejjarine et 300 000 pour Pierre Bergé). Est-ce alors une question d'absence de figure emblématique (comme Pierre Bergé) au musée Nejjarine, ou bien une question de déficit de médiation et de communication ?

5. LemuséeNejjarine: entreabsenced'émblèmeetdéfisde communication

Le musée Nejjarine fait face à plusieurs défis notamment en termes de médiation et de communication. L'absence d'une figure emblématique comme Pierre Bergé pourrait expliquer pourquoi Nejjarine est en manque au plan de la fréquentation. A Nejjarine, et selon le responsable du musée, «les véritables figures emblématiques sont les artisans; c'est leurs compétences en termes de savoir-faire qui donnent vie au musée» (Chadli, 2007). Pourtant, Nejjarine ne valorise pas assez ses collections. Le manque de panneaux explicatifs limite la compréhension des visiteurs et leur assimilation du discours. Nejjarine souffre d'un grand manque de médiation, ce qui entrave sa capacité à transmettre ses messages. Le musée dispose d'un site web officiel qui n'est désormais jamais à jour. Ce site n'offre pas de possibilités d'échange avec les publics.

Cette absence de mise à jour et de fonctionnalités interactives limite l'accès à l'information, mais également la possibilité d'attirer les publics. Ces derniers, sont découragés par le manque d'engagement que pourrait offrir un site web. Ils n'ont pas accès aux dernières nouveautés, sur les expositions, ce qui diminue leur intérêt à visiter le musée. «L'absence de mises à jour régulières et de possibilités d'échange renforce aussi l'image d'un musée statique, peu en phase avec les attentes des visiteurs modernes qui cherchent des expériences culturelles et interactives » (Chadli, 2007). Actuellement, le manque de guides formés à l'accompagnement des visiteurs au musée Nejjarine contribue à une expérience peu

engageante. Par ailleurs, selon le responsable du musée, l'absence d'expositions temporaires réduit la dynamique du musée. Les expositions temporaires et les événements culturels, attirent de nouveaux visiteurs et fidélisent ceux qui sont déjà venus. «L'absence de dynamisme et de nouveauté au musée Nejjarine entrave sa capacité à attirer et à retenir les visiteurs. Ce manque de renouvellement des expositions et d'initiatives innovantes donne l'impression d'un musée statique, déconnecté des attentes contemporaines des publics » (Chadli, 2007).

6. Un aperçu des visiteurs du musée

Origine géographique

Le musée Nejjarine attire principalement des touristes (87%), dont les profils varient en fonction de l'origine géographique, l'âge, les motivations, et la fréquence de visites. La plupart des visiteurs du musée viennent principalement d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Asie. Les visiteurs européens constituent la majorité des touristes au musée Nejjarine. Parmi eux, on observe une forte représentation des pays comme la France, l'Espagne, l'Allemagne et le Royaume-Uni. Ces visiteurs sont souvent attirés par la richesse historique et culturelle de la médina de Fès, ainsi que par l'artisanat traditionnel marocain. Leur intérêt de découvrir et des cultures différentes, fait leur visite au musée.

Les touristes nord-américains, principalement des États-Unis et du Canada, forment également un pourcentage significatif des visiteurs. Leurs motivations ressemblent à celles des Européens, avec un fort intérêt pour l'histoire, la culture et l'artisanat marocain. De plus, ces visiteurs cherchent à maximiser leur expérience culturelle en explorant des sites patrimoniaux comme le musée Nejjarine. Les visiteurs asiatiques, notamment ceux en provenance du Japon, de la Chine et de la Corée du Sud, montrent également de l'intérêt pour le patrimoine marocain. «L'attrait pour le musée Nejjarine peut être attribué à une fascination pour les traditions artisanales et les histoires culturelles du Maroc. Les touristes sont souvent curieux de comparer les techniques et les styles artistiques marocains à ceux de leur propre culture, ce qui enrichit leur expérience de visite » (Chadli, 2007).

Age et motivation

Les profils d'âge des visiteurs du musée Nejjarine sont divers. On y trouve des jeunes souvent âgés de 18 à 35 ans, attirés par l'idée de vivre des expériences authentiques et immersives. Ils cherchent à approfondir leurs connaissances sur les cultures et à enrichir leur compréhension du monde.

Les familles constituent également une part importante des visiteurs. Celles-ci recherchent des activités éducatives pour les enfants. Les parents notamment touristes voient dans les musées une opportunité de transmettre des valeurs culturelles et historiques à leurs enfants. Ces visites sont souvent planifiées dans le cadre de vacances ou de sorties culturelles.

Les plus âgés principalement les touristes, montrent un intérêt marqué pour l'histoire et la culture. Souvent retraités, ils ont de plus de temps pour voyager ou pour participer à activités culturelles. Leur motivation principale est la découverte d'espaces culturels et historiques. Ils apprécient les musées comme des lieux offrant une perspective détaillée sur le patrimoine local.

Les motivations principales des touristes, comme l'affirme le conservateur du musée incluent la découverte de la culture marocaine. Ils sont particulièrement intéressés par la médina de Fès, par les ruelles pittoresques, les souks, et les monuments historiques. Les touristes cherchent à découvrir les techniques artisanales comme le travail du bois, la céramique, le textile, qui sont magnifiquement représentées au musée Nejjarine.

Toutefois, la population nationale et locale se montre faiblement présente au musée environ (5%). Cette population, à l'inverse des touristes, estime avoir déjà une bonne connaissance de sa culture, elle ne s'aperçoit pas de l'intérêt de visiter un musée qui présente des objets familiers. Selon Chadli, l'idée de familiarité rend le musée moins attrayant pour les publics, car ils pensent ne rien apprendre de nouveau. Cette perception de familiarité parmi la population locale présente un défi important pour le musée Nejjarine. Ce dernier, peut introduire des éléments qui attirent les publics. Pour comprendre la nature des publics au musée et afin de confirmer nos observations, il est essentiel d'étudier les attentes des publics, leur besoin par rapport au musée et aux expositions.

7. Questionnaire: résultat et analyses des données

Les données du questionnaire montrent que la plupart des visiteurs du musée Nejjarine 87% (261 personnes) sont des touristes de la catégorie d'âge (50 à 65 ans). Les jeunes de 18 à 35 ans, constituent 30 % (90 personnes) de notre échantillon, tandis que la catégorie enfant est de 20 % (60 personnes). Selon notre échantillon, les visiteurs du musée Nejjarine exercent des professions souvent dans les domaines suivants : recherche, art, ingénierie, fonctions publiques, etc. Les professions indiquent clairement que la plupart des visiteurs sont des professionnels issus des classes sociales moyennes à élevées, intéressés par les aspects éducatifs, artistiques et patrimoniaux du musée. La population locale de Fès ne constitue désormais que 3% des visiteurs (9 personnes). Les résultats du questionnaire montrent ainsi une dominance de touristes internationaux et de professionnels issus des classes moyennes à aisées.

Deuxième axe: le musée Nejjarine

Comment avez-vous connu le musée Nejjarine ?

La majorité des visiteurs 95 % (285 personnes) principalement les touristes étrangers ont découvert le musée Nejjarine (souvent dans le cadre de visite touristique guidés), plutôt que par le biais des médias ou des réseaux sociaux. Le musée dispose d'une seule page officielle sur le web, qui offre des informations de base telles que les horaires d'ouverture et des détails sur les expositions et les espaces disponibles. Cependant, cette page n'est pas mise à jour et est très peu consultée par le public.

Comment se passe votre visite ?

Les visites au musée Nejjarine se font souvent en couple, en famille ou entre amis. Les visiteurs individuels constituent un pourcentage de 25% (75 personnes), suivis des visites en famille 20% (60 personnes) et entre amis 13% (39 personnes). Les visites en couple, quant à elles, représentent 32 % (96 personnes). Ces chiffres montrent que le musée est principalement un lieu de découverte, où les visiteurs préfèrent partager l'expérience avec leurs proches.

Avez-vous déjà visité le musée?

Une grande partie des visiteurs 91 % (273 personnes), déclarent visiter le musée pour la première fois. En conséquence, la plupart des visiteurs ne sont pas des publics fidèles, ce qui indique que le musée attire surtout des personnes curieuses de découvrir ses richesses culturelles pour la première fois.

Pourquoi visitez-vous le musée

La majorité des visiteurs 95 % (285 personnes) visitent le musée pour découvrir l'histoire de l'artisanat de bois, un aspect essentiel et fascinant du patrimoine culturel marocain. Attirés par la médina, les publics découvrent soit à travers des guides touristiques ou soit par le bouche-à-oreille, notamment grâce aux recommandations d'autres voyageurs ou de locaux, l'existence du musée

Le troisième axe: appréciation des visiteurs

L'appréciation des visiteurs du musée Nejjarine révèle plusieurs lacunes à surmonter pour améliorer l'engagement et la fidélisation du public. Une grande majorité des visiteurs, bien que satisfaits de leur expérience, ne reviennent pas régulièrement. En outre, la plupart des visiteurs découvrent le musée par curiosité, souvent lors de leur première visite à Fès. Ils apprécient généralement les contenus exposés. Lors de leur visite, les visiteurs adoptent différents comportements: Ils prennent le temps de lire les descriptions souvent discutant entre eux des détails fascinants des techniques artisanales et des histoires associées aux objets exposés.

Qu'avez-vous ressenti lors de votre première visite?

De nombreux publics 75% (225 personnes) ressentent un sentiment d'émerveillement. En découvrant le musée Nejjarine, les visiteurs principalement les touristes sont impressionnés par l'architecture de l'espace et la richesse des collections. Certains visiteurs nationaux peuvent ressentir une sensation de retour au passé. Ce sentiment est souvent déclenché par les récits captivants du conservateur qui contribuent à éveiller des souvenirs et chez les visiteurs.

Commentaires sur le Livre d'Or

Les commentaires laissés sur le livre d'ordure musée offrent un aperçu des réactions des visiteurs. Beaucoup expriment leur gratitude pour l'expérience qu'ils ont vécue. Certains témoignages soulignent l'importance de la conservation de l'histoire marocaine, tout en félicitant le musée pour sa mission. Certains commentaires typiques incluent des phrases comme : « Merci pour cette expérience enrichissante, le musée est une véritable source de savoir » ou encore « J'ai appris tant de choses extraordinaire sur l'artisanat marocain ». Les visiteurs sont également touchés par les efforts du musée pour préserver et valoriser le patrimoine marocain. Beaucoup reconnaissent l'importance de ces initiatives : « Une belle initiative pour préserver l'héritage marocain », « Merci de nous faire découvrir ces trésors ». Certains visiteurs proposent des améliorations pour renforcer la protection des collections. Ils suggèrent d'introduire l'interactivité, comme l'intégration des NTIC ou des ateliers pratiques : « Les collections sont belles, mais il faudrait créer des ateliers où l'on peut essayer les techniques artisanales ou des dispositifs multimédias ».

Malgré l'appréciation générale du musée Nejjarine, la population locale de Fès, en particulier la catégorie populaire, se montre à nouveau absente. En étudiant les préférences des Marocains, notamment de la population locale de Fès, il devient clair que l'exposition et la conservation du patrimoine de la médina ne suffisent pas. Tout d'abord, la population locale, en particulier les catégories moyenne et populaire, ont des attentes et des besoins spécifiques en matière de loisirs et de culture. « Ils recherchent des espaces qui ne sont pas seulement informatifs, mais aussi interactifs et engageants. Les musées traditionnels, tels que Nejjarine, avec leurs expositions statiques, peuvent parfois sembler austères et ne répondent pas toujours à l'envie de dynamisme et d'interaction des visiteurs locaux » (Chadli, 2007).

La population locale de Fès n'est en effet pas contre l'idée de musée, souhaitent des visites plus vivantes et engageantes. De plus, l'exposition du patrimoine de la médina doit faire face à la concurrence d'autres formes de divertissement et d'activités sociales que la population locale trouve plus accessibles et attractives. « Les festivals, les marchés, les cafés et les espaces publics sont souvent préférés car ils offrent une atmosphère conviviale et communautaire que les musées ont parfois du mal à reproduire » (ibid). Ces lieux permettent également aux habitants de se détendre et de socialiser de manière informelle, ce qui est un aspect important de leur choix d'activités de loisirs.

Un constat majeur est que les habitants de Fès recherchent des expériences culturelles qui permettent non seulement d'apprendre, mais aussi de participer activement. Les musées, avec leurs présentations et manque d'interactivité, peuvent sembler déconnectés de cette attente. Les visiteurs locaux veulent être impliqués dans des activités qui leur permettent d'interagir avec les objets exposés. De plus, les préférences des différentes catégories socio-économiques doivent être prises en compte. Les catégories moyenne et populaire, notamment, préfèrent souvent des espaces qui sont perçus comme accueillants. Les espaces de loisirs populaires comme les marchés, les festivals et les lieux qui offrent une atmosphère conviviale et dynamique. Ces lieux permettent selon les propos du conservateur, de créer des liens sociaux et d'offrir une expérience de détente que les musées ne parviennent pas toujours à égaler.

En étudiant les préférences des marocains, Nejjarine a compris que pour amener les publics au musée, il faudrait d'abord répondre à leurs préférences culturelles. Cela signifie qu'il est nécessaire de prendre en compte les attentes des habitants qui recherchent des expériences socialement enrichissantes. Les visiteurs potentiels, ou non-publics, qui n'ont pas encore été séduits par le musée, attendent une offre culturelle qui leur parle directement et qui s'intègre naturellement dans leur mode de vie. Le musée Nejjarine tend à devenir un lieu vivant et dynamique, capable de rivaliser avec les autres espaces de loisirs populaires. L'intégration d'événements au musée peut jouer un rôle clé dans cette transformation.

8. Vers un modèle d'intégration des non-publics

Le musée Nejjarine perçoit l'événement comme un outil indispensable à l'animation du musée, de la médina, à leur dynamisme et rayonnement. Selon Chadli, le musée adopte une politique fondée sur l'action culturelle en vue de fidéliser ses publics et d'attirer les non-publics. L'événement culturel peut à travers la médiation que le musée propose, attirer un public éloigné de la culture et du musée. Il se caractérise par sa capacité d'attraction et d'encouragement à la visite. Nejjarine a donc compris que pour amener les publics, notamment non-initiés au musée, il lui faudrait répondre à leurs besoins et intérêts. Ce n'est forcément pas l'objectif de tous les musées au Maroc et qui ne pensent souvent qu'à augmenter leur nombre de fréquentations.

Le musée Nejjarine cherche à égaliser les publics en évitant toutes formes de distinctions pouvant avoir lieu au musée. Pour cet objectif, l'institution est amenée à bien

cadre ses messages, ses contenus, à renouveler sa politique culturelle afin de toucher le large public principalement la population locale de la Médina de Fès. Comment Nejjarine a introduit la notion d'événement culturel au musée ? Par quel moyen ? Et quel est l'impact des séries d'événements qu'organise le musée sur les publics ?

9. L'événementiel au Nejjarine: une nouvelle forme d'initiation des non-publics

Le musée Nejjarine organise des événements culturels et artistiques dans le but d'attirer, d'abord le public national et local et de créer une rencontre entre ce public et les formes d'expressions culturelles qu'il propose. Pour l'institution, l'événement culturel permet en même temps de faciliter l'accessibilité et l'initiation à la culture.

L'événement à Nejjarine est une expérience muséale particulière, qui est moins reproductible ailleurs (dans les autres musées nationaux et notamment à Fès). Le fait d'être exceptionnel forge également la réputation du musée. Il peut à la fois valoriser l'image de l'institution, de la médina de Fès, faire partie d'un programme de démocratisation de la culture servant de modèle pour les autres institutions culturelles. L'événement au musée Nejjarine prend selon Chadli, racine dans un souci d'ouverture et d'accessibilité. Il représente l'incursion de nouvelles disciplines au musée, notamment tout ce qui touche aux loisirs et aux divertissements (performance musicale, chant, débats...). Il s'agit de médiations issues de disciplines artistiques, qui reflètent l'initiative du musée de se renouveler et de se rapprocher des publics qui y trouvent une excuse pour venir au musée. Ces derniers, peuvent y écouter de la musique par exemple. L'intérêt n'est donc pas que culturel mais réside dans le désir de rassembler les populations autour d'événements culturels. C'est cette dimension sociale qui enrichit l'expérience muséale, faisant du musée Nejjarine un lieu de partage, d'apprentissage et de plaisir.

Depuis son ouverture, ce musée a pu organiser un ensemble d'activités variées : des conférences, des colloques, des séminaires, des visites thématiques, des reportages, des réceptions ... 109 manifestations culturelles, dont 43 à l'intérieur du musée et 66 à l'extérieur. Nejjarine organise momentanément des lectures d'ouvrages, célèbre chaque année l'événement « journée internationale des musées » et participe parfois aux festivités organisées dans le cadre du festival des « musiques sacrées du monde ». Lors de ces activités,

on tient à présenter à chaque fois au public, une sélection des collections du musée mais hors vitrines pour mieux profiter de l'ambiance de fête (figure 19).



Figure19
«Explicationsduconservateur» Musée
Nejjarine à Fès, 2024.

Ici la parole est donnée aux publics, toutes catégories confondues, pour commenter les objets présentés dans l'objectif de susciter l'intérêt des uns et des autres par rapport à tel ou tel objet. Ce n'est pas la vérité historique ou autre qui importe à ce moment-là, mais l'interprétation que les gens se font des objets muséaux. Des fois les interprétations sont inattendues: comme cette jeune élève de 9 ans qui prend un objet de mémorisation du coran pour un rouge à lèvres (figure 20).



Figure20

«Participationdesenfantsaumusée »
MuséeNejjarineàFès,2024

10. Le«nocturne» :unenouvelleexpérience muséale

Le musée Nejjarine s'est mis depuis quelques années à explorer la dimension nocturne pour voir ses effets sur l'affluence des publics locaux, mais aussi des touristes. Au départ, l'expérience a démarré avec l'événement « nuit des musées» qu'organise la Fondation Nationale des Musées, pour devenir par la suite une sorte de tradition. En effet, le musée a organisé avec d'autres partenaires locaux et étrangers, la nuit, un important festival international sur le thème de la nuit. Pour la première fois un colloque est destiné à ce sujet à l'échelle internationale.

Curieusement, on a découvert que lorsque le musée est ouvert la nuit il impacte la vie danslamédina.Lesgens sedéplacentdepartout desquartiers avoisinants.Lestouristesàleur tour découvrent une autre dimension de la médina qu'ils sont incapables de voir le jour. Il est vrai que, de nuit, la médina se métamorphose. Mais le fait que le musée soit au centre de ce changement lui procure une certaine visibilité chez les populations.

Malgré que cette expérience soit encore au stade de l'expérimentation, elle a démontré combien la nuit, comme cadre temporel à l'action culturel et même au tourisme, longtemps négligé dans les politiques culturelles des musées, pourrait être bénéfique à l'amélioration de l'image de ces derniers auprès des populations, locales ou étrangères. Par ailleurs, animé la nuit, le musée sort du circuit des visites traditionnelles.

Mais dans le cas précis de Nejjarine, les manifestations nocturnes ont permis aux populations de redécouvrir, au-delà du musée, l'espace médinal, comme lieu convivial de visite et de rencontre. Cette expérience a démontré qu'il est vrai que «la nuit, représente le temps de la découverte, de ce qui est autre, de ce que le jour ne permet pas. La vie nocturne permet de renforcer cette image dynamique qui déclenche un sentiment de curiosité chez les publics» (Bouilliez, 2020: 78).L'événement nocturne organisé par le musée Nejjarine, est donc investi d'une puissance d'attraction qui favorise le tourisme de la médina, mais qui répond aussi à un besoin de la population locale à avoir accès à des activités de plus en plus originales.

On pourrait donc dire que l'événement nocturne au musée Nejjarine, permet de donner une autre signification à la visite du musée et de le présenter sous une autre « nuit ». La visite nocturne permet, certes, aux publics d'effectuer une sortie en groupe, mais elle leur offre aussi une expérience plus rassurante et réconfortante pour les visiteurs qui ne sont pas habitués à fréquenter la médina et les musées. Nous pouvons dire qu'effectivement l'expérience de la visite nocturne a permis au musée Nejjarine de répondre à un besoin d'accessibilité²²⁶ chez les populations, parce que dans l'imaginaire collectif, «un musée ouvert la nuit évoque un moment de détente singulier, plus intimiste et conviviale » (Boucher et Frazer, 2023 : 226) et investie le musée d'un pouvoir particulier : il le rend plus accessible, modifie son image auprès des publics, attire davantage plus de visiteurs notamment locaux. Là où les expositions temporaires, ateliers ou dispositifs permettent aux musées de manifester leurs missions dans un but d'attraction des publics, l'événement nocturne permet d'atteindre des objectifs que ces processus de médiation ne peuvent pas atteindre. Cet événement est capable de transformer la relation que le musée entretient avec les publics en la rendant plus conviviale et plus familière. A travers les programmes des veillées culturelles qu'il propose, le musée Nejjarine a pu humaniser les rapports entre les différentes catégories des publics. Au-delà du

²²⁶Les événements nocturnes dans les musées, permettent de pallier le problème du « manque de temps » si souvent mentionné comme obstacle à la visite. « Elle est une stratégie efficace pour surmonter les barrières temporelles à la visite des musées, en offrant des horaires flexibles qui s'adaptent aux rythmes de vie contemporains » (Boucher, 2023 : 289). Elle contribue également à démocratiser l'accès à la culture et à renforcer le rôle des musées en tant qu'espaces de vie sociale et d'apprentissage. L'accessibilité financière se comprend dans la gratuité du musée à l'occasion de ces soirées, permettant aux publics de visiter l'espace sans devoir rien payer.

programme dit scientifique des rencontres, les manifestations donnent lieu à des animations artistiques accessibles à tout le monde : la musique (figure 21).



Figure 21

«Événement musical»

Musée Nejjarine à Fès, Photographie © Halima Arrassi, 2024.

Un autre élément important : la restauration sur place. Mais il convient de souligner l'introduction d'une démarche de médiation culturelle qui consistait à «utiliser» les enfants des familles présentes dans l'animation des soirées (figure 21). Y-a-t-il un autre moyen susceptible d'intéresser les familles aux programmes des veillées culturelles et artistiques plus performant et convainquant que cela ?

Nous pouvons dire avec Mathilde Bouilliez que «le contexte particulier qu'est celui de la nuit est aussi l'occasion pour les musées d'être perçus sous un autre angle, de proposer des activités plus éclectiques » (Bouilliez, 2020 : 80). Mais nous ajoutons à cela que la manière d'animer les nuits des musées est aussi cruciale que les événements qui peuvent y avoir lieu. En effet, les rencontres nocturnes ne sont pas une particularité de Nejjarine. Mais ce dernier se distingue par la nature des débats qu'il propose et le cadre artistique et joyeux qui les accompagne: les spectacles de musique cadrent les débats sur des sujets d'importance actuelle auxquels participent, à côté d'universitaires et de professionnels du patrimoine, des gens simples.

11. Le Nejjarine comme espace festif et participatif

Nejjarine tend par ses événements, à créer une symbiose entre les cultures populaire et savante et les publics de différentes catégories. La musique est l'élément rassembleur et

fédérateur des publics; et comme disait Laurie Hanquinet « la musique offre (...) un point d'accroche différent aux contenus exposés aux musées. Elle brise la solennité du lieu, et permet aux personnes qui ont un rapport plus distendu à la culture de sentir qu'elles y sont à leur place» (2014: 319). Ce malaxage des genres culturels et cette dimension festive permettent finalement de toucher un public plus vaste. Serions-nous en présence d'une des clés capables de faire venir les marocains au musée : la délectation qu'assurent le nocturne et festif? ²²⁷ S'il est vrai que les musées au Maroc et dans le monde, craignent leur transformation en parc d'attraction²²⁸ et ne doivent pas dépasser certaines limites, en gardant leur aspect scientifique et leur valeur savante, le musée Nejjarine essaie de transgresser ces frontières et ses craintes. Pour devenir attractif, sans pour autant perdre sa valeur scientifique ou patrimoniale, il ose introduire l'élément festif, tout simplement parce qu'il a compris que la participation que procure l'événementiel, permet aux publics de s'approprier la culture, de s'initier au musée, de sortir de la zone de publics éloignés pour devenir des visiteurs habituels.

Autrement dit, l'expérience a montré que l'événementiel permet de transformer l'image du musée, considérée, jusqu'à un passé récent, comme une institution réservée aux élites, la désacralise, la rend populaire, ouverte et dynamique. Quel est le secret derrière ce virement de politique des publics à Nejjarine ? Nos enquêtes de terrain sur place et nos entretiens avec le conservateur du musée nous ont révélé une méthodologie de travail simple basée sur ce qu'on appelle la « recherche-action ». Nous avons pu également nous renseigner et plus profondément sur cette démarche méthodologique auprès du conservateur de ce musée lors des cours de muséologie, de communication et de médiation culturelle, auxquels nous assistions et qu'il prodiguait à l'Institut National des Sciences de l'Archéologie et du Patrimoine. Cette démarche considère que les solutions des problèmes sont à chercher

²²⁷En effet, la musique associée au nocturne permet « d'embrasser totalement la fonction de divertissement, si difficile à intégrer aux musées. Associer l'événement nocturne au musée, implique un choc de deux mondes qui sont considérés comme opposés. Le musée comme lieu de culture, de connaissance, de contenus scientifiques, s'oppose à l'événementiel, à la festivité, au nocturne » (Hanquinet, 2014 : 322).

²²⁸La notion de divertissement fait en quelque sorte craindre les musées, car pour les responsables, l'institution doit s'accrocher à ses valeurs scientifiques traditionnelles, elle doit garder certaines limites. La crainte de rendre le musée une scène de spectacle, fait que beaucoup de responsables ne s'engagent pas dans cette démarche. Pour éviter ce piège, l'événement Nejjarine a été conçu sur mesure pour l'institution, en relation avec son identité, son message et sa collection. Il maintient des objectifs pédagogiques clairs et garde une règle éthique. Le musée, bien qu'il favorise une dimension ludique, garde un discours scientifique solide qui reflète la nature historique et patrimoniale de ce lieu.

dans la pratique et au moment de la pratique quotidienne sans omettre les théories nécessaires et compatibles avec telle ou telle situation.

2. Appréciations des publics et apports de l'événement

Pour répondre à ces interrogations, nous avons privilégié l'observation participante, durant laquelle nous engagé des conversations avec certains visiteurs du musée Nejjarine lors de la manifestation « nuit des musées ». À travers nos observations et entretiens avec certains participants, nous avons pu constater un fait important : le lieu et ses caractéristiques architecturales attirent fortement les publics et les visiteurs sont motivés par l'ambiance de l'espace et l'animation qui s'y déroule. Cependant une question se pose : et l'objet muséal : qu'advient-il dans cette ambiance festive ?

On sait que de nombreux chercheurs en Europe critiquent l'événement muséal et émettent des réserves quant à l'introduction de la dimension festive. A cet égard, Krauss par exemple, affirme qu'à cause de l'événementiel, « la fonction muséale est reléguée à l'arrière-plan : les collections sont moins au cœur du musée, dont la mission de transmission des savoirs s'efface » (Krauss, 2023 : 267). La critique de Krauss souligne également « le risque de commercialisation, où la valeur éducative est remplacée par la valeur de divertissement, transformant potentiellement les musées en espaces de consommation culturelle plutôt qu'en lieux de savoir » (Krauss, 2023 : 267-268). Il met en garde contre une dilution de l'identité des musées, « où la course à l'événementiel pourrait éclipser leur rôle en tant que gardiens du patrimoine et intermédiaires entre le passé et le présent » (Krauss, 2023 : 267).

Or, nos entretiens avec les visiteurs du musée Nejjarine dévoilent le contraire. L'événement comme dispositif médiatique n'est qu'un dévoilement des potentialités de l'objet. Un professeur de français, présent lors de la soirée, affirme à ce sujet : « J'ai beaucoup aimé la soirée, elle allie le divertissement à la culture. La visite est très amusante, car elle crée une complicité avec les autres publics et nous implique dans la visite de l'exposition. C'est ma première visite au musée Nejjarine. J'ai pu grâce à cette soirée découvrir le musée, son architecture, et ses contenus. Je me suis senti plus familier et pas un intrus »²²⁹. On retrouve dans ce témoignage certains éléments intéressants qui corroborent la démarche de démocratisation culturelle mise en place par ce musée et à démarche festive. Deux autres

²²⁹Entretien avec Mohammed Miftah, professeur de français présent lors de l'événement, le jeudi 22 juin 2023.

femmes nous ont répondu ainsi : « On vient de découvrir le musée, l'ambiance nocturne, les lumières dévoilent la beauté architecturale du lieu. La musique rend l'espace joyeux et familier... ». Un responsable du service des archives du Royaume, présent lui aussi, affirme :

« Le musée ne réussira sa mission éducative que s'il transmet l'art, comme une énergie vive qui défie les conventions et expression de liberté. Il s'agit d'opérer une activation des objets exposés au prisme du contexte contemporain. Cette démarche vise à revivifier l'objet muséal par l'événement, le sortir de sa torpeur, le montrer sous une nouvelle image ».²³⁰

Ce témoignage révèle que l'occasion festive permet de mettre la lumière sur le musée et ses contenus. Il met donc en cause les théories de certains chercheurs occidentaux, qui affirment le contraire. Par ailleurs, nous avons posé des questions sur la forme de sociabilité que procure la soirée aux visiteurs :

Êtes-vous venu (e) seul (e), en couple ou accompagné(e) ? Est-ce votre première visite au musée ? Les réponses dévoilent que la plupart des publics viennent en groupe d'amis et en familles. Elles montrent également que la majorité des visiteurs ne connaissait pas le musée et que c'est leur première visite. D'autres visiteurs affirment retourner au musée en cas de nouveaux événements ou activités. L'événementiel est conçu pour fidéliser les publics, les attirer. Il permet d'inscrire une relation d'attachement envers l'institution. Les visiteurs du musée Nejjarine apprécient ce type de spectacle, ils ont donc envie d'y retourner une fois l'occasion le permettait. La plupart des visiteurs déclarent avoir apprécié la sortie et l'ambiance nocturne dans la médina.

C'est ce qu'affirme, par ailleurs, une autre catégorie de chercheurs occidentaux : la nuit devient peu à peu « un territoire d'investigation, de créativité et d'expérimentation » (Hanquinet, 2014: 319). En effet, l'observation directe nous a montré que les festivités et la dimension nocturne peuvent procurer au musée une certaine ambiance, qui pourrait attirer les publics notamment ceux non-initiés.

Cependant, si l'événement peut être un moyen pour dynamiser le musée et attirer les non-publics, il ne constitue pas une solution suffisante. En effet, l'introduction de l'événementiel n'est souvent que saisonnière et ne peut répondre régulièrement aux attentes des publics. Pour répondre à ce défi, le responsable du musée Nejjarine a envisagé d'autres

²³⁰Entretien avec Abdelaziz Mohtari, responsable du service des archives du Royaume présent lors de l'événement, le jeudi 22 juin 2023.

formes de musées plus capables d'intégrer la population locale. Il a ainsi opté pour un projet de «musée éclaté» à Fès, et qui consiste à décentraliser les collections et les activités du musée en les répartissant dans divers lieux de la ville.

13. Vers une nouvelle forme muséale d'intégration des publics : le «musée éclaté»²³¹à

Fès

La particularité de la Médina de Fès, la diversité de ses savoir-faire invitent à la mise en place de nouveaux espaces capables de mettre en valeur ses réalités et développer ses potentialités. Notamment par la création d'un réseau de musées à thèmes que le responsable du musée Nejjarine a qualifié de « musée éclaté ».

Le concept de musée éclaté repose sur « l'idée d'intégrer le patrimoine culturel dans le tissu urbain et la vie quotidienne des habitants. Cela permet de rendre les collections accessibles à un plus large public et de créer des interactions plus fréquentes et informelles avec le patrimoine» (Chadli, 2015: 187). En disséminant les expositions et les activités culturelles dans différents quartiers de la médina, le musée éclaté vise à toucher des publics qui ne se rendraient pas au musée. Cette approche permet également de « diversifier les expériences offertes, en s'adaptant aux spécificités et aux besoins de chaque quartier. Un tel réseau devrait avoir un important impact sur certains secteurs vitaux de la Médina de Fès. Il permettrait de réaliser l'unité et l'articulation toujours sacrifiées ente culture traditionnelle vivante et musée » (Chadli, 2015 : 187).

L'une des priorités du musée éclaté est « de redéfinir la démarche muséologique adoptée jusqu'ici au Maroc et à Fès en particulier. Cette nouvelle approche devrait permettre non seulement de préserver le patrimoine de la Medina, mais appellerait également au développement de pratique de médiation culturelle et interculturelle » (Chadli, 2015,201). Le concepteur musée prévoit qu'une telle pratique permet de voir naitredifférents emplois créant ainsi des opportunités économiques et sociales importantes pour la communauté locale. Une partieimportanteduprojetdemuséeéclatéseraitliéeàl'organisationd'ateliersartisansaux.

«Cesatelierspermettraientauxvisiteursdedécouvrir etde s'initier auxtechniquesartisansales

²³¹ MohammedChadli,« LemuséeNejjarineetsonenvironnement :lanaissanceduprojetd'un« musée éclaté», in « Qualité, traitement et restauration du bois, applications en artisanat », Fondation de la Mosquée Hassan II, Casablanca, novembre 2015, pp. 185-204.

locales, telles que la menuiserie, la céramique, la broderie, et bien d'autres. En apprenant directement des artisans expérimentés, les participants peuvent non seulement acquérir de nouvelles compétences, mais aussi développer une appréciation plus profonde pour l'artisanat traditionnel et son importance culturelle» (Chadli, 2015,202). Ces initiatives éducatives sont complétées par des résidences de création pour les artisans.

En offrant des espaces où les artisans peuvent travailler et créer, le musée éclaté devient un centre de créativité et d'innovation artisanale. «Les résidences permettent aux artisans de perfectionner leurs techniques, d'explorer de nouvelles formes d'expression artistique et de collaborer avec d'autres créateurs » (Chadli, 2015, 201). Ces échanges enrichissent les expériences des visiteurs. De plus, «la mise en place de ces ateliers et résidences de création contribue à la préservation et à la transmission des savoir-faire traditionnels. En intégrant les artisans locaux dans les activités du musée, le projet soutient l'économie locale et renforce les liens entre les générations ». (Chadli, 2015,202). Les jeunes artisans peuvent bénéficier de l'expertise des maîtres artisans, assurant ainsi leur adaptation aux exigences contemporaines.

Les ateliers artisanaux et les résidences de création offrent également des opportunités d'engagement communautaire. Selon Chadli, les habitants de Fès peuvent participer à ces activités en tant que bénévoles ou participants, créant ainsi un sentiment de fierté et de responsabilité collective envers le patrimoine local. De plus, « les produits créés lors de ces ateliers peuvent être exposés et vendus dans le cadre du musée, générant ainsi des revenus supplémentaires pour les artisans et contribuant à la viabilité économique du projet » (Chadli, 2015,203). Le musée éclaté peut ainsi jouer un rôle crucial dans la revitalisation des quartiers en créant des opportunités économiques. La particularité de musée éclaté est « qu'il dépasse les limites d'un fonctionnement interne. La vocation touristique de la Medina confère à ce réseau muséal thématique une dimension plus large. Venant renforcer la dimension proprement culturelle du tourisme, ce musée a thème entrent directement dans toute une dynamique interculturelle qu'ils peuvent à la fois susciter, développer et incarner » (Chadli, 2015: 204). Sans doute ce genre de musée nécessite un cadre et un espace précis d'accueil. Une connaissance approfondie du tissu urbain de la médina et des particularités des publics.

«Ce genre de musée interconnecté, va permettre d'envisager des mesures de mise en valeur la

culture et le patrimoine marocains tout en profitant de la dynamique qui les caractérise à savoir le tourisme culturel » (Chadli, 2015 : 204).

Ainsi, l'introduction de l'événementiel et le rapprochement du musée vers la population locale notamment dans le cadre du projet de musée éclaté marquent des étapes cruciales vers une démocratisation culturelle notamment dans la ville de Fès. L'événementiel au musée Nejjarine a démontré son efficacité pour attirer un public varié et initier de nouveaux visiteurs à l'univers du patrimoine artisanal marocain.²³² En organisant des événements spéciaux le musée a réussi à créer une dynamique qui permet de briser l'image parfois austère des musées traditionnels et de les transformer en lieux vivants et animés, accessibles à tous.²³³ Toutefois, bien que l'événementiel soit un outil puissant pour dynamiser le musée Nejjarine et attirer les non-publics, il ne constitue pas une solution unique et permanente. «Le projet de musée éclaté à Fès représente une alternative innovante et prometteuse, permettant de rapprocher le patrimoine culturel des citoyens et de créer des interactions plus fréquentes et significatives » (Chadli, 2015, 203). Cette approche participative et décentralisée permet selon Chadli, de démocratiser l'accès à la culture et de redéfinir la démarche muséologique, répondant ainsi de manière plus inclusive et pertinente aux attentes des publics et notamment de la population locale de Fès.

²³²L'ensemble de personnes interrogées affirme que l'événementiel est « un merveilleux outil pédagogique, offrant au musée une image d'ouverture et d'accessibilité ». On reconnaît aussi l'apport de l'événement, sa valeur d'instruction, de promotion, et qui répond aux attentes et aux besoins des publics.

²³³Il est important de souligner que le Nejjarine n'a pas encore atteint l'idéal muséal. Il existe encore des lacunes notamment au niveau de la conservation, de présentation des collections, ainsi qu'aux moyens de communication. Le Nejjarine n'a pas encore de dispositif numérique, de même qu'il ne communique pas ses événements. La politique de l'événementiel, peut être un moyen pertinent pour attirer les non-publics, mais elle doit être accompagnée d'une bonne gestion d'espace, de contenu et d'une bonne communication.

Conclusion

Si cet effort de dynamisme vise spécifiquement à intégrer un public jeune, cela incite ainsi le reste de la population à pénétrer au musée. L'événement représente une occasion de pousser les portes de l'institution : lors de nos entretiens avec les visiteurs du musée Nejjarine, une partie du public déclare que, en l'absence d'une telle opportunité, il ne serait jamais venu au musée. Selon nos entretiens, c'est grâce à l'événement que le musée a pu attirer un public non habitué, qui découvre le musée pour la première fois (voir l'entretien dans l'annexe E). L'événement permet d'attirer de nouveaux visiteurs, un défi constant pour les musées. Pour les familles, ayant des enfants en bas âge, ces animations sont intéressantes, car elles rendent la visite moins ennuyeuse pour les enfants, il est donc plus pratique de les amener pour faire une visite. De plus, l'événement est de nature pédagogique, notamment pour cette catégorie de public. Les enfants peuvent s'informer, s'initier au musée, participer, montrer leurs talents, mais également exprimer leurs avis. Cette catégorie est alors fortement représentée et reconnue au musée. L'événement offre une série d'arguments positifs pour venir visiter le musée : une occasion originale, et une ambiance festive.

Nejjarine «place la question de l'accès à la culture au centre de ses préoccupations, avec, outre un prix d'entrée démocratique, et des propositions artistiques inclusives. Il réunit dans son événement, les identités multiples provenant de milieux socio-économiques variés» (Chadli, 2015: 207). Il offre une scène où différentes cultures et traditions sont présentées favorisant le respect entre les visiteurs de différents milieux. Le musée souhaite intégrer les divers publics, principalement la population de la médina. En proposant la culture sous un angle différent. Ainsi, l'événement nocturne peut procurer au musée une nouvelle image.

Nejjarine est en évolution constante, il tend progressivement à augmenter son nombre de fréquentations en attirant une population locale et nationale qu'internationale. Aujourd'hui, grâce à la nouvelle politique du musée, l'institution a pu s'ouvrir sur un public local notamment et national. Selon Chadli, l'événement en tant que nouveau concept au musée crée une forme de motivation à la visite, qui peut être sociale, symbolique, éducative, etc. Il permet aussi au musée de gagner en visibilité au moment où il permet aux publics de se renseigner sur ses contenus et sa vocation. N'oublions pas de souligner un autre facteur dont profite le musée Nejjarine pour bien organiser ses rencontres nocturnes : la beauté du bâtiment qui abrite ses collections : le fondouk Nejjarine restauré et réaménagé. Cet édifice donne

l'impression et même la certitude à ses visiteurs que les lieux du patrimoine peuvent devenir, une fois bien exploités, des lieux de culture, mais aussi de rassemblement, d'échange et de joie partagée.

Chapitre VII

PublicsetmuséesauMaroc:synthèseet évaluation

Introduction

Comme nous l'avons vu à travers les cinq cas d'étude, la question des publics des musées au Maroc est un sujet passionnant mais compliqué. Passionnant parce qu'il touche à des domaines disciplinaires fort variés : le patrimoine, la culture, la psychologie, la sociologie, l'anthropologie, les représentations sociales, la communication, la médiation culturelle etc. Compliqué, parce qu'il concerne des catégories de population, cognitivement et socialement hétérogènes et ayant des rapports compliqués avec l'institution muséale. Ces rapports n'ont jamais fait, par ailleurs, l'objet d'étude. Nous avons essayé de comprendre à travers notre recherche, et à la lumière de notre problématique, les raisons qui poussent les marocains à fréquenter ou à se désintéresser des musées.

Comme nous l'avons vu, à l'échelle des pays occidentaux plusieurs écrits ont été produits au sujet des rapports entre le public dans ces pays et leurs institutions muséales. Au Maroc le problème ne se pose même pas. En dehors de certains professionnels des musées et du patrimoine, ce sujet ne fait pas encore débat.

Il est de commun accord que cette institution a été imposée aux marocains depuis la période du protectorat. « Durant plus d'un siècle, plus tard, elle ne s'est adressée à eux que de manière aléatoire, sans tenir compte de leurs différences, leurs particularités et leurs attentes » (Chadli, 2007). En effet lorsqu'on considère la démarche adoptée par ces musées ainsi que leurs approches du patrimoine marocain, on voit bien le décalage entre ce qu'ils proposent comme contenus aux publics et la manière dont ces derniers le réceptionnent.

Il ne s'agit pas simplement de certains contenus qui dépassent les niveaux de compréhension des publics marocains, comme c'est le cas par exemple dans les musées occidentaux,²³⁴ mais d'une réalité plus complexe à soubassements socioculturelle. Faute d'avoir été prise en compte, cette réalité continue à hanter l'histoire et la réalité des musées au Maroc. La preuve en est que seulement 5% des marocains fréquentent aujourd'hui les musées et que la quasi-totalité sont des touristes étrangers. Nous l'avons bien confirmé dans notre étude de terrain, l'institution muséale au Maroc fait autant l'intérêt des touristes, des publics aisés et intellectuels. La population locale de catégorie moyenne et populaire se montre

²³⁴ Ainsi que le soulignaient Mairesse et Barrère : « Parfois, les musées négligent certaines catégories de publics, en mettant en place des contenus, qui dépassent leur niveau de compréhension » (Mairesse et Barrère, 2015 : 80-81).

absente, désintéressée par le musée privilégiant en parallèle d'autres espaces culturels et artistiques. Les musées au Maroc ont affiché la volonté de « dompter » le public marocain, mais en vain. Nous avons vu également dans notre étude de terrain que les musées avaient essayé de surmonter l'absentéisme des marocains et à quel point leurs tentatives n'avaient pas vraiment abouti malgré le déploiement de techniques de communication des plus modernes (à titre d'exemple, le musée Dar Jamai : Chapitre IV). Parce l'offre culturelle que proposent les musées aux publics marocains ne tient guère compte de leurs besoins et leurs attentes, ces institutions sont restées en dehors de leurs préoccupations. Le problème n'est pas que technique, mais de nature socioculturelle et en quelque sorte philosophique. Comment un musée au Maroc pourra-t-il prétendre intéresser un public qu'il ne connaît pas ? Faire venir le public marocain au musée suppose une connaissance préalable de ses habitudes et ses pratiques culturelles concernant précisément ses attentes en matière d'animation culturelle, de spectacle et ce qui en découle en termes de convivialité. Le débat reste encore ouvert, et l'on continue à se demander quels musées pour quels publics au Maroc ?

1. Les modalités d'approche de la connaissance des publics marocains

Au Maroc, l'intérêt pour les publics de la culture est très récent. L'absence d'une stratégie raisonnée, d'études sur les pratiques culturelles des marocains est flagrante²³⁵. Cela pourrait être dû à plusieurs facteurs, tels que le manque de financement pour la recherche dans les sciences sociales, la priorité donnée à d'autres domaines de recherche, ou encore la difficulté d'accès à des données fiables et représentatives. Ainsi, face à une littérature limitée et aux contours disciplinaires, assez flous, la notion de public au Maroc se montre toujours comme une énigme, comme un sujet en manque de transparence.

Pour connaître leurs publics, la plupart des musées au Maroc se basent sur le système de billetterie, pour procéder à l'exploration des données de fréquentation : il s'agit notamment de données quantitatives, qui ne produisent que quelques connaissances rudimentaires des publics, sans aucun détail sur leurs caractéristiques, leurs comportements, ou leurs réactions. Ces musées focalisent leur attention sur les flux de fréquentations plutôt que sur les publics en soi (voir musée Dar Jamai: Chapitre IV). Certains musées peuvent se contenter de petites enquêtes de satisfaction pour obtenir des données sur les appréciations des visiteurs et non sur leurs profils ou attentes (voir musée Pierre Bergé, chapitre III).

D'autres musées²³⁶ utilisent des questionnaires pour connaître leurs publics. En vérifiant les données recueillies, nous avons constaté que l'objectif était de collecter des chiffres sur le taux de fréquentation et non sur les aspirations des visiteurs, dans une optique managériale et non en termes d'intérêts ou d'attentes.

Les recherches visant une production de connaissances qualitatives sur les publics, telles que les études de réceptions, de motivations à la visite, de préférences, ou des ressentis des visiteurs, sont presque absentes. Les musées au Maroc, à l'inverse de ceux d'Occident, ignorent presque tout sur leurs publics ; une réalité qui selon Chadli, retarde plus ou moins, le développement de leurs démarches inclusives, et limite leur audience. De plus, la plupart des musées au Maroc, mettent en place des discours homogènes, qui s'adressent aux visiteurs de

²³⁵Comme nous l'avons précédemment mentionné, la seule recherche ayant traité la question des publics au Maroc est celle qui a été menée par Mohammed Chadli, *Musée et médiation du patrimoine : la création du musée Nejjarine à Fès*, thèse de doctorat soutenue à l'Université de Nice Sophia-Antipolis, 19 décembre 2007. En cours de publication.

²³⁶Nous avons analysé les méthodes de connaissance des publics dans certains musées au Maroc, dont le musée de la photographie, de l'art contemporain Mohammed VI à Rabat, ainsi que les musées ayant fait l'objet de nos études de cas.

façon uniforme, sans se rendre compte de leur niveau de compréhension, particularités ou attentes. Les publics marocains ont des capacités intellectuelles distinctes, qui varient selon leur environnement, leurs niveaux d'éducation ou de formation (voir chapitre VII).

2. Les publics au Maroc: une diversité culturelle et catégorique

Classes supérieures et publics instruits

Comment comprendre les aspirations des diverses catégories des publics au Maroc et déterminer leurs centres d'intérêt ? La réponse à cette question permet de définir les préférences culturelles des marocains, en général, et de saisir les raisons du désintérêt qu'ils affichent à l'égard de l'institution muséale, en particulier. Ainsi, comme l'affirment nos études de cas, il existe diverses catégories de publics, de niveaux socioculturels distincts. Chaque catégorie a ses propres pratiques culturelles. Par exemple, les publics de classe supérieure, ou ceux ayant un haut niveau de scolarité, ont plus tendance à visiter les musées. Cette catégorie considère l'institution muséale comme un espace de rencontre et d'échange entre initiés et un outil qui renforce la notoriété de ces derniers et les distingue des classes moyennes et inférieures.

La plupart des publics de classe supérieure ou instruite, qui ont pris l'habitude de visiter les lieux de culture, ont pu acquérir un privilège les disposant, en quelques sortes, à se familiariser plus aisément avec les discours muséaux. Ces publics sont facilement repérables aux musées: ils prennent du temps à lire les textes, apprécient ou critiquent les contenus exposés; ils échangent souvent avec les responsables des musées, et éprouvent de l'intérêt pour les expositions. Ce sont ces mêmes catégories qui achètent, à des prix parfois exorbitants, des tableaux d'artistes de renommée comme ceux de Belkahia, El Glaoui ou autres. Le musée, l'art, et la culture, sont pour cette catégorie un outil de frime sociale qui procure un sentiment de supériorité sans qu'il soit forcément considéré comme une forme d'expression ou de créativité. Ceci, peut parfois conduire à une certaine instrumentalisation de la culture. Pour certains, l'engagement dans ces domaines peut être motivé par le désir d'afficher un statut social ou de distinction plutôt que par une appréciation sincère ou un intérêt pour la créativité et l'expression artistique.

D'autres publics de classe supérieure au Maroc, créent de petits musées privés. Ce type d'institutions, souvent dépourvues de conditions de conservation, semble être conçu à des fins de démonstration et non de protection du patrimoine. Ce qui peut parfois refléter selon

les propos de Chadli, une approche de l'art et du patrimoine axée sur le prestige et l'exclusivité. Pour ces individus, posséder des objets d'art ou des pièces de patrimoine peut être un moyen d'afficher leur statut social et leur richesse, autrement dit et selon l'expression de Jean Baudrillard, l'amour de l'art deviendrait une forme d'« exposant social ». Cependant, cette vision peut omettre la valeur culturelle, historique et émotionnelle des objets du patrimoine. Par ailleurs, pour la plupart des intellectuels instruits, l'art est une sorte d'énigme, ayant des codes difficilement déchiffrables. Le musée représente parfois pour ces catégories de public, un espace idéal pour entamer une réflexion sur des sujets variés, ou pour discuter des questions de l'heure.

L'intérêt des publics intellectuels pour les musées, renvoie en premier lieu au rôle de la famille et de l'école. L'éducation est importante, dans le sens où elle oriente leur intérêt et renforce leur appréciation des lieux de culture. Les publics habitués à la culture muséale sont donc plus motivés à visiter le musée que leurs compatriotes des non-initiés. Ils sont souvent plus enclins à rechercher des expériences muséales, car ils peuvent y trouver une source de plaisir intellectuel et esthétique.

Les publics de catégories moyennes et populaires

Au Maroc, les publics de catégorie moyenne s'intéressent peu à l'institution muséale. Certains, ignorent l'utilité et parfois même l'existence de cette institution qu'ils considèrent comme un espace inhabituel et dont la raison d'être échappe à leur entendement. Cette catégorie de public ne manque pas forcément d'instruction générale, mais elle est par contre dépourvue d'une éducation muséale. Le refus du musée n'est donc pas motivé par le manque de moyens matériels, mais relève de l'habitus, comme disait Bourdieu. Des termes, comme public éloigné, empêché, exclu, stigmatisé, fragilisé... sont employés pour désigner cette réalité. Cependant la terminologie utilisée renvoie à des situations disparates. Dès fois elle fait référence à des personnes qui aimeraient assister à des expositions, mais dont la situation financière, l'état de santé ou l'absence de moyens de déplacement ne le permettent pas ; ou à une catégorie de personnes de niveau de formation moyen qui les empêche de fréquenter les lieux de culture; ou même des catégories d'adolescents, de jeunes, d'adultes ayant un handicap physique ou mental quelconque ou dépourvus tout simplement de moyens matériels adéquats. Tant de facteurs qui constituent des barrières significatives à l'accès à la culture.

Du côté des musées étudiés, l'on constate le manque d'une politique d'intégration de ces catégories socioprofessionnelles sous forme de programmes éducatifs ciblés, de tarifs réduits ou même de visites gratuites, de facilité d'accès, et de manque de contenus muséaux à chaque fois renouvelés en fonction des besoins exprimés par les différentes catégories des publics. Mais on note aussi le manque d'études concernant le public des musées qui laissent les actions des musées en décalage par rapports aux attentes de ces derniers. Et l'on peut se demander justement pourquoi les marocains s'intéressent-ils aux manifestations populaires telles qu'elles s'actualisent dans des places célèbres sous forme de théâtre en plein air et refusent d'adhérer à cette forme institutionnalisée de la culture qu'est le musée ?

Il convient, par ailleurs, de se demander pourquoi il y a une affluence vers cette même institution quand elle aborde des thématiques précises ayant un rapport avec les préoccupations des populations ? Ces deux interrogations amènent nécessairement à une troisième question: le mal est-il dans le musée en tant qu'institution ou dans les contenus qu'elle propose? Nous l'avons bien constaté, lorsque le musée aborde une thématique dont le contenu intéresse les marocains, comme celui de l'exposition du musée de la « Sira », ces derniers se mobilisent manifestement (Voir musée de la « Sira », chapitre II).

Espaces «hors murs» et publics au Maroc: diagnostic d'une rencontre

Les espaces de manifestations populaires théâtralisés au Maroc, en l'occurrence la pratique de la «Halqa», génèrent une forte affluence des publics. Avec ce genre d'espaces publics les marocains entretiennent un rapport de complicité. En effet se sont des espaces que l'on dirait actifs, mobilisateurs, rassembleurs, où les rencontres de tout genre s'actualisent²³⁷. Étudier ces espaces signifie étudier les rapports entre les populations, et les lieux en question. Ces liens, comme l'affirme Bouilliez, peuvent être aussi bien physiques (comportement, réaction, humeur), que sociaux (faire face aux autres). Il paraît alors essentiel de prendre appui sur des disciplines relevant des sciences humaines, telles que la sociologie ou encore la psychologie de la perception afin d'appréhender ces liens. Ainsi, il nous a semblé pertinent d'examiner les relations constitutives de l'espace à travers les manifestations qui s'y déroulent dont la nature et l'intensité pourraient se présenter différemment d'un lieu à l'autre, qu'il soit citadin ou rural. En ville, les créations, qu'elles soient musicales, théâtrales, plastiques, etc., se manifestent sous diverses formes.

Ce genre de «spectacle de rue», comme on l'appelle en occident s'insère aisément dans la vie urbaine. Les manifestations qui s'y déroulent « perturbent et rompent la routine des habitants, offrant ainsi des moments de surprise et de réflexion » (Bouilliez, 2020 : 42). Ces actions artistiques, en tant qu'événement perturbateur du quotidien familial, peuvent selon l'auteur, transformer l'ordinaire de la ville et des citoyens. «Elles peuvent rendre possible une perception et offrir une prise de conscience et une expérience » (Bouilliez, 2020: 44). Les spectacles de rue, comme à la place Jamaa El Fena, bousculent l'habituel et activent les capacités d'adaptation des publics. Ces derniers, sont conduits à réagir dans un espace singulier, à avoir un autre usage de l'espace en adoptant un comportement nouveau, ne serait-ce qu'au moment du spectacle. En travaillant dans ces espaces, les « artistes » de rue entretiennent des rapports avec les publics, tout en leur permettant de participer aux scènes proposées, d'échanger, de dévoiler leurs talents. Les actions artistiques proposées font ressortir alors les compétences des publics, elles mettent aussi en lumière les compétences

²³⁷ Les spectacles de rue, comme à la place Jamaa El Fena, bousculent l'habituel et activent les capacités d'adaptation des publics. Ces derniers, sont conduits à réagir dans un espace singulier, à avoir un autre usage de l'espace, et à adopter un autre comportement, au moins au moment du spectacle. En travaillant dans ces espaces, les artistes de rue entretiennent des rapports avec les publics. Ils permettent à ces derniers, de participer à leurs scènes proposées, d'échanger, de dévoiler leurs talents.

propres aux «artistes». L'on remarque que les publics marocains de classe moyenne et populaire, plus particulièrement, apprécient fortement ce genre d'espaces et les divertissements qu'ils procurent.

De par la nature et les contenus des événements qui s'y déroulent, l'espace lui-même se métamorphose en un lieu perturbateur du quotidien qui participe au bouleversement de son rythme et ses pratiques. Ainsi quedisaitFrançoiseDasture, lesspectaclesderueprovoquent «en quelque sorte un arrachement aux perceptions et aux représentations routinières, déstabilise l'expérience du quotidien, du vécu ordinaire», (2011: 171). Ces événements peuvent faire apparaître différemment l'espace, et créent des rapports sociaux singuliers. Pour Mélanie Boucher et Marie Fraser, «l'événement questionne l'environnement et les relations sociales qui s'y développent. Il offre une expérience exceptionnelle, qui perturbe l'ordinaire, le banal du quotidien » (2023 : 172).

Contrairementàcela, l'espacequereprésentel'institutionmuséale, particulièrementau Maroc, se distingue par son état figé, dépourvu de dynamisme et en manque, par conséquent, de chaleur humaine. Raison pour laquelle cet espace ne déclenche chez le public marocain aucune envie d'aller le visiter. Pire encore, il le considère comme un espace banal qui se contente de présenter des objets familiers en usant d'un discours scientifique destiné à une élite et où se jouent des rapports sociaux imbus de frime et de stigmatisation sociale. A l'inverse des espaces culturels, les musées au Maroc procèdent à une forme de distinction des publics, car les discours qu'ils proposent, ne sont compris que par les publics instruits et n'offrent que très peu de possibilité d'interactions et de participations de leur part. Par contre ces mêmes publics se reconnaissent et se retrouvent aisément dans des événements ayant un caractère festif.

3. Impact de la gratuité sur les publics

La question de la gratuité au Maroc, n'est posée qu'en termes de fréquentation. En revanche, aucune étude n'a été faite pour comprendre les représentations que les marocains ont de cette question. Pourquoi, donc, malgré le système de gratuité adopté par certains musées les marocains ne les fréquentent que très peu ?

Selon nos observations sur place et nos entretiens, les publics au Maroc se font des représentations différentielles de la gratuité, qui varient selon leurs niveaux de vie et d'instruction. Par exemple, pour les visiteurs initiés ou habitués au musée, la gratuité peut paraître comme « un intérêt en soi, comme un droit » (Grelet, 2010: 129). L'intérêt de cette catégorie pour la culture n'est pas forcément influencé par le prix d'entrée ou la gratuité. Ces catégories peuvent visiter le musée même lorsque la visite est payante. «La gratuité est secondaire dans la réalisation d'un projet de visite et ne pourrait être considérée comme vecteur essentiel» (2010 : 130). Cette catégorie pourrait ne pas considérer la gratuité comme un critère de motivation, au moment où d'autres catégories peuvent selon Grelet, percevoir une visite gratuite comme une « bonne affaire », «une opportunité leur permettant de découvrir un contenu, parfois sans même en être intéressé ; pour le plaisir » (Grelet, 2010: 129). Mais pour certains, se trouvant dans des conditions d'éloignement géographique, ayant des empêchements quelconques ou accusant une absence d'intérêt absolue pour le musée, la question de la gratuité pourrait paraître d'un certain intérêt.

Du côté de certains chercheurs et professionnels des musées, la gratuité se pose différemment. Certains pensent que « si l'entrée est gratuite, certains visiteurs peuvent ne pas percevoir la visite comme une expérience précieuse ou enrichissante. Cela peut conduire à une moindre appréciation des œuvres exposées et à une tendance à ne pas explorer le musée en profondeur» (Zollinger, 1993). La gratuité pourrait alors constituer un risque de dévalorisation et une banalisation des musées et pourrait même introduire un doute sur la valeur de l'institution: «ce qui est gratuit, peut-être sans valeur» (Zollinger, 1993). C'est le sentiment que partagent aussi certains marocains. La gratuité pourrait être associée à une mauvaise qualité de services tant au niveau de l'accueil, de l'information, des équipements, etc. Comme nous l'avons déjà vu dans les études de terrains, quoique les musées proposent des journées de visites gratuites, la plupart des publics ne visitent pas ces structures, elles sont plus visitées par les touristes que par les marocains. Ces derniers, comme mentionné, sont

plutôt attiré par des lieux dynamiques donnant lieu à des festivités et se montre souvent prêt à payer des droits d'entrée si chers qu'ils soient. Cela, montre que la politique de gratuité dans les musées marocains n'a pas réellement un impact sur les publics.

4. Démocratisation et démocratie culturelle au Maroc : une expérience décevante ?

Comme nous l'avons précédemment mentionné, ²³⁸la notion de démocratisation culturelle signifie d'accorder aux publics une facilité d'accès à la culture. Quant à la démocratie, elle offre aux visiteurs la possibilité de s'exprimer au musée, d'être acteur de leurs propres expériences. Nous l'avons bien constaté, la politique officielle du Maroc de rénover les musées, d'en ouvrir d'autres en vue d'y faire venir le public, n'a pas vraiment abouti. Le public marocain ne méprise pas en fait l'institution muséale, mais ne comprend pratiquement pas à quoi elle sert puisqu'il se trouve incapable de comprendre le message. Il est clair que ce qu'on appelle « politique de démocratisation culturelle », qui consiste à faciliter l'accès du public à la culture, n'a pas vraiment réussi à réduire les inégalités en matière de pratiques culturelles. Nous ne donnons comme preuve que le pourcentage de 5 % des marocains qui visitent aujourd'hui les musées. Ce qui explique que la solution du problème ne peut aucunement se présenter en terme quantitatif, mais se joue plutôt sur le plan de la socialisation, notamment en matière d'éducation au patrimoine et à la culture sous ses diverses formes et contenus.

Comme cela se passe ailleurs, seule une éducation intégrant les musées dans les parcours scolaires est en mesure de créer de nouvelles tendances vis-à-vis des différentes formes d'institutions et d'actions culturelles et plus particulièrement les musées. ²³⁹

²³⁸Voir le cadre conceptuel de la recherche.

²³⁹Sans une éducation sur les musées et leur importance dans la société, les marocains auront du mal à comprendre les contenus présentés par ces institutions, et ne seront en mesure d'interpréter leur message. Cela entraînera des visiteurs-spectateurs et non des acteurs de contenu, ce qui prouve également que les musées au Maroc sont loin d'atteindre des objectifs de démocratie culturelle. Cette situation met en évidence la nécessité d'une transformation de la politique culturelle marocaine en passant par une approche passive à une approche interactive mettant en avant l'engagement actif des publics.

Conclusion générale

Le travail de recherche que nous avons mené et comme l'indique son intitulé « les musées au Maroc et leurs publics : d'une situation de non-rencontre à une forme de relation inclusive » s'est concentré sur l'étude de la relation entre les diverses catégories de publics et l'institution muséale au Maroc. Nous avons été guidés dans cette étude par une problématique de recherche où nous nous sommes interrogés, d'une part, sur les raisons qui poussent les marocains, durant plus d'un siècle, à ignorer l'institution muséale et, d'autre part sur l'efficacité des mesures de rénovation des musées existants et l'ouverture de nouveaux musées par la Fondation Nationale des Musées, depuis 2011, en termes de conciliation des populations locales avec cette institution.

A propos de cette situation de non-rencontre entre le public et les musées marocains nous avons énoncé un certain nombre d'hypothèses susceptibles de nous guider dans notre travail d'investigation. L'une des hypothèses stipule que le taux de fréquentation des musées insignifiant par les marocains, pourrait être expliqué par le fait que l'institution muséale est une création coloniale incompatible, par la nature de ses expositions (objets utilitaires) et les lieux où elles sont exposées, (bâtiments officiels symbolisant le pouvoir), avec les préoccupations culturelles des marocains. L'autre hypothèse tente d'expliquer cette situation de non-rencontre par le manque, chez les marocains, d'une véritable éducation aux choses de la culture et de l'art en général et des musées en particulier. Et en troisième lieu nous avons avancé que les habitudes culturelles et artistiques des marocains ne concordent pas avec les politiques culturelles des musées. C'est-à-dire qu'au moment où ces derniers célèbrent la contemplation des choses « mortes » à travers le regard visuel habitué et averti, l'œil des marocains marque, quant à lui, une forte préférence pour les choses de la culture en mouvement, où les objets du patrimoine n'ont de valeur que lorsqu'ils dégagent une forte charge symbolique ou s'actualisent dans des situations de rencontres ou de fête ; c'est-à-dire lorsqu'ils s'inscrivent dans un contexte socialement marqué plutôt que dans des attitudes contemplatives.

Une fois ces deux grands piliers de la recherche définis, nous nous sommes penchés sur la définition des contextes historiques, politiques et idéologiques de la l'importation de l'institution muséale au Maroc et ses évolutions ultérieures notamment au moment de l'Indépendance et après la création de la Fondation Nationale des Musées. Nous avons pu remarquer alors que l'institution muséale a connu plusieurs étapes de son évolution : la phase

de la naissance dans les trois premières décennies (1912-1945), la phase du changement de mission (1945-1956), la phase de l'Indépendance (1956-1911) et la phase actuelle qui commence de 1911.

Chacune de ces différentes phases a été marquée par des politiques muséales différentes en harmonie avec les stratégies et les objectifs qui caractérisaient chacune d'elles. Que nous avons essayé de mettre en évidence à travers une démarche méthodologique à la fois qualitative, quantitative et participative.

Mais l'approche de la question du rapport entre le musée et le public au Maroc impose impérativement le recours à l'étude de certaines théories et notions, notamment celle de musée, de public, de culture, de patrimoine, de représentations sociales et de valeur patrimoniale. Elle nous a amené, par ailleurs, à étudier ce que l'on peut appeler le volet pratique de notre sujet d'étude, en l'occurrence les questions d'organisation des musées, leurs modes de gestion, la muséographie dans ses différents aspects, la question du sens de l'exposition, la réception des publics, l'évolution des politiques culturelles (de l'action culturelle à la médiation culturelle, en passant par la démocratisation et la démocratie culturelles). Le courant de la nouvelle muséologie nous a également intéressé en raison de son impact décisif quant à l'amélioration de l'image du musée en occident et la redéfinition de ses missions en tant qu'institution au service de la société principalement, tel que l'a adopté l'ICOM dans ses résolutions successives.

D'autres théories liées à notre sujet d'étude, ont été également abordées comme celle de musée et société, de l'approche anthropologique, de cultural studies, de politique d'intégration et d'inclusion des publics ainsi que celle de communication et d'information.

Ces différentes notions et théories ont été choisies pour leur intérêt propédeutique comme éléments de connaissance indispensables à la compréhension et au traitement de notre sujet de recherche et à l'analyse de nos observations de terrain. Un terrain reflétant cinq expériences différentes mais représentatives de la pratique muséale marocaine.

Il s'agit de deux musées nationaux sous la tutelle de la Fondation Nationale des Musées, et deux autres appartenant à deux fondations privées, créés et présidés l'une par un marocain, l'autre par un français. La troisième expérience est une exposition temporaire à longue durée. A travers le choix de ces exemples, répondant fondamentalement au thème et à l'objet de la problématique de notre recherche, nous avons essayé de comprendre, d'une part,

cette situation de non-rencontre qui entache la relation entre les Marocains et leurs musées et, d'autre part, de réfléchir sur les possibilités de renverser cette situation séculaire et de mettre au point une institution muséale au service des populations locales, de leur culture, de leur patrimoine et répondant à leurs préoccupations les plus chères et les plus intimes et de rompre avec une tradition qui a réduit le musée à un simple accessoire touristique au service des étrangers.

L'étude de terrain que nous avons menée sur cet échantillon de musées nous a révélé que le problème réside dans la considération et le respect des aspirations de la population marocaine, de ses centres d'intérêt : bref de sa propre culture et des représentations sociales qu'elle se fait de la notion de culture et du sens qu'elle donne à la pratique culturelle. Nous avons pu alors comprendre pourquoi seule une minorité de Marocains fréquente les musées et pourquoi ces institutions importées, qui sont essentiellement une création coloniale à des fins politico-idéologiques, ne servent plus à rien et que leur transformation et leur adaptation aux intérêts nouveaux des Marocains est indispensable.

Nos investigations de terrain nous ont montré que les modes de manifestations coloniales ne sont pas compatibles avec les attentes des Marocains et répondent nullement à leurs préoccupations essentielles. Contempler des objets fixes enfermés dans des vitrines ne pourrait jamais constituer chez le Marocain un motif de visite. L'objet muséal pour lui n'a de valeur que lorsqu'il déclenche chez lui des sentiments ; que quand il est conçu dans le cadre d'un événement qui a du sens pour lui. L'objet statique, à lui seul ne saurait du coup l'intéresser même avec l'usage, parfois excessif et acharné, des moyens techniques modernes d'illustration. Nous l'avons constaté dans les musées nationaux : malgré les transformations radicales dont ils ont fait l'objet, ces derniers n'ont purement et simplement profité qu'aux étrangers qui parviennent plus aisément à contextualiser des expositions jadis statiques. Les Marocains, après une première visite, n'éprouvent pas vraiment le besoin de revenir les voir. Il est maintenant clair que le changement de musée généraliste aux musées spécialisés n'a pas résolu la question de l'absentéisme des Marocains (voir chapitre VII).

Dans le but d'évaluer la pertinence de la démarche de la spécialisation, nous avons mené des investigations sur d'autres modèles de musées spécialisés mais relevant du secteur privé. Dans les deux musées choisis, nous nous sommes parvenu aux mêmes résultats constatés dans les musées publics. Cependant, en raison de la flexibilité et la liberté de

gestion relative dont bénéficient ces musées, nous avons pu mesurer l'impact de certaines innovations introduites sur l'intérêt du public marocain. En effet, les activités extra-muséales que proposent ces deux musées (Nejjarine et Pierre Berger), ont engendré une sorte d'appréciation positive des populations locales sur l'utilité du musée (voir chapitre III et VI, partie III). De cela, nous avons pu conclure que ce n'est pas la valeur esthétique ou historique des expositions ou les techniques de monstration, si modernes qu'elles soient, qui parviendront à intéresser le public marocain au musée mais c'est le degré de représentativité de ce dernier de leurs préoccupations.

Le premier terrain, par contre était pour nous un exemple révélateur de ce qu'attendent les marocains: le musée de la « Sira » (voir chapitre II, partie III). Celui-ci est parvenu, à l'aide de la thématique choisie et des moyens d'illustration adoptés touché profondément les sentiments des marocains parce qu'il concerne leur vie religieuse et spirituelle. Le flux des visites enregistrées reflète l'intérêt qui lui a été témoigné par les marocains, venus des quatre coins du pays. Cette nouvelle expérience nous a révélé que les marocains pourront s'intéresser au musée lorsque celui aura un sens pour eux. Mais comment trouver ce sens ?

En cherchant des pistes pour une nouvelle perspective de recherches dans ce sens, nous avons évoqué une réflexion avancée à ce sujet, celle de « musée éclaté ». Telle qu'elle fut présentée par son initiateur (voir chapitre VI, partie III), cette formule insiste sur la question de la proximité de l'institution muséale des populations, proximité à la fois topographique et culturelle, afin de mettre en place une forme de musée représentatif des intérêts des gens tout en leur permettant de s'y exprimer et « s'exposer » dans le cadre d'une approche démocratique.

En nous inscrivant dans cette optique muséale de proximité, nous considérons qu'un musée inclusif est celui qui invite la population en allant vers elle. En inversant l'itinéraire de visite le musée parviendra un jour à sortir de l'état de l'existence par la force à l'état de l'existence par l'action, comme disait le philosophe Aristote.

Bibliographie

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M.** (2017). *Dialectique de la Raison*, Paris, Gallimard.
- Adande, J.** (2007). Le musée, un concept à réinventer en Afrique. *Africultures*, 70(51), 122. Paris, Africultures.
- Audoynaud, A.** (2015). *L'Afrique d'aujourd'hui: Paroles d'Africains*, Paris, L'Hamattan.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M.** (2017). *Dialectique de la Raison*, Paris, Gallimard.
- Amahan, A., & Cambazard-Amahan, C.** (1999). *Arrêts sur sites : Le patrimoine culturel marocain*, Casablanca, Le Fenned.
- Anderson, G.** (2002). *Reinventing the Museum: Historical and Contemporary Perspectives on the Paradigm Shift*. Lanham, AltaMira Press.
- Ancel, P., & Pessin, A.** (2004). *Les non-publics: les arts en réceptions*, Paris, L'Harmattan.
- Aoudia, H.** (2018). « La fabrication du musée d'art marocain: l'œuvre de Prosper Ricard. » *Année du Maghreb*, 19(37), 37. Paris, Panthéon Sorbonne.
- Appiah, K. A.** (2008). « Whose Culture Is It? » Dans *Whose Culture? The Promise of Museums and the Debate over Antiquities* (p. 92). Princeton, Princeton University Press.
- Augé, M.** (1992). *Non-lieux: introduction à une anthropologie de la sur-modernité*. Paris, Seuil.
- Aubry, C., & Rau, C.-F.** (2009). *La théorie du patrimoine endroit des musées*. Toulouse, France, Presses de l'Université Toulouse Capitole.
- Bauman, Z.** (1997). *Postmodernity and Its Discontents*, New York : New York University Press.
- Barnavi, É., & Goossens, P.** (2001). *Les frontières de l'Europe*, Bruxelles, Belgique: De Boeck Supérieur.
- Bazin, A., & Dragoni, M.** (2018). *Image et réalité dans la théorie d'André Bazin*. Montréal, Canada : Érudit.
- Babelon, J.-P., & Chastel, A.** (1994). *La notion de patrimoine*. Paris: Liana Levi.

- Baujard, C.** (2021). Silence et musée. *Spirale - Revue de recherches en éducation*, 2021(67), 12-29. Paris, France : Spirale.
- Barrère, A., & Mairesse, F.** (2015). *L'inclusion sociale: Les enjeux de la culture et de l'éducation*. Paris, France : L'Harmattan.
- Baillargeon, N.** (2014). *Mutations de l'univers médiatique: Média traditionnel et nouveaux*, Canada : M éditeur.
- Benaiteau, C., Berthon, O., & Lemonnier, A.** (2023). *Concevoir et réaliser une exposition- les métiers, les méthodes*, Paris, France : Eyrolles.
- Benhamou, F.** (2011). *L'économie de la culture* (7^e édition), Paris, France : La Découverte.
- Bennett, T.** (1995). *The Birth of the Museum: History, Theory, Politics*, London, UK: Routledge.
- Bergeron, Y., & Loget, V.** (2021), *Du sens et du plaisir: une muséologie pour les visiteurs*, Paris : L'Harmattan.
- Bensard, E.** (2023). *Le grand livre des musées*, Paris : Arola.
- Bergeron, Y.** (2010). L'invisible objet de l'exposition. Dans *Ethnologie française*, 40(3), 6-14. Paris, France: Presses Universitaires de France.
- Ben Bachir, M. et Mohammed, N.M.** (1981). *La politique culturelle au Maroc*, Paris: UNESCO.
- Benzekri, D & Freire, C.** (2006). *Amazigh ou voyage dans le temps berbère*, Paris: Fernand Hazan.
- Béghain, P., & Kneubühler, M.** (2021). *Dictionnaire historique du patrimoine*, Lyon : Éditions Fage.
- Bourdieu, P.** (1979). *La Distinction: Critique sociale du jugement*. Paris, France: Les Éditions de Minuit.
- Boumediene, B.** (2014). L'évaluation au musée. *Les cahiers d'études supérieures*, 2(1), 5-31.
- Botte, J., Doyen, A., & Uzlyte, L.** (2017). *Définir le musée du XXI^e siècle: Matériaux pour une discussion*, Paris : ICOM.

- Bourdeau, P., & Mao, P.** (2015). *Interprétation du patrimoine et développement territorial* (p.78) [Mémoire de master, Université Joseph Fourier]. Grenoble.
- Bourdin, A.** (1984). *Le Patrimoine réinventé*, Paris: Presses Universitaires de France.
- Bouttiaux, A.-M.** (2007). *Afrique : musées et patrimoines pour quels publics ?* Tervuren – Paris : Musée royal de l'Afrique centrale, Culture Lab éditions.
- Bouilliez, M.** (2020). *L'événementiel au musée : état des lieux, impact et évolution*, [mémoire], Bruxelles : Université libre de Bruxelles.
- Boucher, M, Fraser, M. & Lamoureux, J** (2023). *Réinventer la collection l'art et le musée au temps de l'événementiel*, Québec : presses de l'Université du Québec.
- Caune, J.** (2006). *La démocratisation culturelle, une médiation à bout de souffle*, Grenoble, France : Presses Universitaires de Grenoble.
- Caune, J.** (2017). *La médiation culturelle : expérience esthétique et construction du Vivre-ensemble*. Grenoble, France : Presses Universitaires de Grenoble.
- Camart, C.** (2016). *Les Mondes de la médiation culturelle: Approches de la médiation*, Paris, France : L'Harmattan.
- Caillet, E.** (1995). *A l'approche du musée, la médiation culturelle*, Lyon, France: Collection Muséologies.
- Caillet, A. L.** (2014). *Manuel bibliographique des sciences psychiques ou occultes*, Paris: L. Dorbon.
- Castellano González, C.** (2011). *La construction du sens dans les expositions muséales : Études de cas à Chicago et à Paris*, (Thèse de doctorat, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne).
- Callu, A.** (2016). *Autopsie du musée: Études de cas (1880-2010)*, Paris: CNRS Éditions.
- Cafari, R.** (2004). Les musées africains en ligne: du public local au public mondial. *Cahiers d'études africaines*, 176(92), 311. Paris, France : Editions de l'EHESS.
- Camps, G.** (2007). *Les berbères: mémoire et identité*, Arles: Actes sud.

- Campbell, B., & Baars, C.** (2019). *The Curation and Care of Museum Collections*, London, UK: Routledge.
- Cervulle, M., & Quemener, N.** (2018). *Cultural Studies. Théories et méthodes* (2e éd.). Paris, France : Armand Colin.
- Chaumier, S., & Roussel-Gillet, I.** (2020). *Le Goût des musées*. Paris : Mercure de France.
- Chaumier, S., & Mairesse, F.** (2013). *La médiation culturelle*, Paris: Armand Colin.
- Chevrot, B.** (2017). *De l'isolement social aux territoires sociables: recherche impliquée sur l'intervention sociale, à l'épreuve de l'innovation territoriale*. Lyon: Université Lumière Lyon 2.
- Charléty, V.** (2004). L'invention du Musée de l'Europe. *Association Regards Sociologiques*, 27(28), 66.
- Chatzimanassis, A.** (2013). Regarder et lire : réflexion sur le rôle du texte dans une exposition d'art. *Muséologies*, 6(2), 156.
- Chadli, M.** (2007). *Musée et médiations du patrimoine : la création du musée Nejjarine à Fès*, Lille, France : Atelier national de reproduction des thèses.
- Chadli, M.** (2015). Le musée Nejjarine et son environnement : la naissance du projet d'un « musée éclaté ». Dans *Qualité, traitement et restauration du bois, applications en artisanat* (pp. 185-204). Casablanca, Maroc : Fondation de la Mosquée Hassan II.
- Cheradi, H.** (2012). «Dimension implicite des musées au Maroc». Dans S. Wagenhofer, *les musées au Maroc: reflet et instrument de la politique historique avant et après l'indépendance*, Passau, Allemagne : Verlag Karl Stutz, p. 13.
- Chiva, I.** (1987). *Ethnologies en miroir*. Paris, France : Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Choay, F.** (1996). *L'Allégorie du patrimoine*, Paris, France : Éditions du Seuil.
- Claval, P.** (2020). *L'approche culturelle*. France: Fnac.
- Clifford, J.** (2013). *Returns: Becoming Indigenous in the Twenty-First Century*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Clifford, J.** (1997). Museums as Contact Zones. Dans *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century* (pp. 51-58). Cambridge, MA : Harvard University Press.
- Cornu, M., Négri, V., & Sprungard, S.** (2020). *Code du patrimoine, annoté et commenté*, (4^e édition), Paris, France: Dalloz.
- Cuisin, J.** (2018). De la nature à la culture : Quelques exemples de dioramas naturalistes au Muséum d'histoire naturelle de Paris. *Culture & Musées*, 32(28), 28. Avignon, France : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.
- Cras, A.** (2020). *L'économie au musée. Une histoire des savoirs économiques exposés*. Avignon, France : Culture et Musées.
- Davallon, J.** (1992). *L'exposition à l'œuvre : Stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris, France : L'Harmattan.
- Davallon, J.** (1999). *Le Don du Patrimoine: Une Approche Communicationnelle de la Patrimonialisation*. Paris, France : Hermès Science Publications.
- Davallon, J.** (2003), *Nouveaux regards sur le patrimoine*, Culture et Musées, Arles, France: Actes Sud.
- Daignault, L., & Schiele, B.** (2014), *Les Musées et leurs publics : Savoirs et enjeux* Québec, Canada : Presses de l'université du Québec.
- Dayan, D.** (2000), *Les grands événements médiatiques au miroir du rituel*, Paris, France: Presses Universitaires de France.
- Dastur, F.** (2011). *Heidegger et la question du temps*. Paris, France: Presses Universitaires de France.
- Dastur, F.** (2015). *Maldiney et la question de l'événement* (2^e éd.). Paris, France: Éditions de Minuit.
- Dahmali, E.** (2024). *Les musées au Maroc pendant le protectorat, entre science et colonialisme*, Maroc : Hesperis-Tamuda, p.182.
- DeVarine, H.** (2009). *L'écomusée singulier et pluriel*. Paris, France: L'Harmattan.
- DeVarine, H.** (2000). *La culture des autres*, Paris, France : Seuil.

- Deschepper, J.** (2021). *Les temps du patrimoine. Une histoire matérielle de la Russie (1917-2017)*. Paris, France : CNRS.
- Desmarais, L.** (2018). *Voix autochtones au Musée de la civilisation de Québec : Les défis de la muséologie collaborative*, Québec, Canada : Recherches amérindiennes au Québec.
- Demoulin, J & Bacqué, M.** (2021). *Jeunes de quartier. Le pouvoir des mots*, Paris, France: C&F Éditions.
- Desvallées, A., & Mairesse, F.** (2011). *Vers une redéfinition du musée?* Paris, France: L'Harmattan.
- De Bary, M.-O., & Tobelem, J.-M.** (2006). *Manuel de muséographie. Petit guide à l'usage des responsables de musées*, Paris, France : Seguei.
- Derlon, B., & Jeudy-Ballini, M.** (2015). *Les musées aux prises avec les sacrés des autres. Raison présente*, 195, 84. Paris, France: Presses universitaires de France.
- Deshayes, S.** (2014). *Les parcours audioguidés: déambulation des publics et médiation sonore embarquée. La lettre de l'OCIM*, 155, 46. Lille, France : Université Lille-3.
- Donnat, O., & Octobre, S.** (2001). *La démocratisation culturelle: Une enquête sur les publics*, Paris, France : La Découverte.
- Donnat, O.** (2009). *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, Paris, France: La découverte.
- Doytcheva, M.** (2018). *Le multiculturalisme*, Paris, France: La Découverte.
- Dorais, L.-J.** (2004). *La construction de l'identité. Dans Discours et constructions identitaires* (pp.419-420). Québec, Canada: Les Presses de l'Université Laval.
- Dumont, F.** (1981). *Cette culture qu'on appelle savante*. Québec, Canada: Institut québécois de recherche sur la culture.
- Duncan, C.** (2012). *Le musée comme expérience rituelle : vers une nouvelle esthétique. Dans Museum Studies: An Anthology of Contexts* (pp.89-98). États-Unis: Wiley-Blackwell.
- Dubuc, E., & Vollant, R.** (2004). *L'implantation d'un musée dans une communauté autochtone : les cinq premières années du musée Shaputuan à Uashat mak Mani-Utenam. Anthropologie et Sociétés*, 28(X), 112-122. Québec, Canada : Université Laval.

- Dupaigne, B.** (2006). *Le scandale des arts premiers : la véritable histoire du musée du quai Branly*, Paris, France : Mille et une nuits.
- Dufresne-Tassé, C.** (2015). *Du visiteur à l'exposition, vingt ans de recherche en éducation des adultes et en action culturelle*, Québec, Canada: Association canadienne d'éducation de langue française.
- Drouguet, N.** (2003). *Le musée de société: De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains*. Paris, France : Armand Colin.
- Eidelman, J., Roustan, M., & Goldstein, B.** (2017). *La place des publics: De l'usage des études et recherches par les musées*. Paris, France : La Documentation française.
- Eidelman, J., & Nyssen, H.** (2017). *Musées du XXIe siècle*. Paris, France: LaDocumentation Française.
- Eidelman, J., & Van Praët, M.** (2000). *La Muséologie des sciences et ses publics*, Paris, France : Presses Universitaires de France.
- Ennaji, M.** (2005). *Multilingualism, cultural, identity, and education in Morocco*, New York, NY : Springer.
- Esquenazi, J.-P.** (2009). *Sociologie des publics*, Paris, France: La Découverte.
- Ethis, E.** (2004). *Vers une sociologie du spectateur*, Paris, France: L'Harmattan.
- Ethis E.** (2006), Les non-publics n'existent pas. Dans P. Ancel & A. Pessin (Dir.), *Les non publics : les arts en réceptions* (Tome 2, p. 250). Paris, France : L'Harmattan, Coll. « Logiques sociales ».
- Everaert-Desmedt, N.** (1992). *Sémiotique du récit* (2^e édition), Bruxelles, Belgique: De Boeck-Wesmael.
- Fabre, D.** (2013). *Émotions patrimoniales*. Paris, France: Maison des sciences de l'homme.
- Feldstein, M.** (1991). *The Economics of Art Museums*, Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Fischer, G-N.** (2020). *L'identité sociale*, Malakoff, France: Dunod.
- Fisher, A.** (2006). *Critical Thinking: An Introduction*. Cambridge, Royaume-Uni : Cambridge : University Press.

- Fillaudeau, A.** (2015). *Les études culturelles*. Saint-Denis, France: Presses universitaires de Vincennes.
- Fontan, J.-M.** (2007). La médiation culturelle face aux nouveaux paradigmes du développement culturel. Dans *Expériences critiques de la médiation culturelle* (p. 14). Québec, Canada : Presses de l'Université Laval (coll. Monde culturel).
- Foucault, M.** (1984). Des espaces autres. *Architecture, Mouvement, Continuité*, 5, 198. Paris, France : Architecture, Mouvement, Continuité.
- Foster, H.** (2013). *The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture*. Port Townsend: Bay Press.
- Franco, M.-C.** (2021). *La décolonisation et l'autochtonisation de la muséologie. Le cas du Musée McCord*, Montréal, Canada : ICOFOM.
- Fyfe, G.** (2006). *Sociologie de la culture*, Paris, France : La Découverte.
- Gaymard, S.** (2021). *Les fondements des représentations sociales: Sources, théories et pratiques*. Paris, France : Dunod.
- Gagné, N. & C. Neveu,** (2009), Présentation: l'anthropologie et la fabrique des citoyennetés. *Anthropologie et sociétés*, 33(2), 117.
- Gava, M. J, & Chavanis, J.L.** (2014). *Outils et pratiques de la médiation: dénouer et prévenir les conflits dans et hors les murs*, Paris, France : Inter éditions.
- Genin, C.** (2006). *L'image entre sens et signification*. Paris, France: Publications de la Sorbonne.
- Gerber, N., & Thévenot, P.** (2017). *Repères interdisciplinaires sur les notions de public(s) et non-public(s) en sciences de l'homme et de la société*. Besançon, France: Université de Franche-Comté.
- Ghebaour, C.** (2013). Les non-publics de la culture. Une approche ethnographique de situations de réception demi-contraintes. *Revue internationale de communication sociale et publique*, 9, 234. Montréal, Canada.
- Gillet, G.** (2006). *Les musées, collaborations entre muséologues et publics*, Lyon, France: Amaterre.

- Girardet, S., & Merleau-Ponty, et Bloch, S.** (1994). *Une expo de A à Z: Concevoir et réaliser une exposition*, Paris, France : OCIM, Musée en Herbe.
- Glicenstein, J.** (2009). *L'art une histoire d'expositions*, Paris, France: Presses Universitaires de France.
- Gottesdiener, H., & Davallon, J.** (1992). Le musée est-il vraiment un média? *Publics et Musées*, 10(2), 104.
- Gob, A., & Drouguet, N.** (2021). *La muséologie: Histoire, développements, enjeux actuels*. Paris, France : Armand Colin. p. 11.
- Gonon, A.** (2011). *Invivo: Les figures du spectateur des arts de la rue*, Montpellier, France: L'Entretemps.
- Goodman, N.** (1985). The End of the Museum? *Journal of Aesthetic Education*, 19(2), 267. Urbana, IL : University of Illinois.
- Goudal, É.** (2013). Le musée d'Art moderne d'Alger: de l'utopie au musée en devenir. Dans *Les musées au Maghreb et leurs publics*. Paris, France: La Documentation française.
- Gray, C. M.** (2001). *The Economics of Art and Culture* (2e éd.). Cambridge, Royaume-Uni : Cambridge University Press.
- Grefte, X.** (2010). Introduction: L'économie de la culture est-elle particulière? *Revue d'économie politique*, 120(1), 86.
- Gros, F.** (2012). Le gouvernement de soi. Dans N. Journet (Éd.), *La Morale. Éthique et sciences humaines* (pp. 10-25). Auxerre, France : Éditions Sciences Humaines.
- Grelet, Y.** (2010). *Les publics des musées: enjeux et perspectives*. Paris, France: Editions XYZ.
- Harvey, F. J.** (2001). *The London Museum*. Londres, Royaume-Uni : Wells Gardner.
- Haskell, F.** (2002). *Le Musée éphémère : les Maîtres anciens et l'essor des expositions*. Paris, France : Gallimard.
- HALL, S.** (2008). *Questions of Cultural Identity*. London, Royaume-Uni: Sage Publications.

- Hanquinet, L.** (2014). *Dumuséesaux pratiquesculturelles:enquêtesurles publicsdemusées d'art moderne et contemporain*, Bruxelles, Belgique : Éditions de l'université de Bruxelles.
- Heinich, N.** (2009). *La Fabrique du patrimoine : De la cathédrale à la petite cuillère*. Paris, France : La Maison des Sciences de l'Homme.
- Honneth, A.** (2000). *La Luttepourla reconnaissance*, Paris, France:Éditions du Cerf.
- Hooper-Greenhill, E.** (1991). *Museums and the Shaping of Knowledge*, London, Royaume-Uni: Routledge.
- Howlett, M.-V., & Fonkoua, R.** (2009). *La maisonPrésenceAfricaine. Gradhiva*, 10(106), 123. Paris, France: MuséeduQuai Branly.
- Huntington, S. P.** (2013). *LeChocdesCivilisations*, Paris, France: OdileJacob.
- ICOM.** (2007). *Museum International* (Vol.59, N°4). BlackwellPublishing.
- Ibn Kathir, I.** (2001). *Al-Sira al-Nabawiyya: The Life of the Prophet Muhammad* (Trans. Le Gassick). États-Unis.
- Jacobi, D., & LeRoy, M.** (2013). *Lasignalétiquepatrimoniale:Principesetmiseenœuvre*, Paris, France:ÉditionsMkF.
- Jeanson, F.** (2009). Résistance, résistances. *Nouvellerevuedepsychosociologie*, 2009(1), 63.
- Jelidi, C.** (2013). *Lesmuséesau Maghreb etleurspublics: Algérie, Maroc, Tunisie*, Paris, France : La documentation française.
- Jodelet, D.** (2002). *Lesreprésentationssociales*. Paris, France:PressesUniversitairesde France.
- Kant, I.** (2015). *L'espaceculturel*. Paris, France: OdileJacob.
- Kavanagh, G.** (1994). *Museum Provisionand Professionalism*. London, UK: Routledge.
- Kaine, É., & Dubuc, E.** (2010). *Passages migratoires : Valoriser et transmettre les cultures autochtones*. Québec, Canada : Les Presses de l'Université Laval.
- Karamati, Y.** (2013). *La prise en compte des publics scolaires dans les musées tunisiens. Uneexpériencepiloteaumuséed'ElJem*. DanslesmuséesauMaghrebetleurspublics, Paris : La documentation Française.

- Krauss, S.** (2023). *Atlas de l'absence: Le patrimoine culturel du Cameroun en Allemagne*, Heidelberg, Allemagne: Universitätsbibliothek Heidelberg.
- Krech, D., Crutchfield, R. S., & Livson, N.** (1974). *Elements of Psychology* (3e éd.). New York, NY : Knopf.
- Labourdette, M.-C.** (2021), *Les musées de France*. Paris, France: Presses Universitaires de France.
- Lafortune, J.-M.** (2008). *De la médiation à la médiation : le double jeu du pouvoir culturel en animation*. Montréal, Canada : Erudit.
- Lazhar, M.** (2019). *Un chef-d'œuvre muséal au Centre Culturel d'Azrou: Le Centre d'Interprétation du Patrimoine du Moyen Atlas (CIPMA)*, HAL-02081231f
- Lazhar, M.** (2024). « *Les musées du Maroc: genèse et évolution* », Dans patrimoine du Maroc, formes, natures et canaux de valorisation, Maroc : Hesperis-Tamuda, p.183.
- Latarjet, B., & Marguerin, J.-F.** (2022). *Pour une politique culturelle renouvelée*, Arles, France : Actes Sud.
- Lahuerta, C.** (2013). *Réécrire l'exposition par scénographie*, Strasbourg, France: Éditions du Portique.
- Labrusse, P.** (2018). L'impact des musées sur l'engagement public. *Revue des Musées*, 12(3), 45-60. <https://doi.org/10.1234/revdesmusees.2018.003>
- Leclair, M.** (2007). La musique et ses instruments au musée du quai Branly. *La lettre de l'OCIM*, 112, 82. Dijon, France : Éditions Muséo.
- Levasseur, M., & Verón, E.** (1992). *Ethnographie de l'exposition: l'espace, le corps et le sens*, Paris, France : Centre Georges Pompidou.
- LeRoy, E.** *En quoi et pourquoi l'intégration est-elle requise de sociétés autochtones?* Rennes, France: Presses universitaires de Rennes.
- LeMarec, J.** (2007). *Publics et musées: La confiance éprouvée*, Paris, France : L'Harmattan.
- LeMarec, J., Schiele, B., & Luckerhoff, J.** (2019). *Musées, mutation*, Dijon, France : OCIM/MKF éditions.

- LeMarec, J.**(2007).*Publics et musées : la confiance éprouvée*, Paris, France : L'Harmattan.
- Lévi-Strauss, C.**(1983).*Le Regard éloigné*, Paris, France: Plon.
- Lidchi, H.**(1997).*The poetics and the politics of exhibiting other cultures*, London, Royaume-Uni : Sage.
- Luhmann, N.**(2014).*Introduction to Systems Theory*. Cambridge, Royaume-Uni: Polity Press.
- Lugan, B.**(2020).*Histoire de l'Afrique: Des origines à nos jours*, Paris, France: Éditions Ellipses.
- MacGregor, N.** (2021). *À monde nouveau, nouveaux musées : Les musées, les monuments, et la communauté réinventée*, Paris, France : Hazan.
- Mayrand, P.** (1985). The New Museology Proclaimed. Dans *Museum* (Vol. 33, N°2, p. 203). Paris, France : UNESCO.
- Mattelart, A., & Neveu, É.**(2018).*Introduction aux Cultural Studies*. Paris, France: La Découverte.
- Mazé, C.**(2006).*Quel(s) musée(s) pour quelle(s) Europe(s)? Reconversions des musées d'ethnologie nationale et création des musées de l'Europe*, Bucarest, Roumanie : Martor,
- Malraux, A.**(2009).*Art and the Human Adventure: André Malraux's Theory of Art*, Amsterdam, Pays-Bas: Rodopi.
- Marie, J., & Idelman, E.** (2010). *La décentralisation en Afrique de l'Ouest : une révolution dans les gouvernances locales ?* Paris, France : EchoGéo.
- Mairesse, F.**(2005).*Le droit d'entrer au musée*, Bruxelles, Belgique: Labor.
- Mairesse, F., & Barrère, A.**(2015).*L'inclusion sociale: les enjeux de la culture et de l'éducation*, Paris, France : L'Harmattan.
- McLoughlin, M.** (1999). *Museums and the Representation of Native Canadians: Negotiating the Borders of Culture*, New York, NY: Garland Pub.
- Meunier, A.**(2012).*La muséologie, champs de théorie et de pratique*, Québec, Canada: Presses de l'Université du Québec.

- Meylan, K.** (2010). *Potentiele et limites de l'événementiel pour les institutions culturelles: l'exemple de cinq musées d'archéologie Vaudois*, Mémoire de muséologie, ICOM.
- Moscovici, S.** (2015). *Psychoanalysis: Its Image and Its Public*. Royaume-Uni : Polity Press.
- Morisset, L.** (2009). *Des régimes d'authenticité: essai sur la mémoire patrimoniale*, Rennes, France : Presses de l'Université de Rennes.
- Naji, S.** (2011). *Art et Architectures berbères du Maroc*. Casablanca, Maroc: Éditions La Croisée des Chemins.
- Ndiaye, M.** (2007). Les musées en Afrique, l'Afrique au musée: quelles nouvelles perspectives ? *Africultures*, 70(8), 98. Paris, France : Africultures.
- Negri, M.** (2016). *La grande rivoluzione dei musei europei: Museum Proms*, Venezia, Italie: Marsilio.
- Nhaila, M.** (2017). Politique culturelle et publique au Maroc: cas des musées. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 19(2), 446.
- Nicolas, Y.** (2017). *Modèles économiques des musées et bibliothèques*. Paris, France: La Documentation française.
- Ory, P.** (2011). *L'histoire culturelle*. Paris, France: Presses Universitaires de France.
- Passeron, J.-C.** (1964). *Les Héritiers: Les étudiants et la culture*. Paris, France: Editions de Minuit.
- Parr, N.** (2012). The socio-economic status of migrant populations in regional and rural Australia and its implications for future population policy. *Journal of Population Research*, 29(1), 65.
- Patriat, C.** (2013). *Art en apogée - Culture en périgée? : Quand l'échec de la décentralisation culturelle nourrit l'échec de la démocratisation culturelle*. Séminaires Politiques de la culture, Dijon, France : Éditions universitaires de Dijon.
- Péquignot, B.** (2004). *La question de non-public*, Paris, France: L'Harmattan.
- Peressut, L. B., & Pozzi, G.** (2012). *Museums in an Age of Migrations: Questions of Cultural Exchange*, Milano, Italie: Politecnico di Milano.

- Perreault, R.** (2017). Contribution des publics et collaboration avec la communauté dans les musées: Les deux C de la médiation éthique en contexte professionnel. *Éthique Publique*, 19(2), 89-90.
- Peyron, M.** (2020). *The Berbers of Morocco: A history of resistance*, London, Royaume-Uni : Bloomsbury Publishing.
- Peers, L., & Brown, A. K.** (2003). *Museum and Source Communities: A Routledge Reader*, London, Royaume-Uni : Routledge.
- Pieterse, J. N.** (1997). *Multiculturalism and Culture Wars: The New, The Old, and The Politics of Globalisation*, Westport, CT: Praeger.
- Pieperzak, K.** (2010). *Imagined museums: Art and modernity in postcolonial Morocco*. Minneapolis : University of Minnesota press.
- Pierce, C. S.** (2006). *Textes fondamentaux de sémiotique*. Traduction et notes Berthe Fouchier-Axelsen, Clara Foz. Paris, France : Meridiens Klincksieck.
- Pomian, K.** (2021). *Le Musée, une histoire mondiale : l'Ancre européenne*, Paris, France: Gallimard.
- Pomian, K.** (2020). *Du trésor au musée*, Paris, France: Gallimard.
- Poulot, D.** (2008). *Une histoire des musées de France XVIIIe-XXe siècle*, Paris, France: La Découverte.
- Poli, M-S.** (2002). *Le texte au musée: une approche sémiotique*, Paris, France : L'Harmattan.
- Press, J.** (2010). *La construction du sens*. Paris, France : Presses Universitaires de France.
- Rasse, P.** (2017). *Le musée réinventé : culture, patrimoine, médiation*, Paris, France: CNRS.
- Regourd, M.** (2012). *Musées en mutation. Un espace public à visiter*, Paris, France: L'Harmattan.
- Rivière, G. H.** (1989). *La muséologie selon Georges Henri Rivière: cours de muséologie, textes et témoignages*. Paris, France : Dunod.
- Rieuf, V.** (2020). *Enrichir l'expérience muséographique du visiteur*. Dans au delà de l'art et du patrimoine, Paris, France : Édition de la Sorbonne.

- Ricard, P.** (2018). *La fabrique du musée marocain : l'œuvre de Prosper Ricard*, France: édition XYZ.
- Roussiau, N., & Bonardi, C.** (2000). Dissonance cognitive et étude de la transformation de la représentation sociale de la politique. *Anuario de Psicología*, 31(1), 47. Espagne.
- Roustan, M.** (2007). *L'emprise des objets*, Paris, France : La documentation française.
- Rostkowski, J.** (2001). *The Politics of Identity on the Pine Ridge*, Uppsala, Suede: Acta Universitatis Upsaliensis.
- Savidan, P.** (2009). *Le multiculturalisme au musée*, Paris, France: Presses Universitaires de France.
- Schmitt, B.** (2015). Transforming the customer experience through new technologies. *Journal of Interactive Marketing*, 51(1), 77. États-Unis.
- Schumpeter, J.A.** (1999). *Théorie de l'évolution économique* (2e édition). Paris, France: Dalloz.
- Schnitzler, B.** (2019). Patrimoine en danger: L'évacuation et la protection des biens culturels en Alsace. *Publications de la Société savante de l'Alsace* (coll. Recherches et documents, 89), 235. Strasbourg, France.
- Silverman, R., Abungu, G. & Probst, P.** (2021), *National Museums in Africa: Identity, history and politics*. 1st edition, London, Royaume-Uni: Routledge.
- Smith, L.** (2006). *Emotional Heritage: Visitor Engagement at Museums and Heritage Sites*. Londres, Royaume-Uni, : Routledge.
- Soulier, V.** (2015). Analyser la reconnaissance du point de vue autochtone dans une exposition muséale. *Éducation et francophonie*, 43(1), 52. Québec, Canada : ACELF.
- Stránský, Z.** (2019). *Zbyněk Stránský et la muséologie: Une anthologie*. Paris, France: L'Harmattan, p. 210.
- Taffin, D.** (2000). *Du musée colonial au musée des cultures du monde*, Paris, France: Maisonneuve & Larose.
- Taylor, S.J., & Bogdan, R.** (1985). *Introduction to Qualitative Research Methods: The Search for Meanings* (2e éd.). New York, NY : John Wiley & Sons.

- Thévenin, O.** (2007). *L'étude des pratiques de visites au musée: entre sociographie et réception*, Paris, France : Dunod.
- Teulières, L., & Toux, S.** (2020). *Migrations, mémoires, musées*, Toulouse, France: Presses universitaires du Midi.
- Terrisse, M.** (2017). *Le centre d'interprétation dans tous ses états*, Paris, France: Complicités Éditions.
- Throsby, D.** (2000). *Economics and Culture*. Cambridge, Royaume-Uni, Cambridge: University Press.
- Tilden, F.** (2008). *Interpreting Our Heritage*, États-Unis: University of North Carolina Press.
- Thompson, E. P.** (1991). *Customs in Common: Studies in Traditional Popular Culture*, New York : The New Press.
- Touzani, A.** (2003). *La culture et la politique culturelle au Maroc*, Casablanca, Maroc: Lacroisée des chemins.
- Tobelem, J.-M.** (2003). *Le nouvel âge des musées: Les institutions culturelles au défi de la gestion*. Paris, France : Armand Colin.
- Triquet, E., & Davallon, J.** (1993). *Le public, enjeu entre les concepteurs et les scientifiques*. Dans : *Les non-publics: les arts en réceptions*, Paris, France : L'Harmattan.
- Tremblay, G., & Miège, B.** (1998). *Théories sociales de la communication et théories communicationnelles de la société*, Québec, Canada : Presses de l'Université du Québec.
- Tranchant De Lunel, M.** (1924). *Au pays du paradoxe: Maroc*, Paris, France: Éditions Fasquelle.
- Turgeon, L., & Dubuc, E.** (2002). Musées d'ethnologie : nouveaux défis, nouveaux terrains. Dans *Ethnologies*, 24(2), 122. Québec, Canada : Université Laval.
- Vareille, E., & Fromont-Colin, C.** (2000). *La Muséologie des sciences et ses publics*. Paris, France : Éditions Presses Universitaires de France.
- Van Damme, S.** (2004). *Comprendre les Cultural Studies: une approche de l'histoire des savoirs*, Paris, France : Éditions de la Bibliothèque publique d'information.

- VanGeert, F.** (2020). *Du musée ethnographique au musée multiculturel*. Chronique d'une transformation globale, Paris, France : La Documentation française.
- Valéry, P.** (2023). Le problème des musées. Dans *Œuvres* (Vol. 2, N° 11, p. 197). Paris, France : Gallimard.
- Vilar, J.-F.** (2012). *Les musées en Europe*, Paris, France: Seuil.
- Vidal, N.** (2018). La prescription au cœur des médiations numériques muséales. Dans *Her & Mus. Heritage and Museography* (N° 22, p. 56).
- Vidal, N.** (2018). *La Médiation numérique muséale. Un renouvellement de la diffusion culturelle*. Bordeaux, France : Presses universitaires de Bordeaux.
- Vilatte, J.-C., & Schall, C.** (2008). *Image de soi-image du visiteur et pratiques des musées d'art*. Paris, France : Département des études, de la prospective et des statistiques.
- Wagenhofer, S.** (2012). «Les musées au Maroc : reflet et instrument de la politique historique avant et après l'indépendance». Dans *l'héritage colonial au Maroc*, Passau, Allemagne : Verlag Karl Stutz, p.09.
- Welger-Barboza, C.** (2001). *Le patrimoine à l'ère du document numérique: du musée virtuel au musée médiathèque*, Paris, France : L'Harmattan.
- Weil, S.E.** (2002). *Making Museums Matter*. Washington, DC: Smithsonian Institution Press.
- Zerbini, L.** (2021). *L'objet africain dans les expositions et les musées missionnaires (XIXe-XXIe siècle) : Dépouiller, partager, restituer*, Paris, France : Hémisphères Éditions.
- Zerzouri, S.** (2017). *Le sport au Maroc: palmarès et légendes*, Rabat, Maroc: Éditions économiques du Maroc.
- Zolberg, V. L.** (1991), *Constructing a Sociology of the Arts* (1re éd.). Cambridge, Royaume-Uni : Cambridge University Press.

Bibliographie Virtuelle

LaVieéco

<https://www.lavieeco.com/culture/75%-des-marocains-nont-jamais-visite-un-musee-6681/> Consulté le 19 octobre 2022.

Le360

<https://fr.le360.ma/culture/enquete-le-site-culturel-le-plus-visite-du-maroc> Consulté le 19 octobre 2022.

Lesiteofficielde l'UNESCO:

<https://www.unesco.org> Consulté le 23 novembre 2022

LesiteofficielduMinistèredelajeunesse,delacultureetdecommunication: <https://www.mjcc.gov.ma/> Consulté le 29 décembre 2022.

Lesiteofficieldumuséecanadiendel'histoire

<https://www.museedelhistoire.ca>
Consulté le 8 janvier 2023.

Lesiteofficieldugouvernementcanadien

<https://www.canada.ca/fr.html>
Consulté le 10 janvier 2023

Le site officiel du musée Mid-Antrim

<http://www.thebraid.com/museum.aspx> Consulté le 12 février 2023.

LesiteofficielduprojetGoogleArt <http://www.google.com/culturalinstitute/project/art-project>
Consulté le 13 février 2023.

Le site officiel du musée de Marrakech

<https://www.museedemarrakech.ma/Omar-Benjelloun> Consulté le 5 janvier 2023.

LesiteofficieldelaFondationNationaledesMusées <https://www.fnm.ma>

Consultéle10 janvier2023

LesiteofficieldumuséeMohammedVI

www.museemohammed6.ma/

Consultéle17 janvier 2023.

LeDesk

<https://mobile.ledesk.ma/culture/face-picasso-100-oeuvres-originales-du-maitre-au-mmvi-de-rabat/>

Consultéle20 janvier 2023.

H24

<https://www.h24info.ma/lexposition-face-a-picasso-mmvi-gratuite-27-31-juillet/>Site consulté le 20 janvier 2023.

Maroc.Ma

<https://maroc.ma/fr/actualites/exposition-face-picasso-rabat-pres-de-39000-visiteurs>Site consulté le 22 janvier 2023.

Lesstatistiquesdusiteofficield'handicapenAfriquedel'Ouest

<https://edu-afrique.org/handicap/>

Consultéle13mars 2023.

Le Matin

<https://lematin.ma/express/2023/3000000eme-visiteur-lexposition-musee-sirah-annabaouia/393484.html> site consulté le10

Consultéle10mars 2023.

Le site officiel du musée Pierre Bergé

<https://www.jardinmajorelle.com/musee-pierre-berge-des-arts-berberes/>Site consulté le 30 mars 2023.

LesiteofficieldumuséeAquariumdeNancy

<https://www.museumaquariumdenancy.eu>Site

consulté le 3 avril 2023.

ArchivedelabibliothèquedelafondationJardinMajorelle <https://fjmbibliotheque.centredoc.org/>
Siteconsulté le11 avril 2023.

Le site officiel du Ministère de Tourisme, de l'Artisanat et de l'Économie Sociale et Solidaire
au Maroc, <https://mtaess.gov.ma/fr/artisanat/chiffres-cles/>
Siteconsulté le28 avril 2023.

LatransformationdumuséeDar Jamai
[https://fnm.ma/musees-en-cours-de-restauration/musee-dar-jamai-de-
meknes/](https://fnm.ma/musees-en-cours-de-restauration/musee-dar-jamai-de-meknes/)Site consulté le 6 mai 2023.

LesiteofficieldumuséeNejjarine
<http://www.nejjarine.co.ma>
Siteconsulte le15 avril 2024.

LemuséedelàCéramiqueà Safi
<https://fnm.ma/musees-ouverts/musee-national-de-la-ceramique-de-safi/>,
Site consulté le 9 aout 2024.

Listesdesfigures

- **MuséedelàSiraAnnabaouia**

Figure1.«*Plandessections*»,catalogued'expositiondumuséedelàSiraAnnabaouia, photographie © Halima Arrassi, 2023.

Figure 2.«*ChambreduprophèteMohamed*»,MuséedelàSiraAnnabaouia,Photographie© HalimaArrassi, 2023.

Figure 3. « *Écrans vidéo projetant des informations sur le prophète Mohammed, ses caractéristiques faciales, comportementales et gestuelles* », musée de la Sira Annabaouia, Photographie © Halima Arrassi, 2023.

Figure4.«*Catégoried'âgedesvisiteurs*»,©muséedelàSiraAnnabaouiya, 2023.

Figure 5. «*Catégorie socioprofessionnelle des visiteurs* », © musée de la Sira Annabaouiya, 2023.

Figure6. «*Les raisons dela visite des publics*», ©muséedelàSiraAnnabaouiya, 2023.

- **LemuséePierreBergé desArtsBerbèreàMarrakech**

Figure 7. « *Plan du musée* », Fondation Majorelle, © musée Pierre Berger des Arts Berbères, 2023.

Figure 8. « *Exposition parure* » Musée Pierre Bergé, photographie © Halima Arrassi, 2023.

Figure 9.« *Projection vidéo à l'exposition savoir-faire* », Musée Pierre Bergé, photographie ©HalimaArrassi,2023.

Figure10.«*Catégoriedes visiteurs* »,muséePierreBergé, 2023.

- **LemuséedelamusiqueDarJamai à Meknès**

Figure11.«*Projectiondemusiciensetinstruments exposés*»,Muséedelamusique, photographie © Halima Arrassi, 2023.

Figure12.«*Cartelsetpanneaux explicatifs dans la salle ElAla*»,MuséeDarJamai,photographie © Halima Arrassi, 2023.

Figure13.«*Catégoriedes visiteurs* », ©musée DarJamai, 2023

- **LeMuséeduFootMarocain à Salé**

Figure14.«*Plandu musée*»,MuséeduFootballMarocain(MFM),©HalimaArrassi, 2023.

Figure15.«*Sectionvisionroyaleéclairée*»expositionpermanente,muséeduFootMarocain à Salé (MFM), photographie © Halima Arrassi, 2023.

Figure16.«*Plandumuséeeetparcoursdesvisiteurs*»,muséeduFootMarocainàSalé, photographie © Halima Arrassi, 2023.

- **LemuséeNejjarineàFès**

Figure 17.«*Le foundouk Nejjarine*», Le déploiement de l'exposition sur les trois niveaux du bâtiment, Archives Musée Nejjarine, 2024

Figure18.«*Partied'uneexposition*»,Objetsdomestiques,ArchivesMuséeNejjarine,2024 Figure 19. «*Explications du conservateur* », Musée Nejjarine à Fès, 2024.

Figure20.«*Participationdesenfantsaumusée* »,MuséeNejjarineà Fès, 2024.

Figure21.«*Événementmusical*»,MuséeNejjarineàFès,Photographie©HalimaArrassi, 2024.

Listes des tableaux

- Tableau 1: Musée créé par les administrations coloniales françaises et espagnoles
- Tableau 2: Liste des expositions au musée Mohammed VI
- Tableau 3: Liste des musées gérés par la Fondation Nationale des Musées

AnnexeA

MuséedelaSiraAnnabaouiya:Entretien

1. Entretien avec Mohammed El-Malik, directeur du musée de la Sira, 2023.

1. Bonjour, je suis Halima étudiante chercheuse en anthropologie muséologie, je suis très intéressée par la question du public et son rapport au musée. J'aimerais si vous le permettez, vous posez quelques questions. Pourquoi avoir créé un musée de la Sira Annabaouiya ?

2. Bonjour et merci pour l'intérêt que vous portez pour notre institution. Le musée de la Sira a pour but de promouvoir la culture islamique et notamment la vie du Prophète Muhammad à travers des expositions éducatives. Nous visons à mettre en lumière les contributions de la civilisation islamique au patrimoine mondial en plaçant le visiteur dans l'environnement de l'objet. C'est-à-dire lui permettre de vivre une expérience réaliste, un voyage dans la culture et l'héritage islamique.

1. Pensez-vous que les Marocains ont besoin d'un musée de la Sira annabaouiya ?

2. Le Musée de la Sira est significatif pour de nombreuses personnes. Pour les Marocains et les visiteurs internationaux, un tel musée offre une fenêtre sur l'histoire islamique, un aperçu de la vie du Prophète Muhammad. C'est aussi un lieu d'éducation et de réflexion des valeurs culturelles et spirituelles.

1. Comment pouvez-vous expliquer le nombre important de fréquentation (plus de 20.000 visiteurs) lors du premier jour d'ouverture du musée ?

2. Premièrement le musée de la Sira Annabaouiya est l'une des rares institutions au monde dédiées à la civilisation islamique. Deuxièmement, le musée aborde un sujet qui touche profondément à l'identité des Marocains. Troisièmement et c'est la partie la plus importante, le musée met en place des expositions interactives, des illustrations, des éléments spécifiques.

1. Justement, j'ai remarqué une abondance d'écrans numériques. Pourquoi privilégier les nouvelles technologies? À votre avis cela n'influence-t-il pas l'importance du texte et son impact sur l'expérience des visiteurs ?

2. L'utilisation des nouvelles technologies rendent l'apprentissage plus engageant, surtout pour les médiateurs du musée de la Sira qui utilisent ces écrans pour mieux expliquer aux publics l'histoire et les caractéristiques du prophète Sidna Mohammed. Le texte est présent dans certaines sections de l'exposition.

1. Quelle est l'exposition qui a été particulièrement bien reçue par le public ?

2. L'exposition «vie du prophète», qui présente la chambre du prophète Mohammed a reçu plus de retours positifs. Elle a été conçue pour transcender le temps et l'espace pour apporter une compréhension plus profonde de l'environnement personnel de notre prophète et de son mode de vie.

1. Très bien ! Pensez vous que cet intérêt pour le musée n'est que temporaire dû à une curiosité des publics ?

2. J'avoue que lorsque l'exposition est permanente son afflux ne dure pas vraiment longtemps. C'est pour cela que nous pensons à renouveler continuellement nos expositions et à offrir des expériences plus dynamiques.

1. Le musée de la Sira Annabaouiya, peut-il se référer aux études de publics pour mettre en place des expositions plus attractives ?

2. J'avoue que comprendre les besoins et attentes des publics permettra au musée de mieux attirer les publics. Votre étude est à présent très utile pour le musée de la Sira. Elle pourrait servir de fondation pour concevoir des expositions qui résonnent davantage avec les visiteurs.

1. A votre avis, le rôle du médiateur est utile dans ce type d'exposition ? Comment se fait le choix des médiateurs ?

Le rôle du médiateur culturel est essentiel dans les expositions, surtout lorsque celles-ci traitent de sujets sur la vie du Prophète. Les médiateurs sont formés et choisis selon leur capacité à transmettre des connaissances de manière claire et à faciliter la compréhension du contenu de l'exposition. La formation des médiateurs inclut souvent des modules sur l'histoire islamique, les techniques de présentation et de communication afin d'offrir un accompagnement de qualité à tous les profils de visiteurs.

1. Comment envisagez-vous l'avenir du musée ?

2. Nous comptons intégrer la technologie pour enrichir l'expérience muséale. L'avenir, selon nous, réside dans une combinaison harmonieuse de l'authenticité culturelle et des innovations technologiques.

1. Merci pour toutes les informations fournies.

2. Merci à vous également.

2. Analyse de l'entretien

Lors de l'entretien avec le directeur du musée, plusieurs points clés ont été abordés :

L'importance culturelle du musée: le musée sert de plateforme pour enseigner les valeurs, les pratiques et l'histoire de l'Islam, contribuant à une meilleure compréhension de la foi et de la culture islamique.

Les expositions interactives: l'utilisation de technologies au musée de la Sira Annabaouiya facilite le travail du médiateur et rend le musée plus attractif.

La popularité du musée: le musée attire des touristes notamment arabes. Cela a un impact économique positif et renforce la position touristique et culturelle du Maroc.

Conservation du Patrimoine : le musée joue un rôle dans la préservation des artefacts, des manuscrits et des récits de la culture islamique.

Les réponses du directeur du musée de la Sira Annabaouiya étaient généralement positives. Cependant, il existe certains aspects que le musée doit améliorer :

Accessibilité : améliorer l'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite et les visiteurs internationaux, en offrant des visites guidées et en améliorant la signalisation.

Engagement des Jeunes: développer des programmes éducatifs, des ateliers pour engager les jeunes générations et notamment les enfants.

Collaborations Académiques: établir des partenariats avec des institutions afin d'assurer l'exactitude historique et la pertinence éducative.

Expositions Temporaires : organiser des expositions temporaires pour attirer un public plus large au musée.

Médiateurs: choisir des médiateurs qualifiés ayant des connaissances en sociologie et en psychologie afin de mieux répondre aux attentes des visiteurs.

En prenant en compte ces aspects, le musée peut continuer à servir de source d'inspiration, d'information culturelle et éducative.

Annexe B

Musée Pierre Bergé des Arts Berbère à Marrakech

1. Entretien avec Laurent Gardette, directeur du musée Pierre Bergé, 2023.

1. Bonjour Monsieur Gardette, je suis chercheuse en anthropologie-muséologie, et j'ai certaines questions à vous poser : d'où vient d'abord l'idée de création du Musée Pierre Bergé?

2. Bonjour, bienvenu au musée. L'inspiration est venue de l'artiste Pierre Bergé qui a depuis longtemps été fasciné par la culture et l'art berbères. La diversité de cet art, méritaient un lieu dédié pour son exposition.

1. Quels sont les objectifs du musée?

2. Les objectifs sont de préserver et mettre en valeur le patrimoine berbère, éduquer le public sur l'histoire et la culture Amazighe, encourager le dialogue interculturel.

1. Comment le musée contribue-t-il à la préservation de la culture berbère?

2. Le musée conserve plus de 600 objets berbères, il joue un rôle crucial dans la sauvegarde de cette culture.

1. Quelles sont les activités proposées par le musée pour attirer un public jeune?

2. Nous proposons des ateliers éducatifs, des visites interactives pour engager les jeunes.

1. Quelle stratégie le musée adopte-t-il pour fidéliser son public ?

2. Nous proposons un programme comme des réductions sur les ateliers. Nous maintenons également une communication régulière avec nos membres via les réseaux sociaux.

1. Quelle est la pièce la plus précieuse du musée?

2. Chaque objet a sa propre valeur historique et culturelle, mais les pièces de textile berbères sont particulièrement remarquables par leurs formes et couleurs.

1. J'ai remarqué que la plupart des visiteurs du musée sont des touristes, quant est-il de la population locale berbère ?

2. Il est vrai que peu de visiteurs marocains viennent au musée, peut être à cause d'une absence de culture muséale. Nous essayons par nos efforts de cibler autant que possible la population berbère. Nous envisageons dans ce sens, de créer de nouvelles expositions temporaires. Nous aspirons que ces nouvelles expositions attirent au mieux les publics locaux et nationaux.

1. Comment le public peut-il soutenir le musée ?

2. Visiter le musée, participer à nos programmes, faire des dons ou simplement partager leurs suggestions avec nous.

1. En tant que directeur, quel est votre plus grand défi ?

2. Rendre le musée pertinent et attractif pour les générations futures.

1. Merci pour vos précieuses informations.

2. Avec grand plaisir.

2. Entretien avec Romain Simenel, concepteur-muséographe au musée Pierre Bergé, 2023.

1. Bonjour Monsieur Simenel, en tant que muséographe, comment décririez-vous la conception du Musée Pierre Bergé?

2. Bonjour, merci pour votre importante question, la philosophie de notre musée repose sur la culture berbère. Nous cherchons à créer des espaces qui reflètent l'histoire de ce peuple et ses particularités identitaires.

1. Quels ont été les principaux défis rencontrés lors de l'aménagement des expositions du musée ?

2. La préservation des objets fragiles, la création d'un parcours fluide pour les visiteurs, et l'intégration des technologies modernes.

1. Comment le musée s'assure-t-il que les expositions restent fidèles à l'esprit de la culture berbère ?

2. Nous travaillons avec des experts en culture berbère, des historiens et des artisans pour garantir l'authenticité de nos expositions.

1. La dénomination Pierre Bergé ainsi que l'architecture du lieu ne reflètent pas la culture marocaine, comment expliquez-vous ce fait ?

2. En tant que concepteur du Musée Pierre Bergé des arts berbères, je comprends que la dénomination et l'architecture contemporaine du musée puissent susciter des questions de représentation. Le choix du nom 'Pierre Bergé' rend hommage à un homme qui a contribué de manière significative à la valorisation du patrimoine culturel. Nous croyons fermement que le musée, par ses collections et ses activités, promut l'héritage berbère à travers le monde.

1. Quelle est votre approche pour rendre les expositions attrayantes pour les jeunes publics ?

2. Nous utilisons des supports multimédias et des ateliers éducatifs ; nous croyons que l'apprentissage par l'expérience permet de captiver l'intérêt des jeunes.

1. Pensez-vous que les publics interagissent positivement avec les outils numériques ?

2. Il est bien difficile de deviner comment les publics vont réagir devant les dispositifs numériques, s'ils les apprécient ou pas. Je pense que votre étude sera répondre à cette question. Mais à mon avis, la plupart des retours que nous avons reçus sont très positifs.

1. Monsieur Simenel je vous remercie pour le temps accordé.

2. Merci à vous et bienvenu.

3. Analyse de l'entretien

L'entretien avec le concepteur du Musée Pierre Bergé révèle plusieurs points clés :

Inspiration et Passion : L'inspiration derrière la création du musée vient de la fascination de Pierre Bergé pour la culture et l'art berbères.

Hommage et Reconnaissance : Le musée porte le nom de Pierre Bergé en hommage à son amour pour le Maroc et son engagement envers la préservation de la culture berbère.

Architecture et Emplacement : Situé au cœur du jardin Majorelle, le musée a été conçu pour refléter les liens profonds que tissent Pierre Bergé avec le lieu.

Éducation et Accessibilité : Le musée vise à éduquer le public sur l'histoire berbère du Maroc. Il offre une documentation riche qui rend l'expérience à la fois informative et accessible.

Diversité et Richesse Culturelle : Les expositions du musée exposent la richesse de la culture berbère, avec plus de 600 objets. Cela présente un panorama complet de la créativité berbère.

Engagement Continu : Le concepteur du musée exprime un engagement envers la culture berbère, en indiquant que le musée est un lieu vivant de célébration de l'identité berbère.

Ces points soulignent l'importance du Musée Pierre Bergé en tant que plateforme éducative et culturelle pour les visiteurs. Certes, le musée doit relever le défi de se rapprocher des populations locales et notamment les non-publics à travers des activités comme l'événementiel.

AnnexeC

Muséede lamusique Dar Jamai

1. Entretien avec Ahmed Marga directeur du musée Dar Jamai, 2023

1. Bonjour et merci de nous accueillir dans votre musée. Pourriez-vous nous parler de votre rôle en tant que directeur du Musée de la Musique ?

2. Bonjour et bienvenue à Dar Jamai, je suis Ahmed Marga directeur du musée, mon rôle consiste à préserver l'identité musicale marocaine à travers la conservation de son patrimoine.

1. Le musée a récemment rouvert ses portes après des travaux de restauration. Pouvez-vous nous en dire plus sur les nouveautés et les améliorations apportées ?

2. En effet, le musée a subi une restauration majeure pour préserver l'architecture du palais. Nous avons maintenant des espaces dédiés à différents genres musicaux marocains.

1. Quelle est la pièce la plus précieuse ou la plus unique du musée ?

2. Chaque pièce de notre collection a sa propre histoire, toutes les collections sont précieuses, car ils témoignent de la richesse de notre patrimoine musical.

1. Comment le musée contribue-t-il à la préservation de la musique marocaine ?

2. Nous travaillons en collaborations avec des chercheurs pour documenter les traditions musicales. Nos expositions visent à sensibiliser le public à l'importance de la musique et l'identité marocaine.

1. Pourrions-nous dire que la mission du musée est éducative par excellence ?

2. La mission éducative du musée Dar Jamai, suppose à la fois une découverte de connaissances, mais aussi un apprentissage émotionnel. Le musée est pensé comme un espace d'éducation et d'émotion.

1. Comme la plupart des autres musées étudiés, j'ai remarqué une forte présence des touristes avec une forte absence de visiteurs locaux. Comment expliqueriez-vous ce fait ?

2. C'est une observation pertinente. D'abord, il y a souvent une perception que les musées sont principalement destinés aux touristes, ce qui peut parfois dissuader les citoyens locaux de les visiter. Nous travaillons activement pour changer cette perception. Notre objectif est de rendre le musée plus inclusif de la communauté locale.

1. J'ai également remarqué qu'il y'a une utilisation du son sur haut-parleur et des écrans vidéo, à votre avis ses multiples sons dans l'espace ne perturbent pas la visite des visiteurs ?

2. Nous sommes conscients que cela peut parfois créer une surcharge sensorielle. Nous allons bientôt régler ses lacunes.

1. Quelles sont vos méthodes pour connaître les appréciations des publics?
2. Pour évaluer les appréciations de nos visiteurs, nous menons des enquêtes de satisfaction à la sortie du musée, qui nous permettent de recueillir des avis plus détaillés.
 1. J'ai remarqué la présence d'une médiatrice au musée, parlez moi plus de son rôle et des activités qu'elle présente.
 2. La médiatrice culturelle joue un rôle essentiel au sein de Dar Jamai. Sa mission principale est de faciliter l'accès à la culture pour tous les publics. Elle anime des activités éducatives des ateliers pédagogiques. etc.
1. Quels sont les défis auxquels le musée doit faire face aujourd'hui?
2. Comme beaucoup d'institutions culturelles au Maroc, nous devons trouver des moyens de nous adapter aux nouvelles technologies et rechercher de nouvelles façons pour attirer les publics notamment locaux.
1. Pour conclure, quel message souhaitez-vous transmettre aux visiteurs du musée?
2. Je les invite à venir au musée. C'est une expérience qui mérite la visite.
1. Merci pour votre accueil et réponses.
2. Merci à vous.

2. Les points clés de l'entretien

Perception et Accessibilité : le directeur reconnaît que les musées sont souvent perçus comme étant destinés aux touristes, ce qui peut dissuader les visiteurs locaux. Il mentionne des initiatives pour rendre le musée plus inclusif aux locaux.

Intégration Technologique : l'utilisation de la technologie est importante au musée. Ce dernier, est attentif à l'équilibre entre l'immersion et le respect de l'identité et des traditions marocaines.

Dynamisme des Expositions : le musée propose un mélange d'expositions permanentes pour présenter la musique marocaine aux visiteurs.

Rôle de la Médiatrice Culturelle : le rôle de la médiatrice culturelle est essentiel pour rendre la culture plus accessible et compréhensible.

3. Analyse du formulaire du musée Dar Jamaï

Le formulaire du musée Dar Jamaï se trouve à l'entrée du musée, et vise à :

- recueillir des informations précieuses sur les visiteurs;
- Comprendre le profil des visiteurs, y compris l'âge, le sexe, la nationalité et la langue parlée, pour mieux adapter les contenus aux publics ;
- Évaluer les attentes et les intérêts des visiteurs en ce qui concerne les activités proposées par le musée ;
- Recueillir des feedbacks sur l'expérience des visiteurs pour améliorer l'offre du Musée Dar Jamaï.
- Identifier les motivations qui poussent les visiteurs à venir ou à revenir au musée;

Genre	
<input type="checkbox"/> Homme	<input type="checkbox"/> Femme <input type="checkbox"/> Enfant
Tranche d'âge	
<input type="checkbox"/> -18 ans	<input type="checkbox"/> 18-40ans <input type="checkbox"/> 40-60 <input type="checkbox"/> + 60 ans
Catégorie des visiteurs	
<input type="checkbox"/> Touristes	<input type="checkbox"/> Visiteurs nationaux <input type="checkbox"/> Visiteurs locaux
Avez-vous déjà visité Dar Jamaï ?	
Comptez-vous revenir au musée ?	

Formulaire d'entrée au musée Dar Jamaï

Nos analyses du formulaire montrent que la plupart des visiteurs du musée sont des adultes. Malgré les visites scolaires organisées, la catégorie enfant est moins présente. Elles révèlent également une présence équilibrée entre les visiteurs hommes et femmes. En ce qui concerne la fidélité des publics, les données montrent que les visiteurs adultes sont généralement des visiteurs occasionnels plutôt que réguliers. Cela peut s'expliquer par la nature permanente des expositions ou par le manque d'intérêt à revenir au musée.

Les touristes, comme l'affirment bien également notre questionnaire, constituent la première catégorie à visiter le musée. L'analyse du formulaire d'entrée révèle que le Musée attire principalement un public adulte et touristique. La satisfaction est élevée, mais il y a une opportunité d'améliorer l'engagement par des expériences plus interactives. La fréquence des visites suggère que le musée améliore ses activités en collaborant par exemple avec des

artistes et des musiciens locaux ou en créant des campagnes de communication ciblées qui répondent aux intérêts des populations locales.

AnnexeD

MuséeduFootballMarocain

1. Entretien avec Zayd Ouakrim, conservateur du Musée du Football Marocain, 2023

1. Bonjour Monsieur Ouakrim, merci de nous accueillir. Pour commencer, pourriez-vous nous parler de la création de ce musée et de la vision qui a présidé à sa création ?

2. Bonjour et bienvenue au musée du football marocain. La création de ce musée, de 2100m², est le fruit de la vision de SM le Roi Mohammed VI ; ce musée est une contribution à la préservation de la mémoire footballistique nationale. Le musée abrite divers espaces : le hall d'accueil propose aux visiteurs des expositions permanentes et temporaires. « 1320 m² dédiés à l'exposition permanente, 400 m² pour l'exposition temporaire et une salle de projection de 100 m².

1. Comment le musée aborde-t-il la relation avec ses visiteurs ?

2. Chaque espace est conçu pour engager le visiteur dans un dialogue avec l'histoire du football marocain. Nous voulons que nos visiteurs se sentent comme composants de l'histoire et du musée.

1. Quelles sont les stratégies mises en place pour attirer différents types de publics, notamment les jeunes générations ?

2. Nous utilisons diverses approches, comme des expositions temporaires, des ateliers éducatifs et interactifs pour impliquer les jeunes et leur transmettre notre passion pour le football.

1. Comment le musée contribue-t-il à la vie culturelle de Salé et au-delà ?

2. Le musée n'est pas seulement un lieu de conservation, c'est aussi un espace vivant qui participe activement à la vie culturelle. Nous collaborons avec des écoles, des associations et des institutions pour promouvoir l'éducation et la culture sportive.

1. Quel est l'objectif final de ce musée ?

2. Il s'agit de dépasser les discours traditionnels des musées basés sur l'objet ethnographique, d'aborder un sujet d'actualité qui répond aux attentes des publics marocains.

1. A votre avis pourquoi les gens préfèrent aller aux stades de foot plutôt qu'aller dans un musée de foot ?

2. Nous ne pouvons pas comparer entre deux lieux complètement différents. Il est vrai que le MFM expose le football marocain et tend à travers ses dispositifs, à reproduire l'ambiance des stades, certes les publics cherchent du spectacle, du mouvement, une ambiance réelle, festive

qui ne peut se produire au musée. Chaque espace à ses propres particularités, qui doivent être respectées.

1. Comment le musée intègre-t-il les nouvelles technologies ?

2. Des écrans interactifs sont répartis dans le musée pour offrir des informations détaillées sur les expositions et permettre aux visiteurs de personnaliser leur parcours. Nous mettons en place des nouveaux outils technologiques comme hologrammes afin de permettre aux publics de vivre une expérience unique..

1. Comment le musée s'assure-t-il de représenter toutes les régions du Maroc et leurs contributions au football national ?

2. C'est une question essentielle pour nous. Nous organisons des expositions temporaires dédiées à chaque région, mettant en lumière les clubs locaux, les joueurs et les moments historiques spécifiques à chaque région du royaume.

1. Quelle est la vision future du musée et comment envisagez-vous son évolution ?

2. Notre vision pour l'avenir du musée est ambitieuse et inclusive. Nous prévoyons d'intégrer davantage des technologies immersives, comme la réalité virtuelle, pour permettre aux visiteurs de vivre des moments historiques du football marocain comme s'ils y étaient.

1. Merci Monsieur Ouakrim pour le temps accordé.

2. Merci à vous pour ses questions pertinentes.

2. Entretien avec Jean-François Bodin, muséographe de l'exposition, 2023.

1. Bonjour Monsieur Bodin, et merci de nous accorder cet entretien. Pourriez-vous nous présenter votre rôle en tant que muséographe au musée ?

2. Bonjour, c'est avec plaisir que je partage avec vous mon expérience. En tant que muséographe, mon rôle est de concevoir les espaces d'exposition. Je travaille en étroite collaboration avec les historiens et les conservateurs pour veiller à ce que chaque objet exposé puisse raconter une histoire du football marocain.

1. Quelle importance accordez-vous à l'aspect éducatif des expositions ?

2. L'éducation est au cœur de notre mission. Nous voulons que les visiteurs repartent avec une meilleure compréhension de l'histoire du football marocain. C'est pourquoi nous intégrons des éléments interactifs et des supports pédagogiques qui stimulent la curiosité et encouragent l'apprentissage.

1. Parlez-moi plus de la muséographie du musée et ses messages pour les publics.

2. La muséographie de l'exposition veut montrer l'évolution du football marocain. Les joueurs marocains ont remporté la quatrième place dans la coupe du monde, un résultat qui mérite d'être récompensé par une exposition de qualité.

1. Comment les musées s'adaptent-ils aux tendances actuelles pour attirer un public plus jeune ?

2. Nous sommes constamment à la recherche de nouvelles manières d'engager le public jeune. Cela passe par l'utilisation des réseaux sociaux, des expositions temporaires sur des thèmes populaires, et des événements footballistiques. Nous avons également des espaces dédiés aux jeux vidéo sur le thème du foot.

1. En tant que muséographe, quel a été votre plus grand défi ?

2. Le plus grand défi a été de trouver l'équilibre entre la préservation des éléments historiques et l'intégration des technologies modernes.

1. Comment comptez-vous concevoir l'exposition temporaire du musée ?

2. Je n'ai pas conçu l'exposition temporaire de façon traditionnelle, mais comme des plans différents qui devaient utiliser des qualités différentes. Je n'ai pas voulu faire un discours intellectuel, mais jouer sur toute une série d'éléments possibles en privilégiant l'interaction.

1. Quels sont vos projets pour le futur du musée ?
 2. Nous envisageons d'élargir notre collection, d'abriter de nouvelles expositions temporaires et de diversifier nos activités éducatives..
-
1. Merci pour le temps accordé.
 2. Avec grand plaisir.

3. Analyse des points clés des entretiens

Création du musée : M. Ouakrim commence par expliquer l'origine du musée, en soulignant la vision royale qui a présidé à sa création et à son rôle dans la préservation de la mémoire footballistique nationale.

- **Connexion avec les publics :** Il met en avant la conception des espaces thématiques du musée, conçus pour engager les visiteurs et les intégrer dans l'histoire du football marocain.
- **Stratégies d'attraction :** M. Ouakrim décrit les stratégies mises en place pour attirer différents types de publics, notamment les jeunes, à travers des expositions temporaires et des ateliers éducatifs.
- **Contribution à la vie culturelle :** le conservateur aborde le rôle du musée dans la vie culturelle de Salé, et l'importance des collaborations avec les écoles et institutions sportive.
- **Représentation des régions :** il explique comment le musée s'assure de représenter toutes les régions du Maroc et leurs contributions au football national.
- **Utilisation des nouvelles technologies :** M. Ouakrim et Bodin parle de l'intégration des nouvelles technologies pour enrichir l'expérience des visiteurs.
- **Rôle du muséographe :** M. Bodin souligne l'importance de la muséographie dans l'expérience muséale.
- **Aspect éducatif:** l'éducation est mise en avant comme par le musée.
- **Engagement des jeunes:** le musée adopte des stratégies modernes pour attirer un public jeune, telles que les expositions temporaires, les espaces de jeux vidéo, etc.
- **Équilibre entre tradition et modernité :** M. Bodin mentionne le défi de conserver les éléments historiques tout en intégrant des technologies modernes.
- **Projets futurs:** des expositions temporaires et des activités éducatives sont envisagés pour attirer un public national et international.

4. Notre contribution au musée: stage au Musée du Football Marocain

Dans le cadre d'un stage au musée du Football Marocain, nous avons eu l'opportunité de participer à diverses tâches. Au cours de ce stage d'un mois au Musée du Football Marocain, nous avons pu :

- Traduire des documents assurant ainsi l'accessibilité des expositions à un public international.
- Monter les expositions temporaires et permanentes. Cela impliquait le classement des objets, la scénographie et l'ajustement de l'éclairage.
- Créer des kits pédagogiques destinés aux groupes scolaires.
- Concevoir des brochures informatives et le site web du musée afin de promouvoir les expositions et à informer les visiteurs sur les activités à venir.
- Assister dans la gestion des collections, nous avons aidé à cataloguer de nouvelles acquisitions et à numériser des archives.
- Participer à l'accueil des visiteurs, en fournissant des informations essentielles sur le musée et en répondant aux questions des publics.

Ce stage a été une expérience formidable qui nous a permis de développer des compétences et des connaissances en gestion de projet culturel et en médiation culturelle, tout en me plongeant dans l'univers du football marocain. Cette expérience éveilla en nous une appréciation pour le patrimoine sportif marocain. Par ailleurs, au cours du stage au Musée du Football Marocain, nous avons été confrontés à de nombreux défis: La traduction des textes pour les expositions a été particulièrement exigeante non seulement au niveau de la maîtrise de langue, mais aussi de la compréhension des termes sportifs utilisés dans ce domaine. La gestion du temps a également été un aspect critique, surtout lorsqu'il s'agissait de respecter les délais serrés pour le montage des expositions. Cela demandait une grande capacité de gestion de temps et d'organisation.

Se familiariser rapidement avec les nouvelles technologies et les logiciels a été essentiel pour créer le site web du musée, ainsi que de concevoir des kits pédagogiques et des brochures qui captivent les divers publics. Enfin, travailler au sein d'une équipe multidisciplinaire a nécessité une bonne capacité de communication, une adaptation aux différents styles de travail tout en respectant les perspectives de chacun. Ces défis ont non seulement testé nos compétences existantes, mais nous ont également permis de

développer de nouvelles capacités notamment à aborder les problèmes sous des angles variés. Cette collaboration étroite nous a également permis de développer des compétences en gestion de conflits et en médiation culturelle. De plus, en travaillant en équipe pour surmonter les obstacles, nous avons appris à valoriser la contribution de chacun dans un environnement de travail respectueux et collaboratif.

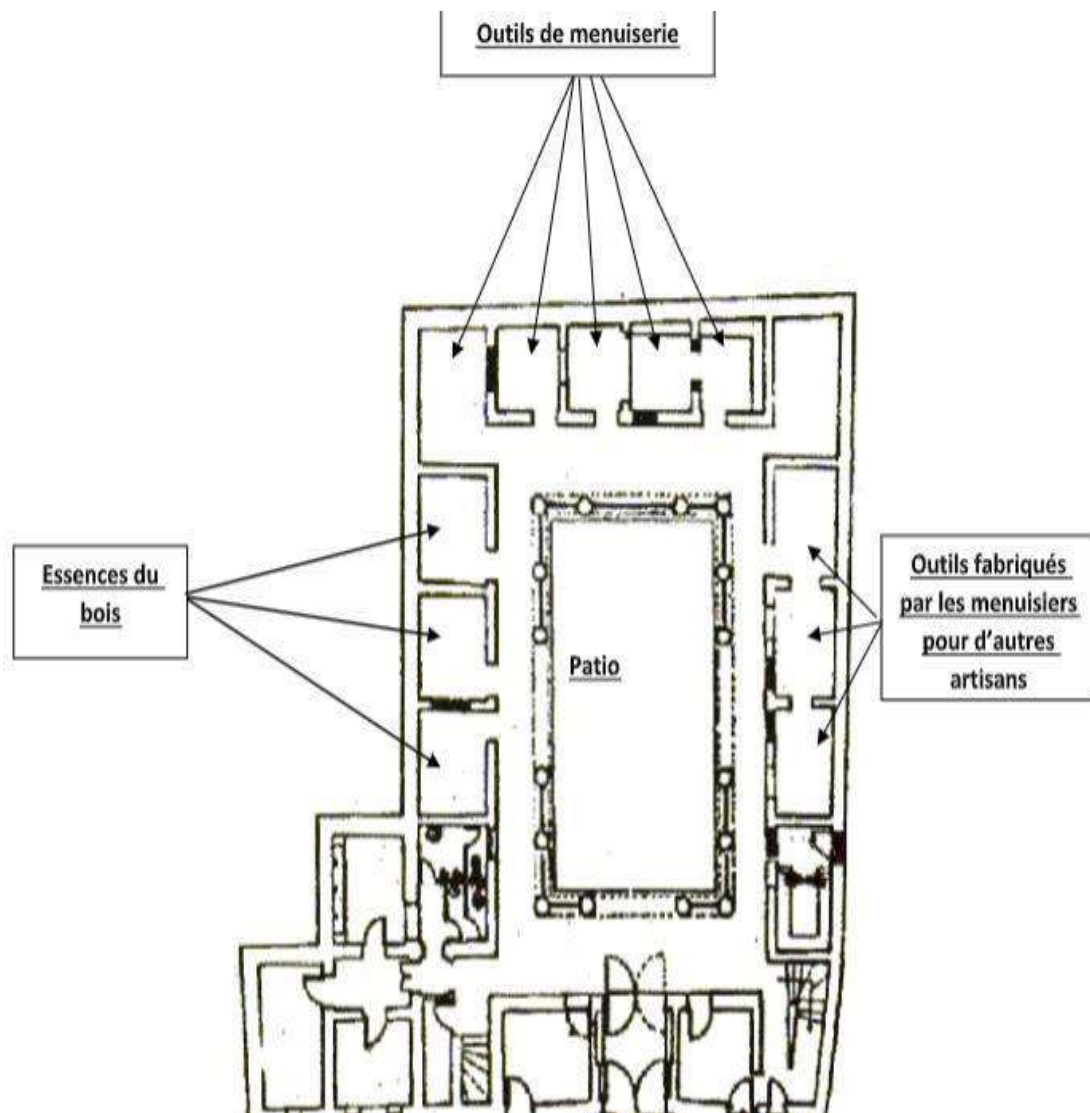


Photosdumontage de l'exposition

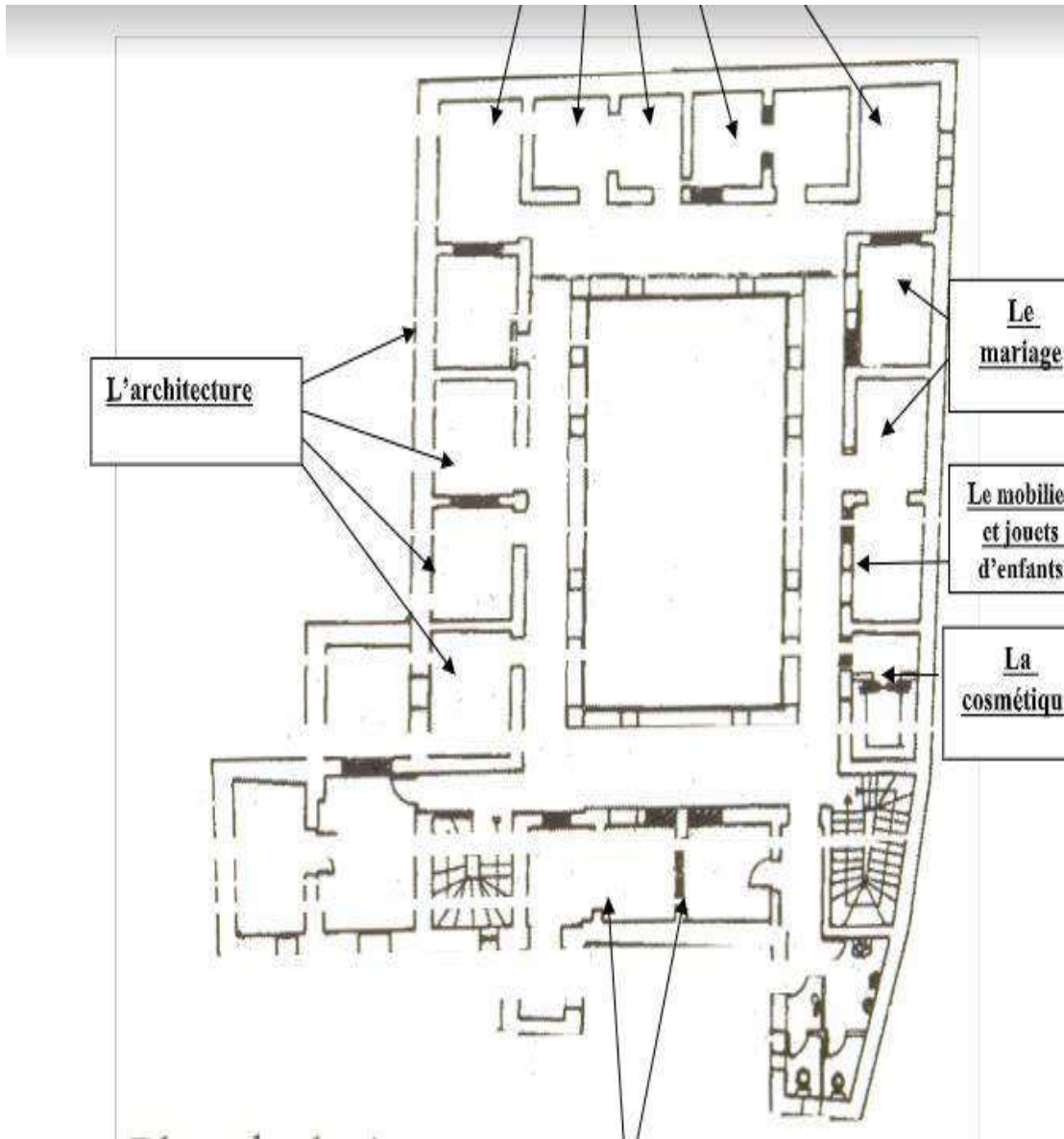
AnnexeE

MuséeNejjarine àFès

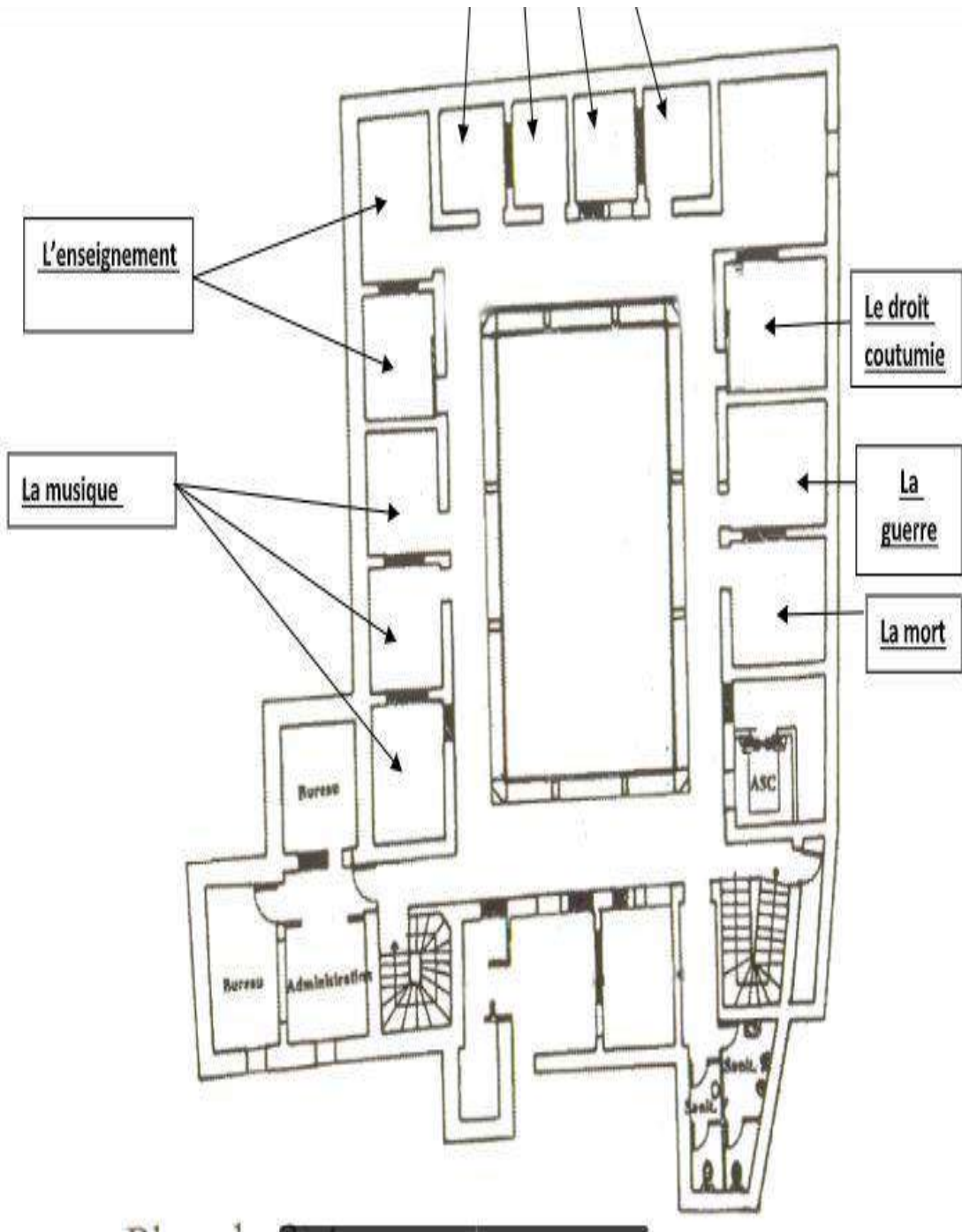
1. Plan dumuséeNejjarine



Répartition des collections au rez de chaussée.



Plandu 1er étage



Plandu2ème étage

2. Entretien avec les visiteurs du musée Nejjarine

Lors de l'événement au musée Nejjarine, nous avons effectué de nombreux entretiens avec les visiteurs du musée. Nous avons recueilli une multitude d'opinions et de réactions nous avons ainsi sélectionné quatre entretiens représentatifs qui reflètent les impressions générales des participants à l'événement.

Visiteur 1

1. Quelle a été votre première impression en entrant dans le musée aujourd'hui ?

2. J'ai adoré l'atmosphère du lieu. Il y a une harmonie entre l'architecture historique et les œuvres qui y sont exposées.

1. Comment décririez-vous l'ambiance de l'événement ?

2. Il y a un sentiment de communauté ici. J'apprécie l'atmosphère du lieu.

1. Avez-vous appris quelque chose de nouveau lors de votre visite ?

2. Oui, j'ai appris sur les diverses techniques utilisées dans le travail du bois. C'est beaucoup plus complexe que je ne le pensais.

1. Pensez-vous que des événements comme celui-ci sont importants pour la ville de Fès ?

2. Absolument. Cela met en lumière notre patrimoine en culture et attire des publics à venir découvrir le musée.

1. Et selon vous, quelle est l'importance de ces événements pour la préservation de l'artisanat local ?

2. Ils sont essentiels dans le sens où ils encouragent les jeunes générations à s'y intéresser.

1. Connaissez-vous le musée avant l'événement ?

2. La réalité non, mes amis m'ont invité à l'événement et c'est grâce à cela que j'ai pu découvrir ce fabuleux espace. Je pourrai dire que l'événement est une bonne stratégie pour attirer les non-publics comme moi (rire).

1. Merci d'avoir partagé votre expérience. Nous espérons vous revoir lors des prochains événements.

2. Certainement, ce fut une expérience mémorable. Merci pour tout.

Visiteur2

1. Comment pensez-vous que des événements influencent la communauté locale ?
2. Ils renforcent notre identité culturelle et montrent aux jeunes générations la valeur de notre héritage artisanal.

1. Est-ce votre première visite au musée Nejjarine ?
2. Non, j'ai déjà été venu, mais y'at très longtemps, j'ai été revenu sous invitation d'un ami afin d'assister à l'événement.

1. Qu'est-ce qui vous a le plus impressionné lors de cet événement ?
2. La richesse de l'histoire et la qualité de l'artisanat. J'ai été particulièrement impressionné par les objets en bois.

1. Ya-t-il quelque chose que vous emporterez avec vous après cette visite ?
2. Une appréciation plus profonde pour l'art marocain et un désir d'apprendre davantage sur notre histoire.

1. Quelles sont les émotions que vous avez ressenties lors de l'événement ?
2. J'ai été ému par la beauté du lieu. Il y a un sentiment de fierté que j'ai ressenti d'être marocain.

1. Comment décririez-vous l'atmosphère de l'événement ?
2. Il y avait une atmosphère de découverte et d'émerveillement, une forme d'excitation.

1. Pensez-vous à retourner au musée pour une nouvelle visite ?
2. J'espère retourner pour voir le prochain événement.

1. Merci d'avoir partagé vos sentiments. Votre expérience enrichit notre compréhension de l'impact de l'événement.

Visiteur3

1. Qu'est-ce qui vous a incité à nous rendre visite aujourd'hui ?
2. Je n'habite pas loin de la médina de Fès, je ne connaissais pas le musée Nejjarine, j'ai reçu l'invitation à l'événement, et je suis venu sans hésitation.

1. Ya-t-il une pièce en particulier qui a capturé votre attention ?
2. Oui, les magnifiques horloges en bois, de véritables œuvres d'art.

1. Comment décririez-vous votre expérience de l'événement ?
2. Une expérience exceptionnelle, qui reflète la culture de Fès, ses musiques, ses ambiances.
Chaque salle du musée offre une nouvelle atmosphère juste incroyable.

1. Quelle importance accordez-vous à des événements comme celui-ci pour la culture marocaine ?
2. Ces événements nous rappellent d'où nous venons et montrent à quel point le monde est riche de notre patrimoine matériel ou immatériel.

1. Comptez-vous retourner au musée Nejjarine ?
2. Je crois que j'ai vu toute l'exposition, mais en cas de nouveaux programmes ou événements je reviendrai.

1. Merci beaucoup pour vos commentaires. Profitez bien de l'événement.
2. Je vous en prie.

Visiteur4

1. Quelles sont vos attentes en venant ici aujourd'hui ?

2. J'espérais découvrir des aspects de l'artisanat marocain que je ne connaissais pas, et je n'ai pas été déçu.

1. Quelle est la chose la plus surprenante que vous ayez apprise ou vue aujourd'hui ?

2. La complexité du travail du bois. Je n'étais jamais rendu compte.

1. Comment pensez-vous que le musée pourrait améliorer l'expérience des visiteurs lors de futurs événements ?

2. Peut-être en intégrant plus de technologies, comme la réalité augmentée pour voir comment ces œuvres étaient utilisées dans leur contexte d'origine.

1. Connaissez-vous le musée avant ? Est-ce votre première visite ?

2. Non, je n'avais aucune idée sur le musée ; quand j'ai entendu que y'a un événement à la médina de Fès je suis venu moi et mon fils. Oui, effectivement, c'est ma première visite au Nejjarine.

1. À votre avis, l'événement est une stratégie importante pour attirer les publics ?

2. L'événementiel est une démarche importante pour attirer de nouveaux publics, surtout si cet événement est répétitif. Je suis bien un modèle d'une personne qui ne connaissait pas le musée Nejjarine et que grâce à l'événement j'ai pu visiter cette institution.

1. En tant que visiteur, quelle contribution pensez-vous pouvoir apporter pour aider à préserver notre riche patrimoine culturel ?

2. Je crois que parler de ces événements et encourager les gens à visiter les musées sont déjà des contributions.

1. Comptez-vous retourner au musée Nejjarine ?

2. Je retournerais à chaque nouvel événement.

1. Merci à vous. Avez-vous des suggestions pour les prochains événements ?

2. J'aimerais voir un événement centré sur l'influence des cultures voisines sur l'artisanat marocain.

1. C'est une perspective intéressante. Vous pouvez suggérer au directeur du musée Nejjarine vos propositions, elles seront certainement prises en compte.

Visiteur5

1. Bonjour Madame, Bienvenu au musée Nejjarine. Pouvez-vous nous parler de votre expérience au Musée ?

2. Bonjour j'ai eu l'opportunité de participer à plusieurs événements organisés par le Musée Nejjarine. J'ai apprécié le festival des musées sacrés et le défilé de mode.

1. Super!,Quels événementsvous ont le plus marqué?

2. Ce qui m'a vraiment marqué, c'est la façon dont le conservateur du musée a su apporter une dimension éducative aux objets exposés. Par exemple, lors des journées de lecture, il expliquait en détail le contexte historique des objets, ce qui nous permettait de mieux comprendre leur signification et leur valeur.

1. Pouvez-vous nous donner plus de détail sur le défilé de mode?

2. Le conservateur a également pris le temps d'expliquer comment certains motifs et techniques de couture remontent, ce qui a donné un sens à l'événement.

1. Comment évaluez-vous l'importance de tels événements pour les musées au Maroc ?

2. Ces événements sont essentiels pour les musées au Maroc. Ils permettent d'attirer un public plus large. De plus, ces événements permettent de promouvoir le patrimoine marocain.

1. Pensez-vous qu'un défilé de mode organisé au musée est significatif pour la thématique du bois ?

2. Oui, je trouve bien, au final je pense que ces activités dynamisent le musée et attirent l'attention des publics.

1. Avez-vous des suggestions à proposer au musée?

2. Oui, je pense qu'il serait bénéfique d'intégrer encore plus d'activités interactives, comme des ateliers pratiques. De plus, organiser des événements dans différents lieux de la ville pourrait rendre les musées plus accessibles à ceux qui ne peuvent pas se déplacer facilement.

1. Très bien, merci Madame pour le temps accordé.

2. Merci à vous, c'est un grand plaisir de répondre à vos questions.

3. Analyse des points clé des entretiens

L'analyse des entretiens réalisés lors de l'événement au Musée Nejjarine révèle plusieurs points clé:

- **Appréciation des expositions:** les visiteurs expriment une admiration pour les objets d'exposition et l'architecture du musée.
- **Engagement communautaire:** les entretiens montrent que les visiteurs reconnaissent l'importance de ces événements pour la communauté locale, en termes de préservation de l'identité culturelle et de transmission des savoirs.
- **Suggestions pour l'avenir :** certains visiteurs ont proposé des idées pour améliorer les futurs événements, comme l'intégration de technologies et l'organisation d'ateliers pour les enfants.
- **Impact émotionnel :** les visiteurs ont partagé les émotions ressenties pendant l'événement, ce qui témoigne de l'impact émotionnel de l'événement sur eux.

Ces points clés indiquent le rôle crucial de l'événement muséal dans la valorisation et la promotion du musée. Ces entretiens confirment l'idée que les visiteurs reviennent au musée en cas de nouveaux événements. Le renouveau au musée permet selon les résultats obtenus d'attirer et de fidéliser les publics.

L'analyse des commentaires dans le livre d'or du musée Nejjarine est également une excellente manière pour mesurer l'impact de l'événement sur les visiteurs. En examinant les appréciations des publics, nous avons pu identifier les appréciations des publics sur l'événement. Les commentaires du livre d'or montrent que les visiteurs ont apprécié certains aspects de l'événement. Les visiteurs expriment souvent dans ces pages leurs impressions personnelles, leur émotion ou critique même.

Selon le responsable du musée, les propositions d'amélioration suggèrent des voies pour améliorer l'exposition, tandis que les marques de soutien renforcent la mission culturelle et éducative du musée. Les expressions de gratitude, les remerciements encouragent le musée à redoubler ses efforts et à mettre en place des événements de qualité. Ces retours sont essentiels pour le musée, car ils lui permettent de répondre aux attentes des publics et à offrir des expériences mémorables.

LES «NUITS DES SUDS» À FÈS

Explorer la richesse et la complexité des nuits du monde

Le premier colloque international «Nuits des Suds», qui se tient à Fès, a exploré la dimension méconnue de la vie nocturne dans les pays du Sud, soulignant son importance sociale, culturelle et économique. Rassemblant des chercheurs de différents domaines, il a permis un dialogue interdisciplinaire et international sur l'aménagement, l'organisation et la perception de la nuit, en particulier dans le contexte de la transition écologique.

La nuit, longtemps considérée comme un simple contrepoint à la journée, s'impose aujourd'hui comme un espace-temps à part entière, riche d'enjeux sociaux, culturels et économiques. C'est cette dimension méconnue, particulièrement dans les pays du Sud, que le premier colloque international «Nuits des Suds» a exploré à Fès, du 20 au 22 septembre. L'événement a rassemblé chercheurs, artistes et acteurs locaux autour d'une question peu étudiée, à savoir comment les nuits du monde se vivent-elles, se façonnent-elles et s'organisent-elles ? Organisé sous l'égide de l'Université Sidi Mohamed Ben Abdellah (USMBA), en partenariat avec de prestigieuses universités internationales, ce colloque, qui a réuni plusieurs dizaines de chercheurs, a permis de traiter la nuit dans sa dimension sociale, culturelle, économique et environnementale, avec un focus particulier sur les réalités du Sud.

UNE EXPLORATION TRANSVERSALE D'UN ESPACE-TEMPS MÉCONNU

Longtemps négligée dans les études urbaines et sociales, la nuit s'impose aujourd'hui comme un objet d'étude majeur. Les organisateurs du colloque soulignent la complexité de cet espace-temps, marqué par des représentations contrastées et soumis à de multiples pressions. Les «Nuits des Suds» se sont penchés sur les aspects



Ce colloque a mis en lumière la nécessité d'une meilleure compréhension et d'une gestion durable de cet espace-temps.

multiformes de la vie nocturne dans les pays du Sud, un champ d'investigation où les recherches, bien que croissantes, restent souvent cloisonnées. Le colloque a ainsi permis de combler un vide scientifique et d'encourager une meilleure circulation des connaissances sur la question.

UN DIALOGUE INTERDISCIPLINAIRE ET INTERNATIONAL

L'ambition du colloque était de dépasser les frontières disciplinaires et géographiques. Des chercheurs issus de diverses disciplines - aménagement,

fructueux avec les participants venus d'horizons divers. Le caractère international du colloque était également une composante essentielle. Des universités de premier plan en France, en Espagne, en Équateur, au Mexique, au Canada et en Chine ont participé à l'événement, témoignant de l'intérêt grandissant pour cette thématique à l'échelle mondiale. La participation de chercheurs issus du Maroc, du Sénégal, de France, d'Italie, d'Espagne et d'autres pays du Sud et du Nord a permis de confronter différents points de vue et d'enrichir la réflexion collective. Mohammed Bouzlafa, doyen de la

du musée, Mohammed Chadli, a mis en avant l'importance de la nuit en tant qu'espace propice à la valorisation du patrimoine et à l'accessibilité culturelle. Il a rappelé l'expérience des «Nuits des Musées» à Fès, qui a démontré que la nuit pouvait être un moment privilégié pour découvrir le patrimoine et le rendre accessible à un public plus large. L'idée étant de susciter une réflexion sur la manière dont les institutions patrimoniales et culturelles peuvent s'approprier l'espace nocturne pour proposer de nouvelles formes d'expériences et de découvertes du patrimoine.

La nuit est un espace-temps à part entière, riche d'enjeux sociaux, culturels et économiques, méconnu notamment dans les pays du Sud.

anthropologie, art, architecture, droit, géographie, économie, histoire, sciences de l'ingénieur, études sur les médias, sciences politiques, sociologie, urbanisme - se sont réunis pour partager leurs travaux et leurs perspectives sur les nuits des Suds. L'intervention de Pape Sakho, de l'université Cheikh Anta Diop de Dakar, illustre parfaitement cette ouverture interdisciplinaire. En tant que géographe spécialisé dans les questions urbaines, il a présenté ses recherches sur la mobilité nocturne à Dakar, ouvrant ainsi la voie à des échanges

FSIES de Fès, a souligné l'importance de cette diversité dans la compréhension de cette thématique et dans la formulation de recommandations pertinentes pour le développement économique et social de la région de Fès-Meknès.

LE MUSÉE NEJJARINE, UN LIEU SYMBOLIQUE POUR EXPLORER LE PATRIMOINE NOCTURNE

L'organisation du colloque au Musée Nejjarine des arts et métiers du bois à Fès a donné une dimension particulière à l'événement. Le conservateur

UN REGARD PROSPECTIF SUR L'AVENIR DES NUITS DANS LE CONTEXTE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Au-delà des aspects descriptifs et analytiques, le colloque a également mis l'accent sur la dimension prospective des «Nuits des Suds». Face aux défis du réchauffement climatique, la nuit peut-elle devenir un espace d'activité privilégié, permettant de réduire la consommation énergétique et de promouvoir des modes de vie plus durables ? Le colloque a encouragé une réflexion sur le rôle potentiel de la nuit dans le processus de transition écologique. Il a souligné la nécessité de développer des politiques publiques et des stratégies innovantes pour gérer et valoriser cet espace-temps de manière responsable et durable.

Mehdi Idrissi

Annexe F
Questionnaire des études de cas

Questionnaire destiné aux visiteurs du musée

Doctorante en anthropologie et muséologie à l'Institut National des Sciences de l'Archéologie et du Patrimoine (INSAP) à Rabat, je prépare une thèse portant sur le thème « public et musées au Maroc ». A cet effet, je mène une enquête dans différentes institutions muséales. Afin de mesurer le rapport entre exposition et technique d'exposition et visiteurs j'ai préparé un questionnaire que j'aimerais adresser aux différentes catégories des publics. Pour mener à bien cette enquête je compte énormément sur votre haute bienveillance et votre assistance.

Premier axe: données personnelles

1) Genre:

Homme Femme

2) Tranche d'âge:

-18 ans 18-25ans 26-45ans 46-60ans + 60ans

3) Nationalité:.....

4) Niveau d'étude:

Préscolaire Primaire Collège Secondaire Enseignement supérieur

5) Catégories socioprofessionnelle:

Agriculteur Artisan Ouvrier Cadre moyen supérieur Chef d'entreprise Commerçant Demandeur d'emploi Etudiant Employé Enseignant retraité

Autre (précisez).....

Deuxième axe: le musée

6) Vous êtes?:

visiteurs de proximité visiteurs nationaux Visiteurs étrangers ou touristes

7) Comment avez-vous connu le musée?

Internet Brochure Bouche à oreilles médias réseaux sociaux Autre réponse (précisez)

.....

8) Comment se passe votre visite ?

Seul(e) En couple En famille Entre ami(e)s En groupe (scolaire, voyageur...)

Autre réponse
(précisez).....

9) Avez-vous déjà visité le musée ? Première visite deuxième visite plusieurs visites

Autre réponse (précisez)
.....

Si vous comment à être votre dernière visite?

.....

.....

10) Pourquoi visitez-vous ce musée?

Car son contenu est intéressant car il expose une thématique sociale

Car il utilise les nouvelles technologies Par curiosité pour prendre des photos

Pour m'informer pour me divertir pour mon bien-être car c'est gratuit

Autre (précisez)
.....

Troisième Axe: Appréciation des visiteurs

11) Que pensez-vous du musée?

Intéressant ludique ennuyeux innovant éducatif interactif

Insignifiant captivant fatigant inclusif Exclusif

Autre (précisez)
.....

12) Qu'avez-vous ressenti lors de votre première visite ?

Joie émerveillement Passivité anxiété culpabilité

Fierté sentiment d'appartenance Respect plaisir

Autre (précisez).....

13) Quelle section de l'exposition vous a le plus attirée?

Pourquoi (précisez).....

.....

14) Avez-vous apprécié la médiation du musée?

Si oui

(précisez).....

Si non

(précisez).....

15) Pensez-vous que les nouvelles technologies donnent du sens à l'exposition ?

oui non peut-être pas vraiment

Autre

.....

Si oui

(précisez).....

Si Non (précisez).....

16) Êtes-vous satisfait des contenus de l'exposition (expositions, dispositifs, thématiques, contenus) ?

Oui non un peu pas vraiment très satisfait

Autre.....

Si oui, (précisez).....

Si Non,

(précisez).....

17) Le musée a-t-il répondu à vos attentes?

Oui non pas vraiment un peu parfaitement

Si oui, précisez

lesquels

.....

.....

Si non, dites-nous pourquoi

.....

18) Reviendrez-vous au musée?

Oui Non peut-être

Si oui

pourquoi?.....

Si non

pourquoi?.....

19) Avez-vous déjà visité des musées au Maroc?

- Oui** **non**

Si oui précisez

lesquels.....

Sinon dites nous pourquoi.....

.....

20) Quelles étaient donc vos impressions?

- J'aime bien c'est ennuyeux j'en aime pas c'est satisfaisant
 j'adore c'est stagne c'est monotone pas mal
 c'est inclusif c'est pratique c'est impressionnant trop permanent et

manque de nouveauté

Autre

(précisez).....

21) À votre avis qu'est ce qui distingue ce musée des autres musées?

- L'athématique d'exposition l'utilisation des NTIC la médiation du musée
 La muséographie du musée les œuvres exposées l'architecture du musée

Autre

(précisez).....

Pour toute remarque complémentaire, n'hésitez pas à vous exprimer ci-dessous.

.....
.....
.....

Merci pour votre sollicitation

Ce questionnaire est général, il concerne nos cinq études de cas. Certes, nous avons ajouté certaines questions selon le contexte de chaque musée. Par exemple, dans le musée Pierre Bergé et à l'inverse du musée de la Sira Annabaouiya, le texte est fortement présent dans les expositions. C'est pour qu'inous avons inclus quelques questions concernant le texte dans le musée: «pensez-vous que les textes de l'exposition sont visibles et accessibles ? Avez-vous apprécié le texte de l'exposition ?». Ces questions visent à recueillir des avis sur l'importance du texte et de l'information au musée. Nous avons également essayé de traduire notre questionnaire en anglais et en arabe afin de cibler les divers publics.

L'objectif de ces traductions est de communiquer le message de manière efficace, en évitant les malentendus qui pourraient survenir à cause des différences linguistiques. Cela permet également de favoriser une meilleure communication interculturelle et de garantir que l'information soit bien reçue par le visiteur, quels que soit sa langue ou sa nationalité.

Questionnaireformuseumvisitors

PhD student in anthropology and museology at the National Institute of Archaeology and Heritage Sciences (INSAP) in Rabat, I am preparing a thesis on the theme "public and museums in Morocco". To this end, I am conducting a survey in various museum institutions. In order to measure the relationship between exhibition and exhibition technique and visitors, I have prepared a questionnaire that I would like to send to the different categories of the public. To carry out this investigation, I am counting enormously on your high benevolence and assistance.

Firstaxis:personaldata

1) Gender:

- Male Female
-

2) Agerange:

- 18 years 18-25years 26-45years 46-60 years + 60yearsold
-

3) Nationality:.....

4) Levelofstudy:

- Preschool Primary Middle Secondary HigherEducation
-

5) Socio-professionalcategory:

- Farmer Craftsman Worker senior middle manager Business manager
 Shopkeeper Job seeker Student
 RetiredEmployee Teacher
 Other(specify).....
-

Secondaxis:themuseum

6) Areyou?:

- Proximity Visitors DomesticVisitors ForeignVisitorsorTourists

7) How did you find out about the museum?

- Internet Brochure Word of Mouth Media Social Media

other answer

(specify).....

8) How is your visit going?

- Alone as a couple as a family with friend's as a group

(school, traveler...)

other answer (specify).....

9) Have you ever visited the museum?

- First visit second visit several visits

other answer

(specify).....

If so, how was your last visit?

.....
.....

10) Why are you visiting this museum?

- Because its content is interesting because it exposes a social theme
 Because it uses new technologies Out of curiosity to take photos
 To inform me to entertain me for my well-being because it's free

Other (specify).....

Third Axis: Visitor Appreciation

11) What do you think of the museum?

- Interesting fun boring innovative educational
 Interactive Insignificant captivating tiring inclusive Exclusive

Other (specify).....

12) How did you feel on your first visit?

- Joy wonder Passivity anxiety guilt
- Pride sense of belonging Respect fun

Other (specify).....

13) Which section of the exhibition attracted you the most?

Why specify).....
.....

14) Did you appreciate the museum's mediation?

If yes (specify).....

If no (specify).....

15) Do you think that new technologies give meaning to the exhibition?

- yes no maybe not really

Other.....

If yes (specify).....

If no (specify).....

16) Are you satisfied with the content of the exhibition (exhibitions, devices, themes, contents)?

- Yes no a little not really very satisfied

Other.....

If yes, (specify).....

If not, (specify).....

17) Did the museum meet your expectations?

- Yes no not really a little perfectly

If yes, specify which ones.....

If not, tell us why.....

18) Will you be returning to the museum?

- Yes No maybe

If so, why?.....

If not, why?
.....

19) Have you ever visited museums in Morocco?

- Yes no

If so, please specify which ones.....

If not, tell us why.....

20) What were your impressions?

- I like it's boring I don't like it's satisfying
- I love it's stagnant it's monotonous not bad
- it's inclusive It's convenient It's impressive too permanent and lacks novelty
- Other (specify).....
-

21) In your opinion, what distinguishes this museum from other museums?

- The theme of the exhibition the use of NTIC the museum's mediation
- The museum's museography the works exhibited the museum's architecture
- Other (specify).....
-

For any further remarks, please feel free to express yourself below.
.....
.....
.....

Thank you for your solicitation

فحتملار اوزلناييتسا

طالبة دكتوراه في الأثر وبيولوجيا وعلوم المتاحف في المعهد الوطني للأثار وعلوم التراث في الرباط، أقوم بإعداد أطروحة حول موضوع "الجمهور والمتاحف في المغرب" تحقيقاً لهذه الغاية، أقوم بإجراء تحقيقاً في مختلف مؤسسات المتاحف من أجل قياس العلاقة بين المعرض وتقنية المعرض والزوار، قمت بإعداد استبيان أود إرساله إلى الفئات المختلفة من الجمهور. لإجراء هذا التحقيق، أعول بشكل كبير على إحسانكم ومساعدتكم العالية

استبيان لزوار المتحف 1 الجنس

ذكر أنثى

2 الفئة العمرية

أقل من 18 سنة ما بين 18-25 سنة ما بين 26-45 سنة ما بين 46-60 سنة أكثر من 60 سنة

3) الجنسية:

4) المستوى الدراسي:

مرحلة ما قبل المدرسة ابتدائي إعدادي ثانوي تعليم عالي

5) الفئة الاجتماعية المهنية

مزارع حرفي عامل مدير أعمال تاجر باحث عن عمل طالب
 موظف مدرس متقاعد
آخر (حدد)

المحور الثاني: المتحف

6) هل أنت من؟:

الزوار المحليين من داخل البلد

الزوار الأجانب أو السياح

7) كيف تعرفت على متحف؟

الإنترنت إعلان أسما عا وسائل

الإعلام الشبكات الاجتماعية

□ آخر (حدد)

8) كيف تتم زيارتك؟

□ وحدك □ مع زوجك □ مع العائلة □ مع الأصدقاء □ في

مجموعات (مدرسة، مسافرين □... آخر) حدد

(.....)

9) سبق أن زرت المتحف؟ هل

□ الزيارة الأولى □ الزيارة الثانية □ عدة زيارات

.....

آخر (حدد).....

إذا

كان □ الأمر

كذلك، كيف كانت زيارتك الأخيرة؟

10) لماذا تزور المتحف؟

□ لأن المحتوى مفيد □ لأنه يعرض معارض اجتماعية □ لأنه يستخدم تقنيات حديثة □ بدافع الفضول □ لالتقاط الصور □ للاستفادة الترفيه □ من أجل الاستمتاع □ لأنه مجاني

□ آخر

(.....) حدد

المحور الثالث: تقييم الزوار

11) ما رأيك في المتحف؟

تفاعلي □ مثير للاهتمام □ ممتع □ ممل □ متطور

□ شامل تعليمي □ حصري □ غير مهم □ ملفت للانتباه □ متعب

□ آخر (.....)

12) كيف كان شعورك لحظة زيارتك الأولى؟

□ فرح □ انبهار □ انحياز □ الفلق □ شعور بالذنب □ الافتخار

□ شعور بالانتماء □ الاحترام □ المتعة

.....

.....

□ آخر (حدد).....

13) أي جناح من المعرض جذبك أكثر؟

.....
□ حدد لماذا
.....

14) هل أنت راض عن وساطة المتحف؟

□ إذا كانت الإجابة بنعم، (حدد)
.....
□ إذا كانت الإجابة بلا، (حدد)
.....
.....

15) هل تعتقد أن التقنيات الحديثة تعطي معنى للمعرض؟

□ نعم □ لا □ ربما □ ليس حقاً
□ آخر
□ (حدد) إذا كانت
الإجابة بنعم، حدد
□ إذا كانت الإجابة بلا، حدد
.....
.....

16) هل أنت راض عن محتوى المعرض (المعارض، الأجهزة، المواضيع، المحتوى)؟

□ نعم □ لا □ قليلاً □ لست راضياً جداً □ راضياً جداً
□ آخر (حدد)
□ إذا كانت الإجابة نعم، حدد
□ إذا كان الجواب بلا، حدد
.....
.....

17) هل أجاب المتحف على إنتظاراتك؟

□ نعم □ لا □ ليس حقاً □ قليلاً □ تماماً □ إذا كان الجواب بنعم ، حدد هذه الانتظارات
.....
□ إذا كان الجواب بلا، وضح لماذا
.....

18) هل ستعود مجدداً إلى متحف؟

□ نعم □ لا □ ربما
□ إذا كان الجواب بنعم، وضح لماذا؟
.....
□ إذا كان الجواب بلا، وضح لماذا؟
.....
.....

19) هل سبق لك أن زرت متاحف بالمغرب؟

نعم لا

إذا كان الجواب بنعم، حدد أي منها

.....
إذا كان الجواب بلا، وضح لماذا

.....
.....

20) كيف كانت انطباعاتك عن هذه المتاحف؟

أحببت لم أحب ممل جيد

رائع جدا دائم وغير متجدد ترتيب ليس سيئا شامل مناسب مثير للإعجاب

آخر (حدد).....

21) برأيك، ما الذي يميز هذا المتحف عن باقي المتاحف؟

موضوع المعرض استخدام التكنولوجيا وساطة المتحف

تحافة المتحف الأعمال المعروضة الهندسة المعمارية

.....
للمتحف آخر (حدد).....

.....
ملاحظات إضافية.....

شكرا على دعمكم

الكلمات المفتاحية

ثقافة، تراث، هوية، متحف، جمهور، معرض، خطاب، تمثيل، معنى، إدماج اجتماعي

ملخص البحث

تدرس هذه الأطروحة علاقة الجمهور بالمؤسسة المتحفية بالمغرب وتحاول استكشاف مختلف أشكال هذه العلاقة بالاعتماد على دراسة الإستراتيجيات التي تعتمد عليها هذه المتاحف تجاه جمهورها وذلك منذ إنشاء المتاحف الأولى إبان الحماية الفرنسية إلى يومنا هذا. كما تحاول هذه الدراسة تفسير أسباب رفض المغاربة لمؤسستهم المتحفية وعزوفهم عنها في أفق إيجاد "بديل جديد" قادر على تحقيق مصالحة بين السكان المحليين ومؤسستهم المتحفية تراعي تعدد هوياتهم وانتظارا لهم في إطار مناخ تطبعه ديمقراطية ثقافية

Mots-clés de la recherche : culture, patrimoine, identité, musée, public, exposition, discours, représentation, sens, inclusion sociale.

Résumé de la recherche

Cette thèse, étudie la question de public dans le contexte muséal au Maroc. Elle explore les différentes formes de relations et de stratégies mises en œuvre par les musées marocains envers leurs publics, depuis la création des premiers musées lors du Protectorat français jusqu'à nos jours. L'étude tente d'explicitier les raisons du rejet des marocains de leur institution muséale et explore les pistes d'une sorte de « nouvelle alternative » capable de concilier les populations locales avec leurs musées en tenant compte de leurs identités particulières et plurielles et de leurs réelles attentes, dans la perspective d'une démocratie culturelle.

Keywords: culture, heritage, identity, museum, public, exhibitions, discourse, representation, meaning, social inclusion.

Abstract

This thesis examines the question of the public in context of moroccan museum. It explores the different relationships and strategies implemented by Moroccan museums towards their audiences, from the creation of the first museums during the French Protectorate to the present day. The study attempts to explain the reasons for Moroccans' rejection of their museum institutions, and explores avenues for a kind of "new alternative" capable of reconciling local populations with their museums, taking into account their particular and plural identities and their real expectations, in the perspective of a cultural democracy