Une muséologie québécoise dynamique et d'aujourd'hui : favoriser l'appropriation des collections par les publics de maintenant

Raymond Montpetit muséologue consultant

Remis au Ministère de la Culture et des Communications du Québec

Version finale 19 août 2013











Table des matières

INTRODUCTION	4
Une nouvelle politique et ses antécédents	4
I – LA SCÈNE MUSÉALE GLOBALE	6
Trente ans de mutations pour continuer	6
II – LA MUSÉOLOGIE D'ICI : ÉVOLUTION ET CARACTÉRISATION	9
Regard sur l'évolution rapide de la muséologie au Québec	9
Une professionnalisation plutôt récente, mais largement accomplie	9
Des influences stimulantes	11
Un « boom » de réalisations	15
Une approche muséologique québécoise	16
III – LA <i>POLITIQUE MUSÉALE</i> DE 2000 : UNE RELECTURE	19
Une politique qui définit et soutient les missions muséales	19
Les contenus de la Politique muséale du Québec	19
Première orientation : Les citoyens d'abord	20
Deuxième orientation : Cap sur l'expertise	22
Troisième orientation : Une institution muséale dans la communauté	25
Quatrième orientation : La force du réseau muséal	27
Cinquième orientation : Direction le monde	33
IV – DES PERSPECTIVES D'AVENIR : TENDANCES ET ADAPTATIONS	36
Quatre tendances globales lourdes pour le début XXIe siècle	38
1- Le tournant vers les visiteurs et l'éducation	38
2- La démographie : immigration et minorités ethnoculturelles : l'inclusion	40
3- Le tourisme culturel	45
Les lieux d'interprétation et sites historiques	48
Le tourisme créatif	49
4- Les technologies et l'interactivité	52
L'interactivité	56

Quelques tendances actuelles observées aux États-Unis			58
Tendances observées en 2012 par le <i>CFM</i> Tendances observées en 2013 par le <i>CFM</i>			59
			61
CONCLUSIO	ON		63
Une muséologie dynamique en constante évolution			63
Quelques pric	orités		64
	1- Les collections muséales		
		- Les réserves	64
		- Le patrimoine religieux	65
	2- Les établissements muséaux	x.	
		- Le financement du réseau	67
		- La diffusion en convergence	68
		- L'interculturel	68
	3- Les publics		
		- Le virtuel et l'accès Internet	68
		- L'interactivité	69
		- Communautés culturelles et personnes âgées	69
ANNEXE 1.	NNEXE 1. Les objets et la patrimonialisation		

* * * *

Une muséologie québécoise dynamique et d'aujourd'hui : favoriser l'appropriation des collections par les publics de maintenant

Les musées sont des centres d'accès au savoir et d'exceptionnels conservatoires de la diversité culturelle. Ils participent à la compréhension mutuelle et à la cohésion sociale, ils sont l'un des rouages du développement économique et humain. Leur contribution est fondamentale en matière de richesses matérielles et spirituelles.

Sophie Her, Échanges, août-septembre 2009

INTRODUCTION

Une nouvelle politique et ses antécédents

En 2000, le Québec se dotait pour une première fois d'une *Politique muséale. Vivre autrement la ligne du temps*¹ qui précise, après plusieurs décennies d'interventions de l'État, cinq grandes orientations privilégiées par le gouvernement pour s'adresser à huit enjeux identifiés; elle présente de plus les éléments d'un plan d'action qui énumère plusieurs objectifs plus spécifiques servant à guider les mesures concrètes qui s'appliqueraient dans les années à venir. Ce texte se situe dans la suite de deux autres : *La Politique culturelle du Québec. Notre culture. Notre Avenir*, de 1992, qui mettait déjà de l'avant des principes de démocratisation culturelle, en affirmant vouloir « valoriser l'héritage culturel » par « des interventions davantage orientées vers les citoyens »; elle affirmait aussi qu'en « vertu de cet objectif axé sur l'accès de la population au patrimoine, les institutions muséales jouent un rôle majeur [...] [et] sont les premiers diffuseurs de notre héritage culturel sur l'ensemble du territoire². » Ainsi, le réseau modernisé des musées, centres d'exposition et lieux d'interprétation du patrimoine se voyait confier, en 1992, un rôle majeur dans la diffusion d'un patrimoine devant être accessible à tous.

Nous avons toujours trouvé ce titre quelque peu énigmatique.

² Québec, Ministère des Affaires culturelle, *La Politique culturelle du Québec. Notre culture. Notre Avenir*, Québec, 1992, p. 39 et 41.

Puis, en 1994, un autre texte du ministère de la Culture et des Communications (MCCQ), *Le réseau muséal québécois. Énoncé d'orientations. S'ouvrir sur le Monde*, va dans le même sens, en se penchant plus précisément sur le rôle du réseau des institutions muséales. On y lit qu'« audelà de leur vocation de montrer ce qui s'est fait et ce qui se fait, les institutions muséales ont celle de nous apprendre le pourquoi et le comment des choses qui ont forgé toutes les cultures³. » Quant à l'« objectif central » alors attribué au réseau, c'est celui de « Conserver le patrimoine culturel et le rendre accessible à la population du Québec⁴. » L'*Énoncé* propose huit orientations comme « consolider le réseau des musées », « favoriser les projets novateurs », « accroître la collaboration entre les "grands musées" et les autres », « harmoniser les actions entre le MCC et les autres ministères concernés par la muséologie⁵ », etc.

Plusieurs de ces orientations ont alors commencé à être mises en application et restent toujours pertinentes aujourd'hui, comme leur reprise dans la *Politique muséale* en fait foi. En effet, la nouvelle *Politique* maintient plusieurs des orientations de l'*Énoncé*, celle de « consolider le réseau et d'y favoriser les échanges », celles aussi de « rendre le patrimoine accessible aux citoyens » et « d'ancrer les institutions dans leur communauté et municipalité ». À ces orientations, s'en ajoutent, en 2000, deux nouvelles concernant « l'expertise des personnels en place » et « les collaborations avec l'étranger et le rayonnement dans le monde ».

Québec, Ministère de la Culture et des Communication, Québec, *Le réseau muséal québécois. Énoncé d'orientations. S'ouvrir sur le Monde*, juin 1994, p. v. Cet accent mis sur le « pourquoi et le comment » semble appeler des présentations qui vont au-delà de la simple exposition/contemplation des artefacts, vers leur interprétation et médiation. Nous aurons à y revenir.

[«] Conserver et rendre accessible le patrimoine » sont les fondements d'une politique culturelle. Ils étaient déjà affirmés en France, à la création du ministère des Affaires culturelles : le décret fondateur qui créait ce ministère – rédigé par André Malraux lui-même – lui assignait en effet cette mission : « Rendre accessibles les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français; assurer la plus vaste audience au patrimoine culturel et favoriser la création des œuvres d'art et de l'esprit qui l'enrichissent. » Voir : Olivier Todd, André Malraux : Une vie, Paris, Gallimard, 2001, p. 428; et aussi en collaboration, Les Affaires culturelles au temps d'André Malraux 1959-1969, Paris, La documentation française, 1996, p. 375. C'est sur des bases similaires que s'établissent toujours les politiques culturelles aujourd'hui.

⁵ *Ibid.*, p. 21 et suivantes.

Les cinq orientations retenues dans la *Politique muséale* de 2000 prennent donc appui pour la plupart sur les objectifs que le Ministère appliquait depuis quelques années, en conformité avec l'*Énoncé* de 1994⁶.

Nous allons en premier évoquer brièvement le contexte des changements et des mutations survenus sur la scène muséale globale, qui expliquent en bonne partie la situation nouvelle et les défis que doivent relever nos institutions, de même que le type d'actions nécessaires prises ici par l'État. Puis, nous jetterons un bref regard sur l'évolution rapide de notre muséologie, pour comprendre comment elle a réussi à s'inspirer de son histoire et des courants internationaux pour développer plusieurs de ses caractéristiques reconnues aujourd'hui. Ensuite, nous examinerons une à une les cinq orientations de cette politique muséale, avec les enjeux qu'elle a formulés et les éléments du plan d'action qu'elle a proposé, pour voir le chemin maintenant parcouru et comment ces priorités ont pris ou non forme. Nous terminerons ensuite en proposant, à la lumière des tendances récentes observables depuis l'an 2000, quelques éléments nouveaux qui mériteraient maintenant d'apparaître explicitement comme des axes ou des priorités de l'action muséale gouvernementale.

I – LA SCÈNE MUSÉALE GLOBALE

Trente ans de mutations pour continuer

Les musées, comme la société dans son ensemble, ont subi durant les derniers trente ans, les grandes mutations qui marquent notre époque. En 1996, un colloque de muséologie à Montréal prenait pour titre : « La société et le musée, l'une change, l'autre aussi⁷ ». Traitant des musées, plusieurs observateurs résument cette évolution en parlant d'un passage du « musée » au sens de l'institution traditionnelle, à « l'entreprise culturelle⁸ » qui fonctionne désormais selon les

Voir le tableau comparatif de ces orientations que nous avions produit dans notre « Rapport de la présidence », *Passion, professionnalisme et précarité* remis au MCCQ, en août 2000, p. 25.

Voir les actes du colloque *La société et le musée, l'une change, l'autre aussi*, Montréal, Pointe-à-Callière, 1996.

Voir, en ligne, la section 5 intitulée « Du musée à l'entreprise culturelle » de l'article « muséologie » de l'*Encyclopædia Universalis*. On y lit ceci : « Le débat politique sur la globalisation et la

logiques communicationnelles et marchandes qui prévalent dans le contexte social d'aujourd'hui. De nombreux débats ont opposé ceux qui ont cherché à résister à ces changements, en réaffirmant la nature et le rôle traditionnels des musées, aux autres qui ont vu que les temps changeaient et ont plutôt opté pour s'adapter aux nouvelles dynamiques sociétales, afin de poursuivre « autrement » leurs missions essentielles qui sont celles de conservation, d'interprétation et de diffusion des patrimoines qu'ils détiennent aux publics d'aujourd'hui, et celle de leur transmission aux générations futures.

The museum appears to have lost its purpose as a public service. It is now no longer restricting itself to preserving and exhibiting art, but is also developing countless concomitant activities that will soon proceed to become its core business: guided tours, lectures, conferences, film projections, selling catalogues and books and marketing arts-and-crafts products ranging from reproductions of paintings to notepaper and T-shirts. Add to this banquets, parties, and soon fashion shows. This sort of frenetic activity is part of a program; the museum is now a place in which culture is exploited in order to create turnover⁹.

Pour décrire cette mutation, nous avons parlé, en 2000, de « musée-producteur multifonctionnel¹⁰ » afin de dire comment ces institutions, jadis centrées presque exclusivement sur l'étude de leurs collections et leurs expositions en salles permanentes, se sont transformées pour offrir maintenant quantité de services et produire de nombreux évènements d'animation et de diffusion à l'intention de publics variés, ce qui les maintient sans cesse sur la scène publique et parmi les autres produits culturels qui s'offrent aux citoyens pour remplir leur temps de loisir. The museum's role as a site of an elitist conservation, a bastion of tradition and high culture gave way to the museum as a mass medium, as a site of spectacular mise-en-scène and

marchandisation des biens culturels ne peut pas ne pas accompagner les changements intervenus au niveau planétaire : augmentation du nombre des musées, diversification de leurs activités et accroissement de leurs publics. On observe la montée en puissance du geste architectural faisant du musée un enjeu touristique majeur, le développement de stratégies de communication et de « marketing » en relation avec le double objectif d'augmenter, sinon de démocratiser, le public et d'accroître les ressources propres du musée. » http://www.universalis.fr/encyclopedie/museologie/5-du-musee-a-l-entreprise-culturelle/

Vittorio Magnago Lampugnani, « Insight versus Entertainment: Untimely Meditations on the Architecture of Twentieth-century Art Museums », Sharon MacDonald, éd., *A Companion to Museum Studies*, Oxford, Blackwell Publishing Ltd, 2006, p. 252.

Voir notre texte *Les musées : générateurs d'un patrimoine pour aujourd'hui*, publié par le ministère de la Culture et des Communications du Québec, en 2000, à l'occasion de la nouvelle politique muséale.

operatic exuberance¹¹. Plusieurs établissements se sont ouverts sur la collectivité, en se mettant résolument au service de la communauté et en acceptant un mandat large d'animateur culturel.

Nous avons vu se modifier ici comme ailleurs, les dynamiques, la philosophie, les approches, les moyens et les initiatives de programmation qui ne sont plus comparables à l'action des musées des années 1950. Le muséologue canadien Duncan Cameron parla le premier de la « révolution des musées », en analysant les changements qu'il voyait survenir alors dans les musées américains des années 1960¹². En France, l'ancien président directeur du Louvre, Pierre Rosenberg, notait aussi son expérience à ce sujet :

Dans les années soixante, au début de ma carrière, le musée occupait une place marginale dans la société, à Paris comme en province. [...]. J'ai eu le bonheur d'assister et parfois de participer à cette radicale mutation. Les musées ont conquis dans toutes les classes de la société une place enviable (et souvent enviée)¹³.

Tous les observateurs des sociétés occidentales développées constatent la place nouvelle que les musées ont prise dans la sphère publique, en se transformant; aussi, parlent-t-ils souvent d'un « changement de paradigme que connaissent les musées, plongés dans un environnement caractérisé par la commercialisation de la culture, l'essor de la communication globale, la financiarisation de l'économie et l'expansion du marché mondialisé ¹⁴ », toutes ces caractéristiques correspondant aux analyses du fonctionnement des sociétés dites postindustrielles et postmodernes.

_

¹¹ A. Huyssen, *Twilight Memories : Marking Time in a Culture of Amnesia*, Londres, Routledge, 1995, p. 14.

Voir son article devenu un classique « Duncan F. Cameron, "The Museum, a Temple or the Forum." Curator: The Museum Journal. 1971. Voir aussi Gail Anderson, éd., Reinventing the Museum: Historical and Contemporary Perspectives on the Paradigm Shift. Lanham, MD, AltaMira Press, 2004. Traduit en français dans André Desvallées éditeur, Vagues, une anthologie de la nouvelle muséologie, tome 1, Macon, M.N.E.S. Ed. W, 1992 p. 77 et suivantes.

Pierre Rosenberg, « Avant-propos », Jean-Michel Tobelem, *Le nouvel âge des musées. Les institutions culturelles au défi de la gestion*, 2^e éd., Paris, Armand Colin, 2005, p. 7.

Jean-Michel Tobelem, *op. cit.*, p. 281. L'idée d'un **nouveau paradigme** qui gouverne maintenant la notion de musée revient dans plusieurs titres de colloques et de livres : citons en deux célèbres, l'article de Stephen Weil paru en 1990 et intitulé « *Rethinking the museum : An Emerging new Paradigm »* et le recueil collectif dirigé par Gail Anderson sous le titre « *Reinventing the museum: historical and contemporary perspectives on the Paradigm Shift »*, Walnut Creek, Altamira Press, 2004.

Mais à côté des changements survenus, il faut aussi noter que des constantes demeurent dans les manières dont les musées perçoivent leurs missions et conduisent leurs actions. Comme l'écrit le muséologue François Mairesse,

Le « projet muséal » se réinvente ainsi, à chaque génération [...] il n'en reste pas moins que ces générations ont souvent été confrontées à des problèmes similaires et ont formulé des projets identiques. Je pense par exemple aux arguments éducatifs, touristiques, économiques ou sociaux, évoqués depuis de nombreuses décennies, parfois depuis des siècles¹⁵.

Se renouvelant à plusieurs égards, le projet muséal de maintenant s'élabore en tenant compte des contraintes et des impératifs nouveaux dictés par le présent, avec lesquels les objectifs hérités du passé et toujours à l'ordre du jour doivent composer. Au Québec en particulier, la réinvention s'est faite tôt et rapidement, transformant la culture organisationnelle des établissements plus anciens et définissant les missions et les approches des plus nouveaux.

II - LA MUSÉOLOGIE ICI : ÉVOLUTION ET CARACTÉRISATION

Regard sur l'évolution rapide de la muséologie au Québec

Comment la muséologie ici a-t-elle vécu les mutations partout constatées durant les dernières décennies? Comment a-t-elle composé avec les dynamiques nouvelles? Le mot d'ordre a-t-il été à la résistance, ou le vent de l'innovation a-t-il su l'emporter? Quel bilan tracer de la scène muséale d'ici en la situant dans une perspective historique?

Une professionnalisation plutôt récente, mais largement accomplie

La muséologie au Québec a su rapidement évoluer, modifier les conceptions et les pratiques plus anciennes, entrer dans les dynamiques du temps présent et innover pour y répondre, probablement parce que le milieu muséal ici ne jouissait pas d'une tradition bien établie, défendue par des professionnels aguerris, et que les nouveaux venus étaient prêts à intervenir avec de nouvelles logiques et sur d'autres bases.

¹⁵ François Mairesse, *Le Musée temple spectaculaire. Une histoire du projet muséal*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 2002, p. 12.

Dans les années 1950, à l'aube de la Révolution tranquille, parmi la soixantaine de musées que comptait le Québec, lesquels occupaient dans l'espace public une place prééminente? Nous dirions que par leur emplacement et leur architecture, deux musées seulement disposaient d'un édifice imposant et dominaient ainsi le paysage muséal de l'offre au grand public : le premier, le Musée des beaux-arts de Montréal, ouvert en 1876; situé rue Sherbrooke à partir de 1912, il émanait du cercle des collectionneurs de l'élite anglophone montréalaise. Le second, voulu par l'État, était national : le Musée du Québec ouvrit en 1933, pour regrouper art, sciences naturelles et un peu d'histoire. Ces deux établissements montraient une certaine professionnalisation et des contacts avec les milieux muséaux étrangers¹⁶. À part ces deux d'établissements, quels autres musées retrouvions-nous au Québec? Deux autres lieux ouverts et fréquentés, le Zoo de Québec fondé en 1931, et le Jardin botanique de Montréal fondé la même année, se signalent; ce sont des lieux de savoir, mais aussi de divertissement et de verdure. Ensuite, par leur popularité et fréquentation, deux autres musées à vocation plus commerciale et touristique se démarquent, le Musée historique canadien, mieux connu comme le musée de cire de Montréal, près de l'Oratoire Saint-Joseph, ouvert en 1937, et le Musée de cire de Québec, ouvert en 1945, lui aussi dans un lieu touristique, rue Sainte-Anne¹⁷. Ensuite, nous trouvons dans plusieurs localités de petits musées d'histoire in situ qui logent dans des bâtiments historiques, comme par exemple le musée du château Ramezay de la Société d'archéologie et de numismatique de Montréal, ou le musée de William Coverdale à Tadoussac¹⁸; parmi ces musées d'histoire, se trouvent aussi ceux des communautés religieuses qui y montrent des objets témoignant de la vie de la communauté, à l'intention des élèves et des visiteurs. Ajoutons pour finir, les collections de sciences naturelles des musées universitaires et collégiaux¹⁹, comme celles des séminaires de Québec et de Sherbrooke, ou du Musée Redpath, centrées sur l'enseignement et la recherche et peu ou pas accessibles au grand public. Concluons en disant que l'offre muséale au milieu du XX^e siècle

_

Notons qu'à Québec, le personnel se compose de fonctionnaires. À Montréal, en 1947, le Musée des beaux-arts se dote d'un premier directeur rémunéré et jusqu'en 1977, ses directeurs seront tous nés aux États-Unis ou au Royaume-Uni.

Ces deux musées ont présenté aux visiteurs locaux et aux touristes des scènes d'histoire canadienne au moyen de personnage en cire.

Ce musée de site est aménagé en 1942 pour montrer des pièces de sa collection amérindienne, dans une reconstitution du poste de traite de Pierre Chauvin, érigée non loin de l'hôtel de la *Canadian Steamship Lines* dont il est le président.

Dans les années 1930, on comptait 49 musées au Québec, dont 22 dans les collèges et universités; puis, le chiffre total passe à 60 musées vers 1958. Rappelons aussi que l'Association des musées canadiens est fondée en 1946 et la Société des musées québécois, à Montréal en 1958.

reste assez parcimonieuse et consiste essentiellement en des collections gérées par des amateurs et montrées aux intéressés dans les locaux de sociétés savantes, qui accumulent des documents et objets témoignant de l'histoire nationale ou régionale²⁰.

Dans le sillage de la Révolution tranquille, la muséologie au Québec a connu, à partir des années 1970²¹, un nouveau départ et de grands progrès, grâce à des interventions structurantes menées par le Ministère, à une augmentation des budgets des établissements et à une professionnalisation des personnels actifs dans les musées, qui reprennent alors en main ces premiers héritages ou fondent de nouveaux établissements.

Dans quel esprit cette reprise en main et ces développements muséaux se font-ils? Nous pouvons identifier trois sources principales d'influences qui sont venues alimenter le mouvement d'idées et les débats parmi le personnel alors plus nombreux du milieu muséal et conduire aux innovations qui se manifesteront dans la muséologie québécoise des années 1980.

Des influences stimulantes

Une première source d'influences a servi de choc de modernité pour la muséologie en place et d'un point d'appui pour un nouveau départ : il s'agit de la tenue, à l'été 1967, de l'Exposition universelle *Terre des Hommes*. De nombreux pavillons présentaient de grandes expositions sur l'histoire et la civilisation de leur pays dans lesquelles des œuvres d'art, des artefacts, des textes, des reproductions, des démonstrations et des présentations audiovisuelles se conjuguent tous pour établir une trame discursive et communiquer des messages. La majorité de ces expositions

-

Nous ne saurions ici nous étendre sur l'histoire des musées au Québec, histoire générale qui reste encore largement à faire. Pour un bref résumé de l'histoire des collections et des lieux qui les abritent, voir le texte en ligne de Laurier Lacroix « Les collections muséales au Québec », *Observatoire des musées*: http://www.smq.qc.ca/mad/collections/articles/histoirecoll/index.php. Pour l'histoire des musées, voir : Cyril Simard, (en collaboration). *Patrimoine muséologique au Québec. Repères chronologiques*, Québec, Commission des biens culturels, 1992; Jean Trudel « Le développement des musées : entre les sciences et les arts », *Musées*, *Les musées au Québec : portrait de famille*, vol. 14, n° 3, Montréal, Société des musées québécois, 1992; et Yves Bergeron, « La révolution du réseau des musées québécois », *Musées*, vol 28, 2009, p 14-29.

Au ministère des Affaires culturelles, c'est en 1971 que l'on met en place une « Direction générale des musées » suivie, en 1974, d'un « Service des musées privés ». C'est aussi dans la décennie 1970 que la notion de « réseau muséal » se concrétise : à partir de 1974, le Ministère reconnaît des « musées accrédités », souvent avec des vocations mixtes en histoire, ethnologie, art et archéologie. Ce réseau consolide l'action muséale sur tout le territoire et la rapproche des populations hors des grands centres.

thématiques allaient du passé lointain jusqu'au présent, se référant par exemple aux personnalités en vue du jour et aux productions culturelles ou scientifiques les plus récentes de leur pays. De telles muséographies ne ressemblaient pas à celles des expositions offertes dans les musées d'art ou d'histoire ici à l'époque; en comparaison, les salles statiques de nos musées vouées à la contemplation et à l'étalage des artefacts ont alors paru très « datées » à plusieurs des visiteurs de l'Expo et aux muséologues d'alors et de demain, qui repartaient en ayant reçu des leçons de design muséographique innovateur et de communication des contenus patrimoniaux aux foules.

Une seconde influence provient du courant américain de l'interprétation, systématisé dans un livre de Freeman Tilden (1883-1980), publié en 1957²², et qui a inspiré l'approche muséologique de Parcs Canada dans la conception et la mise en valeur de plusieurs lieux historiques du Québec, entre 1970 et 1985. Ce courant cherche à faire appel à tous les sens des visiteurs et à les impliquer dans le récit que les objets de collections montrés viennent appuyer et matérialiser, afin que la signification des évènements reliés au site naturel ou historique soit manifestée et appréhendée par les visiteurs. La multiplication des centres d'interprétation, entre 1970 et 1985²³, a mis ceux qui les fréquentent devant un style d'expositions modernes et dynamiques qui fournissent aux visiteurs des « clés de lecture » des évènements traités. Les objets de collections prennent place dans un discours qui contribue à faire comprendre ce dont témoignent ces objets matériels et le site lui-même, ainsi qu'à révéler le sens de tout cela pour nous, visiteurs d'aujourd'hui.

La troisième influence tient aux théories et aux pratiques de la « nouvelle muséologie » incarnée dans les écomusées français. Ce courant muséologique a donné lieu, en France, à plusieurs expérimentations et il mit de l'avant l'idée de « musée-territoire », liant la muséologie à un territoire et une population donnés. Il a aussi impliqué la population dans la production de sa mémoire et a porté attention aux témoins de la vie quotidienne et de la culture populaire. Cette muséologie, définie et prônée par Georges-Henri Rivière et Hughes de Varine, adopte de larges

Freeman Tilden, *Interpreting our Heritage*, Chapel Hill, The University of North Carolina Press, 1957. À titre indicatif, voici quelques sites mis en valeur durant ces années par Parcs Canada au Québec: 1970: le parc Forillon; 1972: le parc de l'Artillerie et des Fortifications de Québec et le parc Cartier-Brébeuf; 1973: les Forges de Saint-Maurice; 1979: l'Entrepôt de la Baie d'Hudson, à Lachine; 1983: le Fort Chambly; 1985: la Maison George-Étienne Cartier à Montréal; et le lieu historique national de la Bataille-de-la-Ristigouche.

perspectives, cherchant à penser les dimensions du temps et de l'espace de la vie collective²⁴. Ces musées s'intéressent alors aux traces de la vie d'une société à travers la mémoire matérielle et immatérielle incarnée sur un territoire, ouvrant ainsi sur une « muséologie-action ». À notre avis, l'influence de ce courant au Québec ne passe pas par une manière muséographique ou un style d'exposition, ceux-ci étant souvent hors des normes des milieux professionnels et improvisés avec le concours des bénévoles. Ce qui est retenu ici, c'est plutôt l'esprit de la démarche, l'approche globale et inclusive des thématiques, l'intérêt pour la vie quotidienne des gens « ordinaires » et l'attitude d'ensemble qui loin d'un fétichisme des objets pour eux-mêmes, cherchent à travers eux à prendre en compte la multiplicité des expériences humaines qui s'expriment dans la quotidienneté de ceux qui les ont fabriqués et utilisés²⁵. De même, l'objectif d'animer une population et de contribuer à son développement retient aussi l'attention des muséologues québécois.

L'Expo 67 et le design, la pensée muséologique de Tilden et les concepts de Rivière; voilà trois facteurs qui ont grandement contribué à la mutation que plusieurs muséologues d'ici cherchaient à provoquer pour mettre en place d'autres approches que celles qui prévalaient dans nos musées à l'époque. C'est un vaste chantier qui s'ouvre alors à la créativité de ceux qui veulent relever ce défi, à la fin des années 1970²⁶.

-

Voici la définition élaborée par Georges-Henri Rivière et Hugues de Varine et adoptée, en 1971, par l'ICOM: « musée éclaté, interdisciplinaire, démontrant l'homme dans le temps et dans l'espace, dans son environnement naturel et culturel, invitant la totalité d'une population à participer à son propre développement par divers moyens d'expression basés essentiellement sur la réalité des sites, des édifices, des objets, choses réelles plus parlantes que les mots ou les images qui envahissent notre vie. »

D'ailleurs, ces musées en France se sont professionnalisés et sont aujourd'hui regroupés avec ce que l'on désigne des « musées de société » dans la *Fédération des Écomusées et Musées de sociétés* (FEMS).

Pour l'influence de la pensée de Tilden et de Rivière, voici un témoignage d'un historien de Parcs Canada sur son travail à Québec en 1974 : « Je rencontrais des jeunes diplômés en histoire et en ethnologie, engagés pour réaliser le concept d'interprétation du Parc de l'Artillerie. Ils se mettaient alors à l'école de Freeman Tilden et de Georges-Henri Rivière, sous la supervision de vieux routiers de centres d'interprétation au Service des lieux historiques. » Marc Lafrance, « Le Parc de l'Artillerie et les Fortifications de Québec : une rétrospective de mise en valeur 1972-1990 », *Material History Review*, *Revue d'histoire de la culture matérielle* n° 39, printemps 1994. Un muséologue québécois, René Rivard, incarne bien ces deux influences : il a commencé sa carrière à Parcs Canada et a continué comme consultant en travaillant avec une approche inspirée par l'écomuséologie de Rivière.

Plusieurs observateurs et intervenants de ces années témoignent bien des débats de ce temps et décrivent le climat muséologique en ébullition des années 1980. Citons ici « La muséologie canadienne et québécoise prend un second souffle en cette décennie des années 1980. À Québec, le Vieux-Port se dotera d'un Musée de la Civilisation [...] À Montréal, un nouveau Musée d'art contemporain répondra – enfin – à l'appel du "retour à la ville". » Une autre traite de l'importance croissante de l'interprétation et de l'écomuséologie qui à partir de leur utilisation dans les sites historiques et les territoires gagnent maintenant les expositions d'autres institutions muséales : « Étendant son champ d'action auprès des institutions muséales traditionnelles, incluant les concepts de la muséologie nouvelle, l'interprétation veut donner un sens profond à une réalité historique par des moyens qui font d'abord appel à l'appréhension²⁸. » Les idées se bousculent et on cherche de nouveaux modèles d'avenir. Rendant compte des discussions alors en cours, la muséologue Louise Trottier écrivait : « Quelques muséologues et spécialistes de l'interprétation du patrimoine s'interrogent sur l'existence d'une nouvelle muséologie au Québec. Certains [...] identifient quelques tendances actuelles : l'écomusée, le musée-territoire, le musée de voisinage, le musée communautaire, la ville-musée [...] D'un commun accord, ces experts proposent que la muséologie, au Québec, soit remise en question de façon dynamique²⁹. »

Nous n'affirmons pas bien sûr que tous les gens de musées de l'époque partageaient ces idées sur la nature des transformations qui s'imposaient, mais bien que notre muséologie a trouvé dans ces débats et ces enjeux un terreau propice et des forces de renouvellement qui lui ont permis ensuite de mieux définir ses assises et l'ont conduit à des réalisations qui lui ont valu des succès remarqués et en sont venues à lui conférer une personnalité et des caractères reconnaissables. Peu à peu, même ceux qui étaient restés un temps en retrait par rapport à ces orientations nouvelles en sont venus à admettre ses avancées et à intégrer certains de leurs principaux éléments dans leurs propres démarches³⁰.

_

Marcel Calfat, « Des Musées sans murs », *Continuité*, n° 23, 1984, p. 4. Voir en ligne : http://id.erudit.org/iderudit/18750ac

Béatrice Verge, « Patrimoine architectural. Interpréter le Québec », *Continuité*, n° 23, 1984, p. 14. Cette auteure poursuit en affirmant que « la fonction fondamentale des musées est celle de communiquer », préparant en cela les années à venir.

Louise Trottier, « Patrimoine et muséologie. Une remise en question », *Continuité*, n° 23, 1984, p. 10. Voir aussi, dans ce numéro spécial de *Continuité*, l'article de René Rivard, « Redéfinir la muséologie ».

Nous pensons ici aux musées d'art, toujours plus attachés à la libre contemplation des œuvres en ellesmêmes, sans autre support d'interprétation. Mais même là, on a vu l'introduction d'expositions plus

Un « boom » de nouvelles réalisations

Après ces années de mises en question et de turbulences, la fin des années 1980 et les années 1990 sont, au Québec, des années fastes pour la muséologie, qui concrétise alors ses visions dans d'importants projets soutenus par l'État, seul ou en partenariat avec d'autres instances. On voit l'implantation de plusieurs nouveaux musées phares, dont les missions et les actions témoignent bien des enjeux décrits ci-haut et des options retenues pour élargir les publics et diversifier l'offre³¹. Décidément, le secteur muséal change alors de configuration : de plus petits musées sont aussi rénovés pour mettre en place l'essentiel du réseau que nous connaissons, avec à sa tête maintenant quelques établissements d'envergure, concentrés dans la capitale et la métropole. Nous pouvons dire sans exagération que ces établissements ont innové et pratiqué une muséologie contemporaine conviviale aux normes les plus avancées, plus que jamais préoccupée de ses visiteurs et de leurs besoins et inédite ici, jusque-là; une muséologie apte à répondre à la volonté politique souvent affirmée de démocratisation culturelle. Aux premiers rangs, le Musée de la civilisation du Québec, le Biodôme et Pointe-à-Callière, dont les approches novatrices sont loin des formules auxquelles on pouvait s'attendre comme musées d'ethnologie, de sciences environnementales ou d'archéologie. Ces nouvelles réalisations se font remarquer; quant à leurs fréquentations, c'est du jamais vu. Aussi ces établissements ont-ils su attirer l'attention et les éloges des spécialistes à l'étranger qui y ont reconnu des avancées dont ils pouvaient aussi s'inspirer. Nous sommes persuadés que ces réalisations, chacune à sa manière, ont profité des réflexions et de l'ébullition des années antérieures; elles démontrent une maturation qui a conduit à l'expression ici d'une nouvelle créativité muséale. Dans les années qui ont suivi, ces établissements ont exercé sur le réseau un leadership par l'exemple, un leadership fondé sur leurs

t

thématiques et interprétatives, situant les œuvres montrées dans une trame narrative; nous pensons, par exemple, à *Richelieu, l'art et le pouvoir*, au Musée des beaux-arts de Montréal, ou *Le Louvre à Québec*, au Musée national des beaux-arts du Québec. D'autres fois, c'est l'utilisation de scénographies plus élaborées pour suggérer le contexte des œuvres. Les musées d'art ont aussi recours aux nouvelles technologies qui favorisent la diffusion d'informations sur ce qui est mis en exposition, en salle et sur Internet.

On assiste à l'ouverture et à l'agrandissement de plusieurs musées majeurs, par exemple en 1988, le Musée de la civilisation, en 1989, le Musée canadien des civilisations et le Centre canadien d'architecture, en 1990, l'ouverture de l'Insectarium, en 1991, l'agrandissement du Musée du Québec et l'ajout du pavillon Desmarais au Musée des beaux-arts de Montréal, en 1992, l'inauguration de Pointe-à-Callière, du Biodôme et du nouveau Musée d'art contemporain et l'agrandissement du Musée McCord; la Conférence général de l'ICOM qui se tient aussi au Québec.

méthodes de travail, leurs approches muséologiques et leurs priorités d'action, amenant tout le milieu à repenser ce que la muséologie peut accomplir pour la collectivité³².

Nous avons donc vu émerger quelque chose comme un courant, une « approche muséologique québécoise » qui, sans être univoque ou partout observable, se reconnaît dans plusieurs réalisations d'ici, citées par les études spécialisées des muséologues, surtout dans le monde de la muséologie francophone³³. Que pouvons-nous dire de cette approche?

Une approche muséologique québécoise

Deux remarques. Il serait illusoire, convenons-en, de chercher à unifier toutes nos pratiques muséologiques en une seule. Tous nos musées et leurs expositions aujourd'hui ne se ressemblent pas, ils n'ont pas un fonctionnement identique, ni un seul et même type de muséographie; si nos établissements ont des orientations propres, parce que les pratiques des centres de sciences ne sont pas celles des musées d'art, des musées d'histoire ou de société, il n'en demeure pas moins que l'on voit à l'œuvre un peu partout les résultats de cette nouvelle approche. Deuxième remarque : dans un contexte de mondialisation et d'échanges fréquents, le grand jeu des influences se déroule sur la scène internationale et de façon multilatérale. La muséologie d'ici a puisé dans son propre parcours historique, mais elle ne s'est pas développée en vase clos; elle a su trouver partout des sources d'inspiration et s'alimenter dans la littérature spécialisée et les forums internationaux.

Ainsi, plusieurs attitudes se sont conjuguées pour définir cette approche qui a paru novatrice aux observateurs et a contribué grandement à la réputation du Québec en ce domaine, depuis une trentaine d'années; aussi, s'est-elle exportée vers d'autres pays avec le concours de l'expertise

-

À côté de ces succès, des difficultés subsistaient toujours, entre autres pour la stabilité du personnel, les conditions de travail et, à l'époque, le manque d'une politique muséale d'ensemble : voir le bilan que traçait, en 1992, Laurier Lacroix, « Les musées au Québec : vingt ans d'essor – vingt ans de misère? », *Muse*, été-autome 1992, p. 111-115.

Il y aurait une recherche à faire dans la littérature muséologique de la francophonie pour mieux cerner les références aux productions des musées du Québec. Deux musées ont été particulièrement mentionnés par les muséologue à l'étranger : il nous semble que le Musée canadien des civilisations, avec son directeur George F. MacDonald, domine dans la littérature anglophone, alors que le Musée de la civilisation du Québec, sous la direction de Roland Arpin, est celui le plus souvent cité dans les écrits en français. Ces deux musées ont paru à plusieurs novateurs et incarner de nouvelles approches fécondes.

d'ici ou par la reprise et l'adoption de ce qui caractérise cette démarche. Ce qui est désigné comme une « muséologie nouvelle québécoise » peut se décrire par – son rapport aux objets de collection, – sa pratique de la mise en exposition, – sa prise en compte des visiteurs, – ses méthodes de travail, – sa culture institutionnelle et – son attitude globale envers l'innovation et la créativité.

Le rapport aux objets. La muséologie nouvelle est décloisonnée et fait un libre usage de toutes les collections. Tous les objets, peu importe leur matériau, leur époque ou leur origine, sont disponibles et choisis pourvu qu'ils servent le propos que tient une exposition, permanente ou temporaire. Ils peuvent donc être regroupés et exposés côté à côte dans une même salle, peu importe qu'ils proviennent de différents départements et qu'ils soient sous la responsabilité de conservateurs différents.

La mise en exposition. La muséologie nouvelle s'inscrit dans une logique communicationnelle. C'est un discours qui s'élabore, avec des thèmes et par la disposition des objets sélectionnés pour l'exposition. Quelquefois, ce discours consiste en un *story telling* et l'exposition se fait narrative, racontant une histoire du début à la fin. À d'autres occasions, le discours prend la forme de l'essai, l'exposition proposant une interprétation, un point de vue ou même plusieurs, cherchant à provoquer discussions et prises de position de chacun. L'exposition communique des messages et est par la suite préoccupée de connaître l'efficacité de son action quant à sa réception par ceux qui la visitent.

La prise en compte des visiteurs. La muséologie nouvelle est, à sa source, marquée par une intentionnalité fermement dirigée vers les visiteurs, leurs attentes et leurs besoins, leur éducation et leur développement personnel, ainsi que leur plaisir et leur divertissement. Elle se veut accueillante et conviviale, fondée sur des recherches, mais accessible par son langage et favorisant l'interaction sociale. On est *a priori* persuadé que lorsqu'un visiteur choisit, parmi toutes les activités de loisir disponibles, de venir passer quelques heures au musée, c'est là un geste de confiance envers l'établissement et que l'on se doit de tenter de faire qu'il retire satisfaction de sa visite.

Les méthodes de travail. La muséologie nouvelle met en place des équipes de projet multidisciplinaires pour définir ses produits de diffusion. Cela est requis pour que les spécialistes des contenus disciplinaires – art, sciences, histoire – travaillent en concertation avec tous les autres professionnels : éducateurs, interprètes, médiateurs, responsables du design et des communications, gestionnaires, etc. Sans cette synergie, la coupure d'avec un certain passé ne se ferait pas. Cette transformation du travail au musée a sûrement été plus facile au Québec, à cause d'un « corporatisme » moins fort qu'ailleurs, du renouvellement du personnel et du nombre des nouveaux établissements créés.

La culture institutionnelle. La muséologie nouvelle exige la diffusion dans l'établissement d'une vision commune partagée par tout le personnel, avec une claire description de comment chacun est responsable d'une partie de sa mise en œuvre. Elle se préoccupe de la « qualité totale » de l'expérience de visite au musée. Cette vision ne repose pas uniquement sur la passion du patrimoine éprouvée par les professionnels, mais aussi sur celle de le communiquer et de le faire apprécier par tous.

L'attitude envers l'innovation et la créativité. La muséologie nouvelle est tournée vers l'avenir : elle cherche tous les moyens nouveaux de médiation qui sont susceptibles de l'aider dans ses missions de conservation, de diffusion et de transmission. Non retenue par un lourd passé de traditions, la muséologie d'ici a fait flèche de tout bois et s'est montrée créative et sans cesse à l'affût, pour vérifier comment les innovations technologiques et les créations dans d'autres domaines pouvaient enrichir les expériences qu'elle offre.

Certes, on retrouve ailleurs qu'ici certaines ou toutes ces caractéristiques, mais le milieu muséal du Québec a été, dès les années 1980, un laboratoire fertile, et les nouvelles approches se sont rapidement répandues. Aussi, la coprésence de ces éléments et leur fréquente utilisation en sont venues à définir un style d'intervention, une manière présente dans nombre d'établissements, grands ou plus petits. Et nous ajouterions que les actions gouvernementales et, depuis 2000, la *Politique muséale* sont allées dans le sens de plusieurs de ces caractéristiques.

III - LA POLITIQUE MUSÉALE DE 2000 : UNE RELECTURE

Une politique qui définit et soutient les missions muséales

Les changements sociaux sur la scène muséale globale, la créativité du milieu ici, les remises en cause des années 1980 et les interventions de l'État québécois en faveur de la démocratisation culturelle ont transformé nos musées; ceux-ci ont démontré qu'ils étaient prêts à changer pour rester pertinents dans ce que devenait le Québec et réussir à s'adresser adéquatement à leurs contemporains. Aujourd'hui, ils se sont largement adaptés, ils se sont intégrés à leur société tout en restant attentifs à la conservation de leurs collections, qui seule permet une transmission du legs aux générations à venir; demain, celles-ci pourront à leur tour se réapproprier ces objets et y reconnaître une part de leur patrimoine, y trouvant encore du sens et du plaisir.

Les contenus de la *Politique muséale* du Québec

La muséologie au Québec s'est définie, depuis 2000, dans le cadre d'une politique qui en a tracé les orientations et fixé les priorités. Voyons rapidement ici comment ces choix et priorités ont su marquer son évolution récente. Deux remarques générales. Nous constatons que dans les cinq orientations énoncées, la première « Citoyens d'abord » semble concerner les publics, et les quatre autres (« l'expertise », « l'institution dans la communauté », « le réseau » et « le monde »), s'adresser plutôt au fonctionnement des établissements eux-mêmes. Mais en lisant les éléments du plan d'action de chacune des orientations, on prend conscience que sous cet intitulé « Citoyens d'abord », il est question surtout des grandes fonctions muséales (collection, exposition, éducation, animation) qu'assument les établissements, cela au bénéfice, bien sûr, des citoyens. Deuxième remarque : les collections et les multiples patrimoines eux-mêmes ne reçoivent pas, à notre avis, dans un tel déploiement des orientions, toute la place voulue. Cet aspect n'est présent que dans l'orientation 1, sous la rubrique « accès aux collections », et dans l'orientation 4, sous celle de « soutenir des projets liés aux collections », où le réseau Info-Muse est mentionné. Nous aurons à revenir sur ce point, surtout à la suite de l'adoption récente d'une loi sur le patrimoine culturel qui en a élargi les frontières et les catégories, ce qui devrait assurément avoir des conséquences sur les collections que les musées acquièrent et conservent.

1- Première orientation : Les citoyens d'abord

Enjeux • Inciter les citoyens à une appropriation du patrimoine

• Accroître les publics

Notre commentaire : ces enjeux sont toujours actuels : le premier a cependant une réciproque qui est « inciter les établissements muséaux à fournir aux publics variés de multiples occasions de s'approprier les patrimoines qu'ils conservent ».

PLAN d'ACTION

• Accroître l'accessibilité des collections.

Cet accès accru aux collections passe en premier par leur acquisition, leur connaissance et inventaire, et ensuite, par leur mise en valeur dans des expositions permanentes et temporaires; il repose aussi sur l'inclusion de certaines pièces dans des activités éducatives.

Mais dans notre société informatisée, il est tout aussi important que les contenus des collections soient disponibles « en ligne » et présentés dans des expositions virtuelles et, de plus en plus, de façon interactive³⁴.

Grâce à la poursuite des travaux d'Info-Muse, de nombreux éléments des collections ont été inventoriés et mis en ligne. Mais il reste encore à numériser des photos de ces pièces, afin que plus d'entrées soient accompagnées d'un contenu visuel.

Dans cette perspective, il est aussi souhaitable que des images de ces pièces soient offertes sur les sites Internet des musées eux-mêmes, là où le grand public pourrait les consulter.

• Soutenir le renouvellement des expositions

Nous savons aujourd'hui que ce que l'on qualifie d'exposition permanente, en réalité ne l'est pas; certains parlent avec raison « d'exposition de longue durée », de cinq à sept ans. Comment intéresser et fidéliser la communauté locale avec une exposition en place depuis longtemps et dont les éléments commencent à dater?

Nous reviendrons plus loin sur le mouvement vers l'interactivité.

Parce qu'une exposition permanente bien conçue exige des ressources importantes, il est rare que les établissements puissent, à même leur budget de fonctionnement, assumer tous les coûts de leur enrichissement ou de leur remplacement. C'est pourquoi le programme de renouvellement des expositions permanentes mis en place depuis plus de six ans par le Ministère a été et demeure toujours important.

Ces projets sont aussi fondamentaux pour le ressourcement du personnel qui y travaille. Chaque établissement agit comme une vitrine de la muséologie québécoise et la communauté que chacun sert s'attend à y trouver des productions de qualité.

• Favoriser le déploiement des programmes éducatifs

Les groupes scolaires reçoivent toujours une attention particulière dans plusieurs établissements qui mettent sur pied des activités spécifiques pour répondre aux objectifs des programmes scolaires.

Établir de relations plus suivies entre culture et éducation est toujours requis, l'école demeurant l'endroit où rejoindre la clientèle de demain et celle de groupes ethnoculturels que les établissements muséaux atteignent plus difficilement. Dans le même sens, il faudra penser à des programmes pour le groupe des « jeunes retraités » et celui des adultes âgés, une clientèle en croissance³⁵.

À un autre titre, les activités éducatives qui se greffent aux expositions permanentes en place peuvent les redynamiser et enrichir leurs contenus par de nouvelles explorations.

• Promouvoir l'élaboration d'activités culturelles et d'évènements spéciaux

Les musées, dont les espaces le permettent, agissent aujourd'hui comme des centres culturels et des lieux de sociabilité qui accueillent les visiteurs à diverses occasions et pour des activités variées. Parfois, c'est par l'offre d'une programmation spéciale, mais le plus souvent, un établissement sert plus simplement d'endroit de rendez-vous, où la communauté se réunit pour une activité qu'elle a elle-même organisée.

-

Nous reviendrons plus loin sur l'importance de ces clientèles.

Pour attirer et accueillir ce type d'évènements, il faut que le musée puisse disposer des ressources financières et humaines pour assumer certains frais encourus.

La location de salles est devenue en plusieurs endroits une source intéressante de revenus autonomes; mais il y a plus, elle soude aussi le musée à sa communauté et lui fait suivre les rythmes de la vie sociale, confirmant son caractère de service public.

• Encourager la mise en application des études de marché, des analyses de clientèles, des évaluations

Consolider et développer les activités du réseau exigent de bien le connaître. Nous disposons maintenant, grâce aux différents cahiers de l'Observatoire de la culture et des communications (OCCQ), d'un *État des lieux du patrimoine des institutions muséales et des archives*³⁶ qui est une source importante de renseignements sur plusieurs aspects de la situation et des activités de ces établissements. Des mises à jour seront utiles.

Quant aux autres études de marché et d'analyses de clientèles, nous serions étonné que les établissements soient compétents pour les mener. Pour la majorité d'entre eux, cela doit se faire par des consultants externes. Un soutien devrait être apporté aux établissements dont la situation plus précaire pourrait bénéficier des résultats d'études semblables.

Quant à l'évaluation, il est toujours éclairant d'y avoir périodiquement recours afin de mesurer les effets de son action et la satisfaction des usagers. À cette fin, un partenariat pourrait être envisagé avec des professeurs en muséologie dans nos universités.

2- Deuxième orientation : Cap sur l'expertise

Enjeu • Stabiliser les emplois et poursuivre la professionnalisation du milieu

Notre commentaire : cet enjeu de professionnalisation est, croyons-nous, largement atteint; quant à la stabilisation des emplois, elle exige une augmentation des budgets de fonctionnement pour rendre possible de meilleurs salaires et leur progression tout au long d'une carrière.

22

Voir, en particulier État des lieux du patrimoine, des institutions muséales et des archives, Cahier 8, Les institutions muséales du Québec, activités et rayonnement, Institut de la statistique du Québec, Québec, 2008.

PLAN d'ACTION

• Encourager la stabilisation des emplois

La *Politique muséale* notait bien que « dans le réseau, la majorité des institutions, y compris celles qui sont soutenues au fonctionnement, œuvrent avec dans des conditions difficiles, avec un minimum de postes réguliers³⁷. » Cela reste vrai, et perdure depuis des années.

Qu'en est-il aujourd'hui de la situation de la main-d'œuvre, hors des quatre grands musées? Les conditions salariales sont-elles à la hauteur de la professionnalisation? Et lorsque ce personnel, l'âge venu, partira à la retraite, combien se retrouveront sans les revenus d'un fonds de pension?

• Prioriser l'embauche des jeunes diplômés en muséologie

Une bonne formation initiale est à la base de la professionnalisation. Comme dans tous les domaines où des savoirs pratiques entrent en jeu, en embauchant un diplômé avec une maîtrise en muséologie, les établissements obtiennent un jeune professionnel au fait des courants actuels, qui a réfléchi aux problématiques qui traversent le monde muséal et qui est tournée vers les potentialités et les pratiques du futur; mais ces diplômés ont encore, comme un jeune avocat ou un ingénieur débutant, à compléter leur formation par une implication continue dans des projets concrets, ce que l'entrée dans le monde professionnel leur donne durant les premières années. Cette complémentarité de savoir théorique et d'expérience est requise pour les musées et leur avenir.

A-t-on exploré toutes les formes de mentorat pratiquées dans d'autres milieux?

• Favoriser l'établissement de plans de perfectionnement pour le personnel

Cet élément s'impose dans tous les domaines de nos jours et son importance croît avec le développement rapide des technologies qui transforment plusieurs pratiques muséales.

Politique muséale, op. cit., p. 29. En 1998, 27 % des établissements soutenus et 45 % des non soutenus au fonctionnement déclaraient ne pas compter d'employés à plein temps.

Aussi, les ateliers de formation de la Société des musées québécois (SMQ), qui se déplacent dans différents centres régionaux, restent, à notre avis, l'instrument essentiel le plus utile à ce chapitre.

L'octroi de quelques bourses spéciales de muséologie qui permettraient à des professionnels actifs depuis quelques années d'aller accomplir un stage d'un an dans un musée reconnu, ici ou à l'étranger, serait bénéfique.

• Valoriser l'utilisation de l'expertise professionnelle acquise dans le milieu

Ce point qui parle de « prêts temporaires » et « d'échanges de personnel » va dans le sens des « bourses » suggérées ci-haut. Un programme a-t-il été mis en place? Si oui, combien de gens y ont participé et quel en est le bilan?

Le prêt des ressources d'un établissement à un autre a aussi ses limites; tous comptent sur les services de leur personnel pour leurs propres projets. Dans ce domaine aussi, une subvention ponctuelle pourrait faire qu'un expert puisse, pendant un certain temps, se pencher sur une situation problématique que vit un établissement.

• Encourager les collaborations avec des ressources externes

Nous sommes d'accord que la SMQ joue, à ce titre, un rôle majeur en tant que « ressource externe »; nous pensons particulièrement aux cahiers *Analyse de la profession*, publiés en collaboration avec le Conseil des ressources humaines en culture. Ces descriptions des tâches et de compétences permettent aux établissements du réseau de mieux organiser le partage des responsabilités dans l'équipe en place.

La création du Service de soutien aux institutions muséales (SSIM) avec, par exemple, production de guides pratiques (en gestion des collections, sur la réalisation des expositions, sur l'éducation et l'animation culturelle, par exemple) est aussi venue mettre des ressources externes à la disposition du personnel des établissements. Une concertation avec ce que fait déjà la SMQ à ce chapitre doit intervenir pour éviter des redoublements ou le simple déplacement de responsabilités.

De même, la création des Cellules régionales d'expertise en muséologie (CREM) dans trois régions est une autre formule expérimentale. Quel bilan avons-nous des retombées de ces interventions? Doivent-elles continuer ?

Autre piste : serait-il souhaitable qu'un établissement, par région, soit désigné « institution ressource » et doté d'un budget qui serve à ce qu'il puisse offrir son expertise aux établissements dans sa région?

- 3- Troisième orientation : Une institution muséale dans la communauté
 - Enjeux S'affirmer comme partenaire actif dans son milieu
 - Intensifier l'interaction locale et régionale

<u>Notre commentaire</u>: dans la majorité des milieux, les établissements jouent un rôle important et sont reconnus comme des outils de développement de la collectivité.

PLAN d'ACTION

- Favoriser l'émergence de projet d'envergure régionale visant de nouveaux partenaires À la lecture, ce point nous a paru peu précis : certes, on y parle du réseautage, de l'intégration à la communauté, de l'insertion dans les structures régionales et des partenariats à nouer sur le territoire où se trouve l'établissement, mais point comme tel de « projet d'envergure régional »... Qu'est-ce qui est visé? À quoi fait-on référence? Nous pensions y lire que des institutions d'envergure régionale devraient émerger pour dynamiser, par leur *leadership*, le réseau régional... Rien de tel.
- Encourager le partenariat et la concertation entre institutions du milieu culturel.

 De tels partenariats entre diffuseurs culturels de différents domaines sont utiles et permettent la tenue d'évènements de plus grande envergure et de nature pluridisciplinaire.

 Quels moyens spécifiques ont été mis de l'avant pour favoriser et inciter à de telles initiatives?

• Favoriser l'insertion de l'action muséal dans les ententes de développement culturel avec les municipalités

Il va de soi, à nos yeux, qu'il est requis que toutes les ententes de développement culturel signées entre le MCCQ et les municipalités contiennent des articles portant sur l'activité muséale. Comment affirmer, d'une part, le rôle essentiel des musées dans le développement culturel de la population et, d'autre part, les tenir à l'écart de ces ententes? Le MCCQ a ici un rôle à jouer lors du renouvellement de ces ententes, pour s'assurer partout de l'inclusion des musées de la localité ou région concernée et d'un soutien à leurs activités. Agir autrement serait passer un très mauvais message aux municipalités.

• Revoir les modalités d'appariement des contributions des différents partenaires

Les établissements muséaux, nous l'avons dit au départ, sont aujourd'hui des entreprises culturelles et leur impact économique est important.

Cet élément du plan semble se limiter à vouloir que les musées « sensibilisent » leurs partenaires à l'apport économique significatif qui est le leur.

À quelles « modalités d'appariement » précises cet article fait-il référence?

• Accroître l'appui à des projets de stratégie promotionnelle.

Ce point est entièrement consacré à l'importance pour les institutions muséales de s'inscrire dans l'offre touristique et de collaborer avec les instances régionales de tourisme.

La dimension touristique est, en effet, très importante dans les grands centres comme dans les régions. Oui, les musées de tous genres doivent être présents parmi l'offre des lieux d'attrait d'une région et collaborer avec les Associations touristiques régionales (ATR). Mais promouvoir ce que l'on fait par plusieurs moyens est essentiel pour rejoindre tous les publics potentiels. La stratégie promotionnelle requise doit prendre en compte aussi les populations de proximité et la communauté locale, surtout à l'occasion d'évènements spéciaux susceptibles d'attirer de nouveaux publics. À ce chapitre aussi, les budgets disponibles sont souvent très limités.

- 4- Quatrième orientation : La force du réseau muséal
 - Enjeux Consolider et dynamiser le réseau muséal
 - Enrichir l'interaction et les échanges entre les institutions du réseau muséal

Notre commentaire: cette consolidation est mise de l'avant depuis plusieurs années et ce dès l'Énoncé de 1994. L'adoption de la politique en constitue un pan. Dans le cadre actuellement appliqué, la consolidation atteint ses limites. Plusieurs anomalies sont présentes dans la logique des financements respectifs que reçoivent les établissements soutenus. Il faudra bien, pour optimiser le fonctionnement du réseau, revoir les bases de cette répartition, ses normes et ses critères, et augmenter l'enveloppe globale pour que la consolidation voulue s'accomplisse. Est-ce qu'une Loi des musées serait utile pour cela?

PLAN d'ACTION

• Soutenir des projets liés aux collections des musées du réseau

La *Politique muséale* reconnaît, sous cette orientation, les travaux sur les collections, en particulier ceux d'inventaire et de numérisation auxquels le Fonds de l'autoroute de l'information a contribué. Une forte présence sur Internet est plus importante que jamais. Le site Internet d'un établissement lui sert de vitrine et si ceux qui le consultent sont déçus de sa présentation, ils peuvent conclure que le musée lui-même est pauvre en collections et peu intéressant. Aussi, devient-il impératif que les productions en salle se prolongent avec une version consultable en ligne. Cela a au moins trois avantages : on fait connaître à public potentiel ce que l'on offre; on atteint des publics qui peut-être ne viennent pas en salle; et on met en ligne une cyber version qui pourra tourner plus longtemps que l'évènement initial et qui en retient des éléments.

Un mot seulement est dit de l'acquisition et du collectionnement, pour « inciter les musées à se concerter dans une perspective de complémentarité ». L'intention répétée depuis des années est bonne, mais difficile à mettre en vigueur. Depuis longtemps, les champs de collections se recoupent d'un musée à l'autre, chaque établissement ayant ses entrées et ses réseaux propres et cherchant à obtenir des pièces intéressantes des donateurs. Cela nous rappelle que le « réseau » qui est le nôtre aujourd'hui ne résulte aucunement d'une

planification rationnelle et d'un méta-plan, mais d'initiatives ponctuelles. La SMQ a mis sur pied un comité « pour une vision partagée du collectionnement au Québec. » Nous verrons alors les pistes qui seront suggérées pour accroître la possible complémentarité. La question des collections de patrimoine immatériel récemment reconnu officiellement se pose de plus en plus.

• Favoriser la dynamisation du réseau par une programmation d'expositions itinérantes ou produites en partenariat.

Les expositions itinérantes génèrent souvent des coûts importants en production et supervision de tournée. Néanmoins, elles constituent un moyen de diffusion qui favorise l'accès au patrimoine; de plus, elles contribuent aux collaborations entre les responsables de différents musées. Les quatre musées « nationaux » offrent de telles expositions qui circulent au Québec, dans les centres d'exposition et les musées. Nous dirions que cette itinérance peut aussi être l'occasion d'offrir à ceux qui les reçoivent, des séances d'échanges et de formation avec des responsables qui travaillent dans de plus grands musées.

D'autres établissements ont aussi mis en circulation de leurs expositions. Faudrait-il initier un programme pour subventionner plus de collaborations et d'itinérance, un peu comme le fait le Fonds des expositions itinérantes (FEI) du Programme d'aide aux musées (PAM) gouvernement fédéral qui subventionne l'accueil d'une exposition en provenance d'une autre province³⁸? Rendre éligible à une subvention par concours des projets d'expositions réalisées en coproduction par deux ou trois musées, afin que celles-ci soient montrées dans tous les musées coproducteurs, stimulerait certainement les coproductions et dynamiserait les personnels concernés qui y travailleraient dans ces établissements. D'ailleurs, dans un dépliant du MCCQ qui accompagne la nouvelle politique, on lisait ceci concernant sa mise en œuvre et le renouvellement des expositions grâce au volet 4 du Fonds du patrimoine culturel québécois :

28

³⁸ À certaines conditions, l'exposition reçue peut provenir de la même province. Voir en ligne : http://www.pch.gc.ca/fra/1345639433154#a16

Dans une première phase de mise en œuvre de la Politique muséale, le Ministère affecte les crédits que l'État lui a octroyés pour soutenir prioritairement un programme de renouvellement des expositions. Ce programme, selon les volets, s'adresse aux établissements soutenus au fonctionnement et aux institutions reconnues. Il contribuera à actualiser les produits et les activités offerts aux visiteurs.

De nouvelles générations d'expositions permanentes verront le jour, ce qui permettra de revoir les approches.

Des expositions temporaires seront présentées en partenariat et d'autres partiront en tournée pour dynamiser le réseau grâce à une programmation diversifiée.

Quant au développement international, le programme encouragera la présentation de productions québécoises à l'étranger et, d'autre part, il favorisera l'accueil d'expositions d'importance venant de l'extérieur³⁹.

Un autre volet prend-il en compte l'aide aux expositions temporaires et ou itinérantes? Ce volet s'ajoutera-t-il au volet 4, ou le remplacera-t-il?

Son ajout, quitte à interrompre quelque temps le volet prévu pour le remplacement des permanentes, constituerait un apport important.

• <u>Favoriser l'émergence des réserves communes qui reposent sur une forme de partenariat entre diverses institutions</u>

Depuis la rédaction de cette politique, le Centre des collections muséales de Montréal, initié par la Société des directeurs des musées montréalais, a ouvert en 2003. La question des réserves reste d'actualité ailleurs : la Réserve de la capitale nationale à Québec s'agrandira prochainement, mais elle sert essentiellement aux collections du Musée de la civilisation. Avons-nous une étude qui trace le portrait de l'état des réserves dans les différentes régions? L'implantation d'autres réserves communes régionales pourrait-elle constituer une solution pour conserver le patrimoine muséal régional? Une étude des besoins serait utile. Une recommandation du *Rapport d'évaluation* de 2004 suggérait de dresser un portrait régional du développement muséal (recommandation 4.2.12); la question des réserves en ferait partie.

_

³⁹ Il s'agit d'un dépliant de quatre volets, *recto verso*, reprenant la page couverture de la *Politique muséale*.

Encourager la mise en commun des ressources tant humaines que technologiques
 Ce point semble reprendre des choses déjà dites dans l'orientation « Cap sur l'expertise »,
 dont les deux dernières actions proposées traitent de l'utilisation des expertises et des collaborations.

Nous comprenons l'intention, mais nous sommes d'avis que « la mise en commun des ressources » est loin de constituer une solution d'ensemble. Il est reconnu dans la *Politique* que le nombre de postes réguliers dans les établissements est limité (p. 29), que le personnel polyvalent y accomplit déjà plusieurs tâches; d'autres postes sont à temps partiel ou relèvent de programmes provisoires. Impossible alors de mettre en commun et partager ces ressources minimales, en les affectant à une tâche dans plus d'un établissement. Par contre, s'unir pour engager une nouvelle ressource externe servant plus d'un établissement dans un projet en commun reste possible : nous pensons ici à un webmestre ou à un agent de promotion ou de campagne de financement. Cela peut se faire par une embauche auprès d'une association régionale, ce qui s'est déjà fait. Quant au partage des ressources technologiques, nous voyons mal quels appareils technologiques importants peuvent facilement être partagés.

• <u>Impliquer plus activement les musées d'État dans le déploiement d'activités et de produits du réseau</u>

Nous sommes d'accord que le *leadership* des grands musées doit s'exercer de façon à contribuer au fonctionnement et à la qualité du réseau. Ce point suggère des « prêts de service », des « mandats ou études spéciales ». Les grands musées produisent des expositions itinérantes offertes au réseau. De plus, ils travaillent aussi en collaboration avec le SSIM, dont nous avons déjà parlé plus haut, mis en place pour « établir et prioriser une offre de services et d'activités au réseau muséal ».

Outre la circulation des expositions et l'accueil d'étudiants stagiaires en formation, nous n'avons pas en main toutes les données pour nous prononcer sur l'apport de chacun des quatre « grands musées » en termes d'aide et de soutien aux autres établissements du réseau. Une analyse de leurs « plans annuels de développement » fournirait peut-être des réponses quant à leur engagement en ce sens.

Est-ce que ces quatre musées ont désigné une personne « responsable des relations avec le réseau »? Est-ce que chacun des quatre pourrait être considéré comme la tête d'un réseau précis d'établissements œuvrant dans son domaine?

• Assurer un meilleur accès à l'expertise du Centre de conservation du Québec.

Depuis plusieurs années, le Centre de conservation du Québec (CCQ) sert les collections surtout des musées nationaux et des musées soutenus au financement. Cette action propose d'élargir l'offre de services à d'autres établissements, comme les lieux d'interprétation. Une analyse de diverses solutions était proposée : des mesures en ce sens ont-elles été prises? Nous croyons que non, puisqu'aujourd'hui on lit sur le site du CCQ que seuls les musées nationaux et ceux subventionnés (catégorie A) obtiennent gratuitement des heures de services; quant aux musées privés non subventionnés, ils ont accès aux services, avec le tarif préférentiel de 56 \$ de l'heure, qui est celui de tous les organismes à but non lucratif⁴⁰.

• <u>Implanter un plan triennal de financement pour les institutions soutenues au</u> fonctionnement et les musées d'État

Le MCCQ a adopté cette mesure réclamée par plusieurs.

• Consolider le soutien au fonctionnement des institutions muséales

Ici, le Ministère réaffirme sa volonté de continuer à soutenir en priorité « le fonctionnement des institutions antérieurement admises à ce programme d'aide⁴¹ ». Avec l'implantation du label « reconnu », le terme ambigu « accrédité » a bel et bien été abandonné, en faveur de l'appellation « institution reconnue ».

Reste toujours à revoir le montant global de ce soutien, ainsi que les bases de la répartition faite. L'attribution pratiquée ne repose plus, de l'avis de plusieurs, sur des normes ou

4

Ce tarif s'applique ainsi aux communautés religieuses, organismes communautaires, sociétés d'histoire, centres d'archives privés, fabriques de paroisse, centres d'exposition, lieux d'interprétation.

Voir : *Politique muséale*, op. cit., p. 43.

critères bien établis, rationnels et connus. Dans notre évaluation de 2000, nous faisions le constant « qu'au nom de l'équité et de la saine gestion, il est urgent qu'intervienne une normalisation des subventions accordées au fonctionnement, parmi les musées, les centres d'exposition et les lieux d'interprétation, afin que tous se retrouvent dans une même logique de calcul et d'attribution⁴² ». Il faut revoir toute cette logique, comme une recommandation *Rapport d'évaluation* de 2004 le demandait aussi (recommandation 4.2.1).

• Instaurer un mécanisme de reconnaissance des institutions muséales

Cette mesure a été implantée, avec la reconnaissance d'un peu moins de 70 établissements; ce nouveau statut leur a permis de faire valoir auprès de partenaires qu'ils sont bien un établissement reconnu par le MCCQ et, par la suite, de profiter des programmes de subventions au « renouvellement des expositions permanentes ».

Aujourd'hui, nous disposons de 121 établissements « reconnus et soutenus » et de 66 autres simplement « reconnus » ⁴³.

Reste à organiser une autre ronde de demandes de reconnaissance pour quelques établissements qui mériteraient d'y accéder.

Quant à la logique qui prévaut pour distinguer les « soutenus » des « non soutenus », elle n'est pas toujours bien fondée, la raison n'étant, le plus souvent, qu'historique. Une révision et un éventuel soutien de certains établissements qui ne sont aujourd'hui que « reconnus » devraient intervenir.

Encourager par des mesures fiscales les dons d'objets de collection dans les musées
 Cette mesure s'applique désormais : un accroissement de l'avantage fiscal pour les dons d'œuvre d'art a été mis en vigueur.

Voir : Constat 8 de notre *Rapport de la présidence*, remis au MCCQ, en 2000.

Pour un descriptif de ce réseau voir : Marie-Thérèse Bournival, *Principaux constats émanant du Portrait du Réseau muséal Reconnu*, Québec, Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, 2012.

5- Cinquième orientation : **Direction le monde**

Enjeu • Demeurer dans le peloton de tête des institutions performantes

Notre commentaire: nous sommes d'avis que la majorité des institutions muséales sur notre territoire et leurs productions variées se comparent bien avec celles des établissements de taille et de mandat similaires, œuvrant dans les autres pays. De plus, le Québec dispose aujourd'hui de quelques établissements majeurs – musées d'art, de société, de sciences, d'archéologie et d'histoire – comparables aux meilleurs d'ailleurs. Si leurs collections ne peuvent pas avoir l'ampleur et la profondeur des celles des musées des grandes capitales européennes ou des plus riches musées américains, leurs pratiques et leurs réalisations de diffusion et d'éducation sont à la hauteur des normes internationales et souvent novatrices et exemplaires.

Vouloir demeurer dans le « peloton de tête » est un objectif global, louable et à maintenir. Mais, à notre avis, il faut le distinguer de l'orientation « direction le monde » et de la question particulière des échanges et l'exportation; en effet, cette volonté ne concerne pas d'abord et avant tout l'étranger, puisque les premiers bénéficiaires de cette qualité des productions offertes sont les visiteurs d'ici et les touristes.

PLAN d'ACTION

• Favoriser la réalisation d'activités et d'échanges diversifiés avec d'autres nations, d'autres pays

Nous distinguerions ici l'ouverture au monde qui passe par les rencontres et les colloques entre muséologues professionnels, et celles qui reposent sur l'échange et l'accueil de produits muséaux entre différents pays, ces deux formes d'échanges étant importantes. La SMQ entretient des relations continues avec l'Office de Coopération et d'Information muséales (OCIM), en France, et avec les associations muséales en Belgique et en Suisse⁴⁴, ce qui sert à la fois de vitrine à nos réalisations et d'ouverture sur les meilleures pratiques.

La SMQ a, par exemple, mis en place des congrès spéciaux, comme les trois *Rencontres francophones* sur les nouvelles technologies et les musées (1998, 1999 et 2000), un évènement aux retombées fort positives.

Il faudrait poursuivre dans ce sens, avec d'autres rencontres thématiques à caractère international, coproduites avec des associations de muséologues francophones.

Mais aujourd'hui, l'ouverture sur le monde ne se fait pas qu'en français. Plusieurs autres conférences annuelles importantes en muséologie se tiennent à nos frontières, aux États-Unis⁴⁵. Combien de professionnels du Québec puisent à ces ressources et participent à ces forums d'échanges? Très peu. Et pourtant, la muséologie de nos voisins du sud est réputée et a eu une influence sur la nôtre, par exemple par son esprit démocratique et ses muséographies.

Pour que notre muséologie reste une plaque tournante entre la muséologie de l'Europe et de l'Amérique, ce qui a fait sa force et son originalité (voir notre bref bilan de l'évolution ci-haut), des muséologues du Québec auraient intérêt à participer en plus grand nombre à ces rencontres stimulantes, même à l'âge de l'information par Internet.

Il faut encourager l'organisation de temps à autre de telles occasions d'échanges internationaux ici, et aider à tour de rôle quelques directeurs de nos établissements à participer à celles tenues ailleurs ⁴⁶. Cela fournit un ressourcement, une formation continue qui dynamise les pratiques et offre l'occasion de développer des réseaux de relations nécessaires pour penser à des échanges et collaborations internationales dans des coproductions.

• Accroître, hors Québec, la mise en valeur et la diffusion d'activités, de produits et d'expertises issus des institutions muséales.

Cette rubrique voudrait que nos expertises et nos réalisations puissent s'exporter. Certes, quelques firmes de design travaillent à l'étranger et quelques experts ont été appelés en consultation sur des projets. Intégrer ces spécialistes dans certaines missions commerciales est une bonne initiative.

Pour l'export d'expositions, le problème est plus complexe : cela tient en bonne partie à la position plutôt marginale des arts visuels et du patrimoine québécois sur la scène

-

Citons-en ici seulement deux, le congrès de l'*American Alliance of Museums* (AAM) et celui de l'*American Association of State and Local History* (AASLH).

En ce moment nous sommes loin de cette perspective, puisque la SMQ envisage de réduire le format du congrès annuel. Dans l'esprit de « favoriser les échanges internationaux » affirmé, il serait préférable d'y ajouter une journée internationale avec des gens venus d'ailleurs.

internationale, comme c'est d'ailleurs le cas pour les patrimoines artistiques et historiques de presque tous les plus petits pays. La demande est certes plus forte pour les objets de l'Antiquité gréco-romaine et pour ceux des civilisations anciennes d'Europe ou d'Amérique du Sud, que pour notre patrimoine ethnohistorique. Néanmoins, des coproductions en beaux-arts ou sur un thème de société sont souhaitables et réalisables; de telles expositions seraient alors montrées dans les deux pays⁴⁷.

De même, un programme de jumelage d'un établissement du Québec avec un musée de thème et de taille similaire en France ou ailleurs, pourrait favoriser l'échange d'expertises et de réalisations.

Voilà passés en revue, les orientations, les huit enjeux et les rubriques du plan d'action de la *Politique muséale* de 2000. Les orientations et plusieurs des actions proposées sont toujours d'actualité pour notre muséologie et doivent se poursuivre; d'autres actions plus ponctuelles ont été accomplies. Quant aux dimensions non mentionnées en 2000 et qui aujourd'hui deviennent déterminantes pour que le développement de notre muséologie se poursuive, nous en identifierons maintenant quelques-unes dans la partie qui suit sur les perspectives d'avenir.

-

Nous pensons, par exemple, à la triple exposition *La Différence* coréalisée par le Musée dauphinois de Grenoble, le musée d'Ethnographie de Neuchâtel et le Musée de la civilisation du Québec, qui « a constitué un évènement pour le monde des musées de société » selon Jacqueline Eidelman. Voir son article « L'exposition *La Différence* et sa réception en Suisse, en France et au Québec. Le visiteur comme expert, médiateur et ethnologue », *Ethnologie française*, volume 32, n° 2, 2002, p. 357-366.

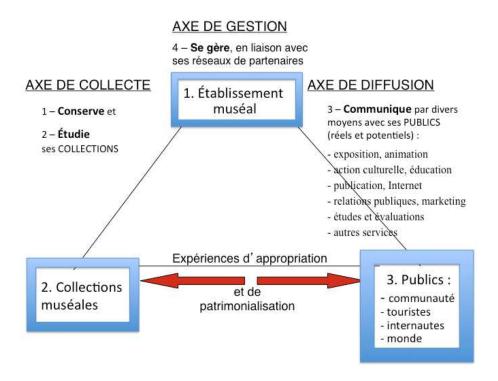
IV - DES PERSPECTIVES D'AVENIR : TENDANCES ET ADAPTATIONS

Nous nous proposons, pour examiner les perspectives et les défis à venir, de nommer certaines tendances observées, puis de les relier aux trois pôles muséologiques fondamentaux sur lesquels, quant à nous, toute l'action muséale repose, à savoir : 1- l'établissement muséal lui-même; 2- les collections muséales; et finalement 3- les publics, ceux de la communauté servie, les touristes, les internautes et, potentiellement, ceux du monde entier.

Le tableau suivant illustre notre approche avec les trois pôles qui forment le triangle de base de l'action muséale. Autour ce ces trois pôles, se déploient trois axes : 1- un axe de gestion qui a trait au fonctionnement et à l'administration de l'établissement; 2- un axe de collecte qui est centré sur la conservation et l'étude des collections, et 3- un axe de diffusion, dont toute l'attention est orientée vers les publics (en salle et en ligne), ceux de la communauté et ceux du tourisme. Deux remarques : la première pour noter que deux axes, ceux de la collecte et de la diffusion, sont proprement muséaux, alors que celui de la gestion recouvre des tâches administratives que les institutions de toute nature doivent accomplir. Seconde remarque : l'entrée des objets dans les collections ne suffit pas entièrement à ce qu'ils deviennent dès lors « patrimoine », mais cela agit comme une première étape. Cette sélection se fonde en effet sur un décret d'expertise, qui atteste de l'authenticité et de l'importance des objets et justifie la décision prise de les conserver et de les transmettre. Nous retrouvons bien là des caractéristiques de l'objet patrimonial, la sélection et la conservation intentionnelle. Mais pour qu'il y ait patrimoine effectif, il faut plus : la collectivité doit manifester qu'elle se soucie de ces objets, elle doit se les approprier, les faire sien. « Pour devenir un patrimoine, un objet d'un temps plus ou moins ancien doit, en plus d'avoir été conservé, participer activement au jeu dialectique entre l'expertise des spécialistes d'une part, et d'autre part, l'appropriation effective par la communauté⁴⁸. » Le caractère patrimonial résulte donc *in fine* des expériences d'appropriation collective par lesquelles une part du passé, conservé dans les collections ou ailleurs, est revendiquée activement. Le militantisme de certains groupes envers leur patrimoine illustre ce phénomène.

_

⁴⁸ Raymond Montpetit, « L'action muséale et les médias : médiation et appropriation collective de nos patrimoines », Martine Cardin dir., *Le rôle et l'influence des médias dans la construction de la mémoire collective*, Québec, Institut du patrimoine culturel (IPAC), 2003, p. 43. Voir ici ANNEXE 1.



À notre avis, quand on parle de « patrimoine muséal » pour désigner tout ce qui entre dans les collections, on ne tient pas assez compte de l'importance qui revient à l'attachement d'une collectivité aux choses qu'elle considère former son patrimoine. La reconnaissance doit dépasser le premier cercle des experts, pour concerner un secteur significatif de la population. C'est pourquoi le diagramme ci-haut préfère parler d'un « axe de collecte » pour décrire la constitution de la collection muséale, et considérer la collection comme le premier moment seulement d'une dynamique plus englobante qui pourra, pour des objets collectionnés, conduire à des expériences d'appropriation et de patrimonialisation par un public plus nombreux. Le rituel de la visite au musée va dans le sens de cette appropriation : la base du triangle illustre cette rencontre de patrimonialisation. La définition proposée au Québec, en 2000, par le groupe-conseil sur le patrimoine culturel, comporte ces deux aspects, la reconnaissance et l'appropriation collective ⁴⁹.

-

Rappelons ici cette définition : « Peut être considéré comme patrimoine tout objet ou ensemble, matériel ou immatériel, reconnu et approprié collectivement pour sa valeur de témoignage et de mémoire historique et méritant d'être protégé, conservé et mis en valeur. »En coll. *Notre patrimoine. Un présent du passé*, Québec, Ministère de la Culture et des Communications, 2000, p. 33. Sur la question de la patrimonialisation difficile des œuvres d'art, voir Laurier Lacroix, « L'historiographie de l'histoire de l'art au Québec et l'échec patrimonial – Quelques remarques intempestives », Étienne Berthold et Nathalie Miglioni dir., *Patrimoine et histoire de l'art au Québec : enjeux et perspectives*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2011, p. 163 et suivantes.

Si nous analysons les huit enjeux formulés dans la *Politique muséale*, en les répartissant parmi nos trois pôles, nous obtenons les regroupements suivants : nous indiquons entre parenthèses le numéro de l'orientation (1 à 5) à laquelle la *Politique muséale* rattache l'enjeu.

Établissement muséal :

- Stabiliser les emplois et poursuivre la professionnalisation du milieu. (O-2)
- S'affirmer comme un partenaire actif dans son milieu. (O-3)
- Intensifier l'interaction locale et régionale. (O-3)
- Consolider et dynamiser le réseau muséal. (O-4)
- Enrichir l'interaction et les échanges entre les institutions du réseau muséal. (O-4)
- Demeurer dans le peloton de tête des institutions performantes. (O-5)

Collections muséales :

• Inciter les citoyens à une appropriation du patrimoine conservé et mis en valeur dans les institutions muséales. (O-1) 50

Publics:

• Accroître les publics de tous les âges et de tous les milieux. (O-1)

On peut constater que la majorité des enjeux touchent au fonctionnement des établissements du réseau et que quelques-uns seulement s'adressent directement aux publics ou aux collections muséales. Nous allons maintenant nous attarder, dans une perspective d'avenir, aux courants et aux tendances qui se manifestent aujourd'hui, afin de suggérer quelques défis qui devront êtres relevés, pour que la muséologie du Québec reste parmi les plus performantes et réputées.

Quatre tendances globales lourdes pour le début XXI^e siècle

Examinons maintenant quelques tendances qui se sont imposées ces dernières années dans la muséologie internationale et au Québec et qui s'accentueront encore dans l'avenir prévisible.

1) Le tournant vers les visiteurs et l'éducation

Certaines des tendances à l'œuvre, qui ont émergé au milieu des années 1980, ont déjà provoqué des changements importants, voire même la création de ce que certains ont nommé des musées d'une nouvelle génération. C'est le cas du « tournant vers les visiteurs » qui ira croissant à mesure que l'offre de loisirs culturels se multiplie. Ce tournant est stimulé à la fois par les besoins

On pourrait placer avec le pôle « les public » l'enjeu « • Inciter les citoyens à une appropriation du patrimoine conservé [...] », les actions proposées concernant toutes notre « axe communicationnel ».

de revenus autonomes provenant d'une bonne fréquentation et par les objectifs d'une meilleure démocratie culturelle et d'une plus grande inclusion.

The positioning of the visitor, education and public service as the central focus embodies the most significant shift in institutional priorities for museums. Collections – historically viewed as the center of museum activities – have moved toward a supporting role that advances the educational impact of museums. The collection holdings are no longer viewed as the primary measure of value for the museum; rather the relevant and effective role of the museum is service to its public has become the core measure stick⁵¹.

Ce que nous avons nommé ici « l'axe de diffusion» continuera donc de s'imposer, reléguant « l'axe de collecte » au second rang des priorités, sans toutefois nier son importance, puisque c'est, en bonne partie, mais pas exclusivement, ces objets conservés qu'il s'agit de communiquer. Déjà dans un rapport publié en 1984, mais tourné vers l'avenir, comme le montre son titre Museums for a New Century, l'American Association of Museums (AAM) affirmait : If collections are the heart of the museum, what we have come to call education – the commitment to presenting objects and ideas in an informative and stimulating way – is the spirit⁵². Le terme éducation s'entend donc ici en un sens très large; il fait référence à l'action générale de s'adresser aux visiteurs pour leur présenter, « de façon informative et stimulante », des objets des collections accompagnés d'idées à leur sujet.

Un autre rapport de cette même association américaine, intitulé *Excellence and Equity. Education* and the Public Dimension of Museums, reprend cette même perspective, toujours avec an expanded definition of museums' educational role that involves the entire museum. Bien comprise, cette philosophie pénètre toutes les missions de l'établissement muséal et est garante de sa nature de « service public », comme l'affirme la première idée clé de ce rapport : *The commitment to education as central to museum's public service must be clearly expressed in every museum's mission and pivotal to every museum's activities*⁵³. Selon l'AAM, cet esprit de

Gail Anderson, *Reinventing the Museum*, Walnut Creek, AltaMira Press, 2004, p. 4.

Museums for a New Century. A Report of the Commission on Museums for a New Century, American Association of Museums, 1994, p. 55. Le texte continue: "In all museums the impulse toward education of the public is strong. Exhibitions involve a great deal more than the mere displat of objects."

Excellence and Equity. Education and the Public Dimension of Museums, American Association of Museums, 2008, p. 5.

service public s'affirme comme la valeur commune fondamentale des musées⁵⁴. Des établissements américains ont même revu la formulation de leur mission, pour que leur dimension de service public soit explicitement mentionnée. L'accent mis sur le service public mène à une plus grande accentuation de la fonction éducative au sens large de prise en compte des visiteurs.

Cette tendance confirme bien que l'axe patrimonial des collections est vu de plus en plus non comme une fin en soi, mais comme un moyen par lequel les musées servent la société. C'est en ce sens que nous entendons l'orientation 1- « **Citoyens d'abord** » de la *Politique muséale*. Elle doit maintenir que les institutions muséales sont au service des citoyens et de la société, et que c'est là qui justifie ultimement qu'elles conservent et diffusent leurs collections⁵⁵.

2) La démographie : immigration et minorités ethnoculturelles : l'inclusion

Cette mission éducative doit aussi être **inclusive** de la diversité culturelle pour qu'un musée s'acquitte bien de sa mission de service public; c'est la deuxième idée clé de *Excellence and Equity*, qui affirme : « *Museums must therefore become more inclusive places that welcome diverse audiences, but first they should reflect our society's pluralism in every aspect of their operations and programs.* »⁵⁶

La culture est aujourd'hui une notion parmi les plus englobantes : « tout est culturel », tout objet, paysage, témoignage ou comportement peut s'analyser en tant que révélateur et porteur de sens.

.

La première des dix recommandations de ce rapport concerne précisément le fait que l'énoncé de mission d'un établissement mentionne l'engagement de servir le public. L'American Association of Museums donne elle-même l'exemple dans le code d'éthique qu'elle propose aux musées, où elle écrit : Although the operating environment of museums grows more complex each year, the root value for museums, the tie that connects all of us together despite our diversity, is the commitment to serving people, both present and future generations. This value guided the creation of and remains the most fundamental principle in the following Code of Ethics for Museums. Voir : Introduction, Code of Ethics for Museums.

En France la loi de 2002 créant le label « Musée de France » reconnaît l'orientation vers les publics : « La légitimité de la prise en compte des publics est probablement l'élément le plus novateur du texte voté en 2002. Un service des publics met en œuvre une offre de partage la plus diversifiée possible; il peut s'inscrire dans un réseau associant plusieurs musées. Dans le souci du plus grand accès de tous à la culture, le projet culturel et scientifique qui porte l'institution tisse ainsi des liens entre les publics – habitants comme touristes –, les objets et le territoire. » Voir le site de la Drac du Limousin, « Appellation Musée de France » : http://www.limousin.culture.gouv.fr/spip.php?article197

Excellence and Equity. Education and the Public Dimension of Museums, American Association of Museums, 2008, p. 5.

Aussi tout peut-il entrer au musée; de plus, la pensée postcoloniale a provoqué une nette volonté d'inclusion qui s'exerce à l'égard des groupes et des populations non ou peu représentés auparavant dans les collections et les expositions.

Des musées de ville, comme le *London City Museum*, ont revu leur exposition permanente conscients qu'elle ne présentait que l'histoire des classes dominantes et moyennes blanches. Plus près de nous, le Centre d'histoire de Montréal a aussi revu ses présentations permanentes et temporaires pour faire une plus grande place à la diversité ethnoculturelle de la ville. L'histoire présente dans les objets collectionnés est-elle inclusive des populations et des groupes présents sur le territoire du Québec? Certes, elles témoignent mieux depuis quelques années, des premiers occupants, les peuples autochtones, et de leur présence dans plusieurs régions. Dans toute la région du grand Montréal et ailleurs, la diversité augmente.

Comment nos institutions muséales prennent-elles en considération ce fait? La *Politique muséale* ne devrait-elle pas comporter un objectif à cet égard et favoriser l'implication des établissements muséaux dans des actions d'inclusion et d'intégration? Cette thématique d'une grande actualité. Le dernier recensement montre qu'aujourd'hui au Canada, un Canadien sur cinq (20,6 %) est né à l'étranger et que ceux de la deuxième génération forment un autre 17,4 %. L'appartenance à un groupe ethnoculturel atteint donc au moins les 37 % de la population. Ces statistiques sont un peu inférieures pour le Québec, mais vont dans le même sens; le pourcentage des Québécois nés à l'étranger était, en 2006, de 11,5 % de la population totale et il est passé aujourd'hui à 12,6 %, toujours selon le dernier recensement canadien. Le nombre des Québécois avec une ancestralité qui n'est ni française, ni britannique, ni autochtone est donc en augmentation importante⁵⁷. Le gouvernement du Québec a adopté, en 1990, un énoncé de politique en matière d'immigration et d'intégration, intitulé *Au Québec pour bâtir ensemble*, qui précise les principes qui constituent les fondements de la politique québécoise d'intégration des immigrants et des communautés culturelles. À cette époque, 8 % de la population québécoise déclarait être née à l'étranger et près

-

Dans une étude de 2012, Museum Futures. Place your Bet, la New England Museum Association signale aussi les changements démographiques comme un facteur déterminant pour l'avenir des musées: First, we must better align our museums with community demographics [...] the composition of our communities is changing rapidly. We are entering the era of the "minority majority" in which the multiplicity of minority groups is trading places with Caucasians for the dominant group in our society. Minority visitors are still very much minorities in our museums. Voir la page 10 de l'étude.

de 16 % s'identifiait comme d'une origine autre que française. On y lit qu'on peut « considérer qu'environ un Québécois sur six (16 %) s'identifie, à des degrés divers, à l'une des cent et quelques communautés culturelles présentes au Québec⁵⁸.»

Il y a là, à notre avis, un enjeu majeur pour les institutions muséales du Québec et leur rôle social. Le réseau offre des ressources et des occasions uniques de contribuer à l'intégration des immigrants et de diffuser les valeurs communes de la société d'accueil. La politique d'immigration affirme d'ailleurs à ce chapitre qu'elle veut « soutenir l'adaptation des institutions à la réalité pluraliste », parce qu'une telle adaptation « constitue un facteur essentiel de la participation des Québécois de toutes origines à la vie collective⁵⁹.»

Il est en outre essentiel que s'étendent à l'ensemble des ministères, institutions publiques et parapubliques et organismes gouvernementaux la préoccupation de mieux connaître la clientèle des communautés culturelles et le souci d'évaluer l'accessibilité et l'adaptation de leurs services. Dans ce domaine, il faudra mettre l'accent sur les secteurs des services de garde, de l'enseignement supérieur et des loisirs, car ils peuvent beaucoup contribuer à l'intégration des nouveaux arrivants et des Québécois des communautés culturelles⁶⁰.

Nos établissements muséaux font bien partie du domaine des loisirs culturels qui ont à adopter une perspective interculturelle inclusive. Pensons, par exemple, à la « semaine québécoise des rencontres interculturelles » qui se tient chaque année à l'automne : le thème, en 2012, était *Soulignons ensemble l'apport de la diversité dans les villes et régions du Québec*; certains de nos établissements y ont contribué; cela devrait devenir une priorité pour tous.

L'UNESCO, qui a déclaré l'année 2010 Année Internationale du Rapprochement des Cultures, encourage les musées à travailler en ce sens; elle a mis en place, en 2011, un réseau à cet effet nommé Musées pour le dialogue interculturel :

Le rôle des musées comme messagers de la paix et de la compréhension interculturelle ne peut être sous-estimé, ils figurent en effet parmi les principales

-

Québec, *Au Québec pour bâtir ensemble*, Québec, Ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles du Québec, 1990, p. 2.

⁵⁹ *Ibid.*, p. 82

⁶⁰ *Ibid.*, p. 83.

attractions dans nos sociétés globalisées, où des millions de gens voyagent à la découverte d'autres cultures.

L'UNESCO appelle la communauté internationale des musées à rejoindre son réseau des musées pour le dialogue interculturel en contribuant à l'enrichissement de son nouveau musée virtuel pour le dialogue interculturel⁶¹.

Le Conseil de l'Europe a aussi publié, en 2008, un livre blanc sur le dialogue interculturel, sous le titre *Vivre ensemble dans l'égale dignité*. Les musées figurent parmi ce que ce texte désigne comme « des espaces de dialogue interculturel ». Ce document rappelle le rôle que peuvent jouer les musées et sites historiques : « Les musées et les sites historiques sont susceptibles de remettre en cause, au nom d'une humanité commune, les récits sélectifs qui reflètent la prédominance historique de tel ou tel groupe ethnique ou national, et d'offrir des espaces de reconnaissance mutuelle entre individus d'origines diverses⁶².» Le mouvement en faveur de l'interculturel vient, pour ainsi dire, accentuer encore et compléter l'ouverture déjà bien amorcée des institutions muséales sur leur milieu; celles-ci occupent maintenant une position privilégiée pour ouvrir un dialogue fructueux avec des groupes spécifiques :

And – during the past couple of decades – a deeper understanding of the role that museums can have in mutual understanding came into play. Intercultural exchange has replaced multi-cultural archiving. [...].

Voir: http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/movable-heritage-and-museums/museum-projects/unesco-launches-the-network-of-museums-for-intercultural-dialogue/

Voir : Vivre ensemble dans l'égale dignité, livre blanc sur le dialogue interculturel du Conseil de l'Europe, 2008, au point 4.4.; en ligne: http://www.coe.int/t/dg4/intercultural/whitepaper interculturaldialogue 2 FR.asp#P194 84792 Une initiative intéressante est celle des « Itinéraires culturels » lancé, en 1987, avec comme objectif de « démontrer, à travers le voyage dans l'espace et dans le temps, que le patrimoine des différents pays d'Europe et leur culture contribuent au patrimoine culturel commun. Les itinéraires mettent en œuvre les valeurs fondamentales du Conseil de l'Europe : droits de l'homme, démocratie culturelle, diversité et identité culturelle, dialogue, échange et enrichissement mutuel par delà les frontières et les siècles, » Voir en ligne: http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/Routes/Default_fr.asp Dans le cadre de cette année, la France a mis de l'avant une stratégie nationale et a fait un appel de projets auprès des musées, bibliothèques, lieux d'art contemporain, archives, etc. pour l'adoption de stratégies interculturelles. Un label Année Européenne du Dialogue Interculturel a été attribué à des projets qui ont « mis en valeur le dialogue interculturel, quelque soit leur champs d'action grâce à une campagne interministérielle de labellisation en 2008. Ce label constituera une reconnaissance qualitative d'un projet au niveau national et européen. Il permettra de promouvoir des initiatives et de favoriser des rencontres. » Voir en ligne : http://www.culture.gouv.fr/champagneardenne/3documentation/nav2_diversite.html

The role of museums in facing challenges rooted in migration and globalization has changed rapidly in the last two decades. From insulated and academically based institutions, museums are transforming into accessible centers of collective cultural memory. By focusing on communication rather than archiving, museums have opened to an active dialogue not only with the society at large but also with defined target groups (immigrants, global nomads, students) and with the individual visitor⁶³.

La volonté d'inclusion s'étend aussi à tous les groupes sociaux qui ne fréquentent que peu les musées. Le portrait de la fréquentation et les variables qui sont déterminantes sont bien connus. Dans l'ensemble, plus de gens que jamais fréquentent aujourd'hui les institutions muséales du Québec : « En 25 ans, le pourcentage de Québécois déclarant fréquenter les musées s'est accru de 11 points, passant de 31 % en 1979 à 42 % en 2004⁶⁴.» Récemment, l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) annonçait qu'en 2012 « pour la première fois depuis les débuts de l'enquête en 2003, la fréquentation des institutions muséales dépasse les 13 millions de visiteurs, passant de 12,6 millions en 2011, à 13,4 millions de visiteurs en 2012⁶⁵.» De plus,

Entre 1979 et 2004, il y a eu un élargissement du public des musées vers les catégories sociales moins susceptibles de les visiter, alors que le comportement des catégories sociales qui étaient déjà prédisposées à leur visite est demeuré plutôt stable. En effet, le taux de fréquentation a progressé au sein des francophones, des femmes, des personnes âgées, des personnes inactives et des personnes les moins scolarisées. En revanche, chez les personnes les plus scolarisées, le taux (déjà élevé) n'a pas progressé en 25 ans⁶⁶.

Si les facteurs du niveau d'éducation, de revenu et de la région de résidence entrent toujours en jeu, un certain élargissement des publics s'est quand même produit et les efforts en ce sens doivent continuer.

_

Voir en ligne: Les musées, des espaces multiculturels crée mardi 26 février 2013, http://cursus.edu/article/19575/les-musees-des-espaces-multiculturels/ qui renvoie au texte de Chris Torch, European museums and Interculture: responding to challenges in a globalized world, sur le site du European Museum Forum. http://www.europeanmuseumforum.info/elibrary/21-christorch.html

État des lieux du patrimoine, des institutions muséales et des archives, Cahier 9 Le public des institutions muséales, Institut de la statistique du Québec, Québec, 2010, p. 14.

Voir : en ligne, *Observatoire de la SMQ*, http://www.smq.qc.ca/publicsspec/. Pour consulter les statistiques de l'OCCQ, 18 avril 2013, voir, en ligne :

http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture_comnc/musees/freq_inst_mus_rep_2012.htm Cahier 9, Institut de la statistique du Québec, *ibid*.

Nous constatons cependant que la *Politique muséale* actuelle ne comporte rien sur la diversité culturelle, les mots **interculturel** ou **inclusion** n'y figurant pas. Néanmoins, plusieurs établissements ont perçu cet enjeu majeur et ont commencé à agir en ce sens. Ce mouvement doit se poursuivre, car une bonne partie de la fréquentation future de nos musées et sites dépendra de sa réussite.

Pour s'adresser à la diversité des citoyens et refléter leurs histoires, des préoccupations d'inclusion sont essentielles et devront occuper, dans les années à venir, une meilleure place dans les priorités de notre muséologie, sans quoi nos institutions se couperont de la réalité d'une partie croissante de la population. Le devoir d'inclusion se fait donc de plus en plus pressant.

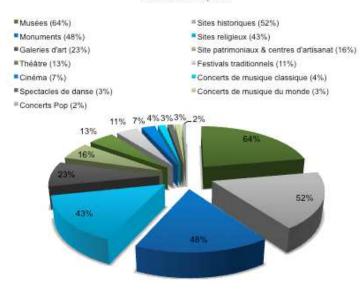
3) Le tourisme culturel

Dans les grands centres comme dans plusieurs régions, le tourisme culturel contribue, en saison estivale surtout, à la fréquentation des institutions muséales. La visite de ces lieux a un effet positif sur la rétention des visiteurs dans la ville ou la région et accroît les retombées économiques. Certains établissements sont bien situés dans des quartiers historiques protégés qui comptent parmi les attractions les plus populaires du Québec et constituent en eux-mêmes des destinations urbaines privilégiées. Selon l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), « le voyage culturel et patrimonial représentait 40 % de l'ensemble du tourisme international en 2007 comparativement à 37 % en 1995. » L'UNESCO affirme aussi, en 2011, que « le voyage culturel et patrimonial est l'un des segments du tourisme international qui connaît la croissance la plus rapide⁶⁷.» Les musées, sites historiques et lieux d'exposition figurent en bonne place à l'intérieur des activités que pratiquent les touristes internationaux, comme on le voit dans ce tableau.

.

Voir, en ligne, pour ces statistiques, le réseau de veille en tourisme, *Tourisme culturel et patrimonial, un produit en croissance à travers le monde*, 5 janvier 2011 : http://veilletourisme.ca/2011/01/05/tourisme-culturel-et-patrimonial-un-produit-en-croissance-a-travers-le-monde/

Graphique 1
Types d'attractions culturelles visitées par les touristes internationaux, 2007



Source: ATLAS Cultural Tourism Project 2007

Si le domaine du tourisme comporte presque toujours une composante de « tourisme culturel », en raison du contact qui se produit entre un voyageur d'une part et, d'autre part, une population et des sites qu'il découvre, le tourisme culturel peut se définir un peu plus spécifiquement quant à sa motivation : « Le tourisme culturel est un déplacement d'au moins une nuitée dont la motivation principale est d'élargir ses horizons, de rechercher des connaissances et des émotions au travers de la découverte d'un patrimoine et de son territoire. □ Par extension, on y inclut les autres formes de tourisme où interviennent des séquences culturelles⁶⁸.»

Au Québec, le rapport Rozon, intitulé *Faire des choix pour une industrie touristique performante*, remis en mai 2011, propose une vision ambitieuse, à savoir « d'ici 2020, faire du Québec une destination internationale incontournable caractérisée par des produits d'appel de qualité mondiale, un positionnement clair par marché, et une performance accrue générant de l'argent

⁶⁸

Cette définition est celle de Claude Origet du Cluzeau. Voir, en ligne: *Qu'est-ce que le tourisme culturel?*: http://www.tourismeculturel.net/les-incontournables/quest-ce-que-le-tourisme-culturel-27
Autre définition citée par R. Stebbins: *Cultural tourism is a genre of special interest tourism based on the search for and participation in new and deep cultural experiences, whether æsthetic, intellectual, emotional, or psychological*, « Cultural Tourism as Serious Leisure », *Annals of Tourism Research*. vol. 23, n° 4, octobre 1996, p. 948.

neuf⁶⁹.» La stratégie repose clairement sur trois axes de positionnement : le premier réunit les deux portes d'entrée que sont Montréal et Québec, le second mise sur une icône, le fleuve Saint-Laurent; le troisième axe est constitué des pôles touristiques que sont les régions. Constatons que le réseau muséal est partout disponible pour collaborer à la mise en valeur de ces trois axes et servir d'introduction à leur l'histoire.

La métropole et la capitale peuvent certainement offrir aux visiteurs des institutions muséales de premier plan : il importe que celles-ci continuent leur développement, pour confirmer leur statut « d'incontournables » pour des touristes culturels 70. Encore faudra-t-il que leur budget de fonctionnement puisse croître de la même façon, sans quoi les expositions présentées dans les établissements agrandis n'offriront pas des expériences à la hauteur. Ces musées profitent aussi de la tendance croissante d'une autre forme de tourisme, le « tourisme urbain », qui va en partie de pair avec le tourisme culturel; ce tourisme urbain repose en effet lui-même sur l'intérêt plus prononcé des touristes pour les ressources culturelles et patrimoniales. Mais le climat de la scène urbaine peut aussi, selon certains analystes, entrer en compétition avec les différents lieux culturels, grâce au *urban theming* ou *district branding* qui opèrent une mise en tourisme des quartiers dont le caractère s'affirme et retient les touristes qui trouvent alors plaisir à simplement y déambuler et à profiter de l'atmosphère. Les institutions culturelles doivent alors faire partie de cet écosystème et y puiser 71.

En région, on ne retrouve ni la taille des établissements de Montréal et de Québec, ni la masse critique des plus petits établissements regroupés. Par contre, les régions peuvent compter sur la variété d'activités culturelles ou autres que les touristes recherchent et parmi lesquelles la visite

⁶⁹ Faire des choix pour une industrie touristique performante, Rapport déposé à la Ministre du Tourisme, mai 2011, p. 5.

Notons toutefois, qu'aucun des quatre grands musées ne disposent d'un édifice iconique qui constituerait en lui-même une attraction, comme une certaine tendance actuelle le voudrait. De plus, force est de constater que notre patrimoine artistique ne peut pas compter sur des artistes mondialement célèbres dont les œuvres déplacent toujours les foules. Nous ne sommes dépositaires d'aucun « objet relique » à charge symbolique mondiale vers lesquels convergent des touristes pèlerins. Reste alors à compter sur la motivation qu'est la découverte des spécificités de l'histoire et de la culture d'ici.

Voir: Saskia Sassen et Frank Roost, « The City. Strategic Site for Global Entertainment Industry » dans Dennis Judd et Susan Fainstein éd., *The tourist City*, New Haven, Yale University Press, 1999, p. 143-154. Les auteurs écrivent: *Modern tourism is no longer centered on the historic monument, concert hall, ou museum but on the urban scene*, p. 143.

d'un musée ou d'un site peut prendre place. La voie à retenir passe donc par des jumelages, une offre de forfaits entre un établissement muséal et un site naturel ou une activité récréative, ce que certains ont déjà mis en pratique.

La perspective d'une destination à activité unique motive de moins en moins les voyageurs, car ils cherchent à accomplir un éventail d'activités pendant leur voyage. Parcs Canada doit s'adapter à ces changements dans la façon dont les Canadiens veulent découvrir leurs lieux patrimoniaux nationaux⁷².

De tels jumelages permettent aux musées en région d'offrir des genres de « camp de jour » avec, par exemple, en matinée une activité au musée, et en après-midi, une activité extérieure dans un site historique ou naturel. Il faut miser sur des alliances et synergies de ce genre, pour rejoindre autant les visiteurs de passage que des gens locaux.

Les lieux d'interprétation et sites historiques

Le Québec compterait en tout 234 lieux d'interprétation, dont 181 en histoire et archéologie et 53 en sciences⁷³. Parmi ces lieux d'interprétation, 93 sont maintenant reconnus par le MCCQ, dont les 64 reconnus et soutenus et les 29 autres reconnus seulement. Ils sont donc nombreux sur le territoire; plusieurs sont saisonniers et comptent sur très peu de personnel. C'est ici que la professionnalisation peine à se maintenir. L'évaluation faite, en 2003, montrait qu'un pourcentage plus faible des lieux d'interprétation obtenait une note de B ou plus (73 %), comparé aux autres types d'institutions⁷⁴. Pourtant, pour bien servir la communauté locale et les touristes venus dans la région, ces lieux historiques doivent comme les autres faire preuve de professionnalisme dans leurs activités d'interprétation et d'animation. Là où un CREM s'ajoute au réseau régional en place, certaines expertises peuvent aider ces lieux d'interprétation. Mais ailleurs, ne sont-ils pas laissés à eux-mêmes avec fort peu de ressources?

Nous pensons qu'une action particulière de structuration et de soutien devrait prendre pour objet ces lieux d'interprétation; la plupart ont la lourde responsabilité de voir à l'entretien et à la mise en valeur d'un bâtiment historique, ce qui est exigeant pour ces petites organisations. Pour

Ed. Jager et Annique Sanche, « Ouvrir la voie à l'expérience du visiteur dans les lieux patrimoniaux du Canada », p. 298 ; en ligne : http://www.georgewright.org/272jager_francais.pdf

État des lieux du patrimoine, des institutions muséales et des archives, Cahier 8, op. cit., p. 57.

De même 24 lieux d'interprétation (12,8 %) ont obtenu la note C et moins.

enrichir l'offre dans ces lieux d'interprétation, on pourrait s'inspirer des réflexions en cours depuis quelques années à Parcs Canada, qui a entrepris de repenser son action et les activités des lieux historiques nationaux (LHN) en fonction de la notion d'« expérience des visiteurs »⁷⁵. Ce concept d'expérience est devenu central, autant en tourisme qu'en muséologie, tant pour les musées que pour les sites de patrimoine naturel et les sites historiques; il est aussi au cœur de ce que plusieurs observateurs considèrent être une nouvelle tendance en tourisme, celle du « tourisme créatif ». La question suivante est de plus en plus d'actualité : comment les institutions muséales pourront-elles s'assurer qu'elles s'inscrivent bien dans la dynamique du tourisme créatif?

Le tourisme créatif

Nous avons vu émerger depuis une dizaine d'années, l'expression « tourisme créatif » pour désigner une tendance qui transformerait les attentes et les pratiques du tourisme culturel. Un de ses principaux promoteurs, Greg Richards, pense que nous assistons aujourd'hui à un changement important, à un passage du « tourisme culturel » traditionnel centré sur les musées et les monuments, vers un nouveau type de tourisme nommé le « tourisme créatif » dans lequel la culture n'est plus quelque chose de reçu relativement passivement par des visiteurs spectateurs, mais bien un acte, l'acte de se cultiver (an act of cultivation), celui de participer activement à quelque chose et de se développer. Il définit ce « tourisme créatif » ainsi : tourism which offers visitors the opportunity to develop their creative potential through active participation in learning experiences which are characteristic of the holiday destination where they are undertaken⁷⁶. L'auteur constate que plusieurs villes ont misé sur les musées comme des attractions capables de revitaliser des zones urbaines : The development of cultural attractions in general, and museums in particular has become a conerstone of experience production policies. Museums play a particularly important role because they function as "factories of meaning," developing cultural experiences for their visitors⁷⁷. Mais il pense aussi que la tendance vers le

_

⁷⁷ *Ibid.*, p. 62.

Voir, par exemple, Ed. Jager et Annique Sanche, « Ouvrir la voie à l'expérience du visiteur dans les lieux patrimoniaux du Canada », op. cit. Nous avons aussi rédigé un rapport pour Parcs Canada; voir : Raymond Montpetit et Yves Bergeron L'expérience des visiteurs dans les sites historiques, Québec, Parcs Canada Québec, mai 2009. (Non publié).

Greg Richards, « The Experience Industry and the Creation of Attractions », *Cultural Attractions and European Tourism*, G. Richards, éd., Wallingford et New York, CABI Publishing, 2001, p. 65.

nouveau tourisme créatif peut déstabiliser cette offre muséale traditionnelle, si ses présentations ne se définissent qu'en termes de contemplation :

The more passive form of leisure experiences can be termed "recreation leisure" which restores or "re-creates' the individual through rest and relaxation. On the other hand, "creative leisure" brings about a new state by enabling the participant to develop new knowledge, skills and competences. [...] Creative leisure allows the individual to develop themselves [...] heritage tourism and cultural tourism are increasingly being supplanted by the advent of "creative tourism"⁷⁸.

Si cet auteur a raison, il faudra que le tourisme patrimonial et culturel, dont les musées et sites historiques font partie, réussisse à transformer son image et son offre, pour expliciter comment, au-delà du plaisir de contempler ce qui est conservé, il favorise la créativité de chacun, la production personnelle de signification, voire la participation à une activité créative et, à terme, le développement de soi. Richards constate que plusieurs institutions muséales ont entrepris cette orientation vers les visiteurs et leur créativité : A number of museums are changing their roles from being authoritarian "factories of meaning" to being interactive workshops where meaning is generated through co-makership between the museum and its visitors⁷⁹. Une définition plus précise du tourisme créatif a été produite lors de la conférence de 2008 de Santa Fe aux États-Unis: Creative tourism is travel directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage, or special character of a place, and it provides a connection with those who reside in this place and create this living culture⁸⁰. Le tableau qui suit illustre les trois formes de tourisme selon Richards : on peut voir qu'il réserve alors le mot d'expérience au seul « tourisme créatif » dans lequel les visiteurs, au-delà la simple production de sens personnel qui a lieu dans tous les établissements et sites, s'engagent plus activement dans la culture vivante du lieu.

⁷⁸ *Ibid.*, p. 64.

Ibid., p. 66. Pour aller plus loin, voir: From cultural tourism to creative tourism Changing experiences. The development of creative tourism, Greg Richards et Julie Wilson, éd., Arnhem, ATLAS, 2008; et aussi Tourism, Creativity and Development, Greg Richards et Julie Wilson, éd., Londres, Routledge, 2007.

Voir: Creative Cities Network, Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism, Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism. Santa Fe; en ligne: http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811e.pdf

Form of tourism	Primary time focus	Primary cultural focus	Primary form of consumption
Heritäge tourism	Past	High culture Folk culture	Products
Cultural tourism	Past and present	High and popular culture	Products and processes
Creative tourism	Past, present and future	High, popular and mass culture	Experiences

Fig. 3.1. Characteristics of heritage tourism, cultural tourism and creative tourism. (From Richards, 2000.)

L'expression « tourisme créatif » est désormais très fréquemment utilisée et inspire des pratiques sur le terrain. Si tous ne s'entendent pas sur les composantes requises, tous insistent sur une plus grande implication des visiteurs dans les expériences et les activités offertes : « Le tourisme créatif implique l'apprentissage d'une compétence liée à la culture du pays ou de la communauté visitée. Les touristes créatifs y explorent leur potentiel créatif et engagent des rapports plus personnels avec les gens de la place; en participant activement à des ateliers ou à d'autres expériences formatrices qui s'inspirent de la culture de leur destination de vacances ⁸¹.» Cela rapproche cette forme de tourisme de ce que d'autres ont qualifié de « tourisme d'apprentissage » pratiqué par les voyageurs qui cherchent des vacances éducatives. Sans transformer toutes leurs activités, nos institutions muséales et lieux d'interprétation en particulier ont intérêt à s'initier à cette approche dont, à terme, bénéficieront autant les locaux que les touristes dits « créatifs ». Il y a là d'importants défis que la muséologie québécoise devra relever.

Voir : Réseau de veille en tourisme, « Le tourisme créatif à trois volets », en ligne :

http://veilletourisme.ca/2006/12/11/le-tourisme-creatif-a-trois-volets/
Voir aussi dans le même sens: the main goal of creative tourism is experiencing things first-hand, living through new emotions, acquiring new knowledge and skills through engaging in creative activity shared with fellow tourists, and through interactions with the locals. », Valery Gordin et Marina Matetskaya, « Creative tourism in Saint Petersburg: the state of the art », Journal of Tourism Consumption and Practice, vol. 4, n° 2, 2012, p. 57.

Le gouvernement, dans sa politique de développement touristique, reconnaît le rôle que joue le réseau muséal en tourisme :

Le tourisme culturel, en raison de l'offre diversifiée de festivals et d'évènements, de musées et d'attraits, constitue un trait marquant de la destination québécoise dans toutes les régions et un produit d'appel important auprès de la clientèle internationale, notamment pour les villes de Montréal et de Québec.

Le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF) a d'ailleurs réalisé des investissements importants au cours des dernières années pour consolider le produit touristique culturel. Le Quartier des spectacles et la Maison symphonique à Montréal ainsi que la réfection du Musée national des beaux-arts du Québec en sont des exemples.

Le gouvernement entend poursuivre ses investissements pour développer le produit

En voyant l'apport au tourisme des établissements muséaux de tout genre, on se met à penser qu'il serait dans l'ordre des choses que ce réseau puisse compter sur plus de soutien à ses activités de la part des responsables et intervenants du tourisme. Comme l'affirme la *Charte internationale du tourisme culturel d'ICMOS* (1999), « La relation entre le patrimoine et le tourisme est dynamique et doit dépasser les conflits de valeurs. Elle doit être gérée de manière durable au profit des générations actuelles et futures. » La responsabilité de cette gestion durable à long terme suppose un partage équitable entre les responsables du tourisme et ceux du patrimoine.

4) Les technologies et l'interactivité

culturel québécois⁸².

Les innovations technologiques qui favorisent la connaissance, l'inventaire et la diffusion des patrimoines sont nombreuses et leurs effets, à moyen et long termes, sur l'action des musées, font l'objet depuis plus de vingt ans de débats sur la scène internationale et ici. Dès 1998, la SMQ publiait le volume 20 de *Musées* avec le titre « Le défi des nouvelles technologies au musée »; le volume 23, en 2001, revenait avec le thème « Muséologie et nouvelles technologies », tout comme, en 2007, le volume 26 titré « Présence des technologies. » Cela montre bien que milieu muséal d'ici se sent donc très concerné par l'impact des développements technologiques et globalement prêt à découvrir ce qu'ils rendent possible pour les institutions, en salle et en ligne ⁸³.

Québec, *Plan de développement de l'industrie touristique. Un itinéraire vers la croissance*, Gouvernement du Québec, 2012, p. 49.

Voir, plus haut, notre caractérisation de la muséologie québécoise : nous avons fait de l'ouverture à l'innovation et à la créativité un de ses qualificatifs.

Les opposants à l'usage des nouvelles technologies de l'information (NTI) en milieu muséal sont assez rares : nul ne peut contester, par exemple, ce que l'informatisation des collections a apporté. Les divergences portent plutôt sur l'envergure et la profondeur des changements qu'entraînent ces NTI sur la nature même des musées et sur la manière dont ils communiquent leurs collections aux visiteurs, réels ou maintenant virtuels. Plusieurs observateurs sont d'avis que la vision des NTI que les gouvernements mettent de l'avant « (re)redéfinit la mission et les fonctions essentielles des institutions de mémoire ⁸⁴.» Les NTI imposent un travail de redéfinition conceptuelle; elles touchent à plusieurs notions qui ont cours dans le domaine muséal : Digitisation, virtualisation, networking, syndication and user-generated and co-created content have shaken the sector's foundational constructs of authenticity, materiality, ownership, authority and audience. Convergence and collaboration, enabled by ICTs, have further blurred traditional organisational boundaries and the public's perception of them ⁸⁵. De plus, ces redéfinitions nécessaires affectent les fonctions muséales et leurs pratiques :

What visitors carry with them to an exhibit (a telephone, a camera, an iPod, a PDA?), where the museum considers itself to be (onsite, online, both?), and even whether 'visiting' is the only way we might define our relationships with the museum digital media have a role in shaping all these. What museums choose to collect and preserve (a blog posting, a sound file, a 3D digital model?), how they make their collections available (through open source initiatives, through interoperable sharing?), what approach is taken to exhibition design (as a game, as a media experience?), are all being negotiated and renegotiated because of the presence and influence of digital technology.

L'impact se fait donc sentir sur toute l'organisation, comme l'étude DigiCULT le souligne bien : « Les institutions d'héritage culturel seront obligées de – devenir des " institutions hybrides " dans le sens qu'elles devront fournir l'information, le matériel et la connaissance à domicile et sur

Voir : Commission européenne, Rapport DigiCULT. Paysages technologiques pour l'économie culturelle de demain. Faire connaître la valeur de l'héritage culturel, Commission européenne, 2002, p. 32; en ligne :

ftp://ftp.cordis.europa.eu/pub/ist/docs/digicult/executive_summary_fr.pdf
Darren Peacock, « Making ways for Change: Museums, Disruptive Technologies and Organizational Change », *Museum Management and Curatorship*, vol. 23, n° 4, décembre 2008, p. 333.

Paul Marty et Ross Parry, « Introduction to Digital Heritage », *Museum Management and Curatorship, op. cit.*, p. 307.

online⁸⁷.» Nous comprenons cette **hybridité** comme un dédoublement des activités : pour bien communiquer avec tous ses publics, il faudrait idéalement que les activités en salle connaissent un prolongement en ligne, avec un travail de réécriture et de reformatage pour qu'un usager retrouve, sous une forme adaptée au média, une partie des contenus ou mêmes plus de contenus et des informations plus détaillées encore que ce qui est fourni aux visiteurs *in situ*. Désormais, nous sommes bien devant deux publics et deux formes de fréquentation : *two decades after the birth of the Web, museums increasingly see their distributed online audiences as important as those physically on site*⁸⁸. Produire uniquement pour ceux qui fréquentent en salle devient synonyme de ne pas pleinement occuper sa place et de se couper d'un bassin important d'usagers virtuels. Les grands musées (ou musées superstars, selon l'expression de Jean-Michel Tobelem) affichent des sites aux contenus très développés et offrent des applications pour téléphones intelligents qui servent à préparer la visite et aussi de guide une fois en salle d'exposition⁸⁹.

Aujourd'hui, les institutions du Québec sont présentes sur Facebook, Twitter, etc., mais les contenus offerts sur leurs sites restent en général plutôt pauvres et l'accès aux collections en ligne, limité⁹⁰; il s'en suit que les patrimoines québécois ne sont pas encore en volume important en ligne. Et pourtant, un tel accès est vu aujourd'hui comme essentiel, car il transforme la relation qu'un usager entretient avec les collections disponibles, en les invitant à effectuer de nouvelles actions et rétroactions à l'égard des contenus, comme des rassemblements et des tris personnels.

DigiCULT, *op. cit*, p. 39. Le document parle d'un « changement de paradigme » pour décrire comment l'avènement de la communication en réseau et la mise à disposition en ligne des contenus patrimoniaux deviennent « des activités principales » pour les institutions muséales. Voir : p. 53. Pour une étude de comment les technologies influencent la profession muséale au Canada, voir : *Travailleurs du savoir dans les musées du XXI^e siècle*, sur le site « Échange professionnel du ministère du Patrimoine canadien ; en ligne :

http://www.pro.rcip-chin.gc.ca/carrefour-du-savoir-knowledge-exchange/travailleurs_savoir-knowledge workers/table matieres-table content-fra.jsp

Ross Perry, « The Practice of Digital Heritage and the Heritage of Digital Practice », Ross Perry éd., *Museums in a Digital Age*, Londres, Routledge, 2010, p. 1. Il est intéressant de se rappeler que c'est avec la venue de la radio que les musées ont pu pour une première fois s'adresser à distance à de potentiels visiteurs. Voir ce qu'en disait Charles T. Currelly, le premier directeur du Royal Ontario Museum, dans « The Museum and the Radio », *Museum News*, vol. XV, n° 7, Octobre 1937, p 9-11.

Pour un palmarès des meilleurs sites et applications, Laura Barnett « From Tate to the Louvre, the world's best museums and galleries online. Many gallery websites now offer a rich, behind-the-scenes look at their vast collections, *The Gardian*, 9 avril 2013. La Tate et le MOMA sont en tête. Voir, en ligne: http://www.guardian.co.uk/artanddesign/2013/apr/09/worlds-best-museum-galleries-online

Il y a des exceptions : pensons au site « Itinéraire en art contemporain » du Musée d'art de Joliette, à celui du Musée McCord, ou encore au site « Signé Montréal » de Pointe-à-Callière.

On the Web, museums are moving away from the "curated highlights" approach towards a model in which the entire collection is available for searching, browsing, and filtering. The curatorial facilitator is no longer the sole means by which a visitor might experience an institution – museums now encourage users to self-curate their own groupings from an entire museum's collection. In fact, a whole list of possibilities is available to a user browsing a museum's collection on the Web – ways that are not available in the physical space – not least among which is the ability to acquire depth of context⁹¹.

De tels outils, compléments à la visite en salle, se répandent auprès des visiteurs de musées : on pense, par exemple, à *Google Art* qui donne accès à quantité d'œuvres de divers musées et qui, pour certains, comme le *Van Gogh Museum* d'Amsterdam, permet à la manière de *Google Street View* de se déplacer à sa guise dans les salles mêmes du musée pour s'approcher de telle œuvre choisie. Alors que la publication d'un catalogue imprimé maintient la voie unique de l'autorité institutionnelle et le récit linéaire de l'expert, de tels accès en ligne établissent une consultation plus libre, où l'usager retrouve un espace de découverte navigable selon ses intérêts.

En plus des technologies Internet qui s'adressent aux visiteurs à distance, on assiste aussi à la multiplication des dispositifs technologiques en salle. La gamme des moyens et supports est aujourd'hui très diversifiée dans tous les genres d'institutions muséales⁹². Des écrans tactiles remplacent ici et là les cartels écrits, des bornes interactives livrent leurs contenus. Des cartes intelligentes distribuées aux visiteurs permettent d'accumuler des données au cours du parcours, personnalisant leur visite pour en profiter après coup. Cette coprésence dans l'espace expositionnel des œuvres ou artefacts à côté des supports technologiques donne lieu à un nouveau type d'exposition, l'exposition multimédia ou multimédiatique⁹³. Loin que cela surprenne, les

Kovin J. Smith, « The Future of Mobile Interpretation », J. Trant et D. Bearman, éd., *Museums and the Web 2009: Proceedings*. Toronto, Archives & Museum Informatics, p. 2. Voir en ligne: http://www.museumsandtheweb.com/mw2009/papers/smith/smith.html

On pense le plus souvent aux musées de sciences, d'histoire ou de sociétés comme utilisateurs de dispositifs technologiques; pourtant, un des premiers musées à proposer des circuits multimédias avec ordinateur de poche ou PDA (Personnal Digital Assistant) a été la Tate Modern.

Nous avions, en 1995, défini ce type d'exposition : « une mise en exposition qui, dans l'espace même de l'exposition, combine des artefacts authentiques à observer, avec plusieurs autres supports médiatiques et interprétatifs susceptibles d'en porter le contenu et d'en orienter la réception. » Voir : « De l'exposition d'objets à l'exposition-expérience : la muséographie multimédia », *Les muséographies multimédia : métamorphose du musée*, Québec, Musée de la civilisation, 1995, Document n° 22, p. 9.

visiteurs d'aujourd'hui sont très familiers avec de tels dispositifs qui sont de plus en plus identifiés avec une muséographie « moderne ». Aussi, des établissements choisissent parfois d'ajouter après coup de telles technologies dans des expositions permanentes déjà en place. La tendance qui devient la plus courante est celle des systèmes du *Global Position System* (GPS) personnel : en téléchargeant une application sur son téléphone, celui-ci aide le visiteur à s'orienter dans son parcours et lui permet d'accéder à du contenu additionnel – avec textes, images fixes ou vidéos – et aussi, de plus en plus, de réagir et de s'exprimer. Tous les visiteurs ne font pas usage de ces moyens, mais qu'en sera-t-il dans un proche avenir?

L'interactivité

La communication rendue possible par ces technologies n'est plus à sens unique : avec le Web 2.0 et les réseaux sociaux, les utilisateurs sont invités à entrer dans le jeu et à fournir de la rétrocation (feedback) ou du « contenu généré par les usagers » (UGC ou User Generated Content). On définit ce type de contenu comme celui produit par des personnes qui ne travaillent pas pour le musée concerné. L'usage en contexte muséal de ces UGC ouvre des perspectives inédites et riches de possibilités, avec lesquelles plusieurs institutions expérimentent aujourd'hui, en salle et en ligne. One way in which museums have attempted to encourage a less passive experience via multimedia guides is through the use of so-called "user-generated content." In this scenario, content is actively solicited from the visitor by the museum, usually in the form of comments or responses⁹⁴. Et la tendance veut que ces contenus générés soient alors partagés et rendus accessibles aux autres visiteurs, dans une conversation à plusieurs.

D'ailleurs, certains établissements ont de plus installé une salle entière – espace d'interprétation – voisine des salles d'exposition, où quantité de supports technologiques offrent librement à chacun des occasions d'apprentissage et d'interaction.

Arrêtons-nous ici, les exemples sont légions. Où la muséologie québécoise en est-elle quant à tous ces modes d'accès et ces médiations participatives? Nous n'avons pas fait une enquête exhaustive de tout ce qui a été tenté ou est en place, mais nous croyons globalement que si les dispositifs en salle, principalement dans des expositions permanentes, sont assez fréquents, ce

⁹⁴ Kovin J. Smith, « The Future of Mobile Interpretation », op. cit., p. 5.

n'est pas le cas de l'offre sur Internet et sur des applications mobiles. Peu d'institutions, à notre connaissance, pensent en termes de **synergie multiplateforme** et de **convergence**, pour mettre en chantier de véritables projets intégrés, comportant à la fois un volet en salle et d'autres sur Internet qui adaptent et enrichissent les contenus initiaux, pour qu'ils correspondent à ce média et remplissent d'autres objectifs, par exemple, correspondre à la thématique de programmes scolaires, raconter une histoire, prendre la forme de jeux éducatifs, etc. Les institutions de demain devront faire face à cette demande de produire dans une logique de **convergence médiatique**, ce qui réclame de leur part des ressources nouvelles.

Chacun fait son choix parmi ces NTC, à condition d'en connaître les usages possibles et d'avoir les budgets suffisants pour les acquérir, produire leurs contenus et voir à leur entretien continu. Au XIX^e siècle, les musées se sont remplis d'objets, en conformité avec l'esprit du siècle luimême qui a été celui de la production industrielle d'objets fabriqués en masse, comme jamais auparavant. Le XXI^e siècle est celui du savoir et de la circulation en temps réel de l'information; cela aussi influe sur la configuration des musées : *modern multimedia exhibitions reflect not the internal world of museums as repositories, but the external world in which museums now find themselves. This is the world of our post-industrial society – dominated by technology, with persuasive media and advertising industries and instantaneous electronic communications⁹⁵.»*

À court terme, un certain équilibre s'installe entre les institutions muséales et les NTC, parce que celles-ci sont majoritairement vues comme des opportunités qui offrent de nouvelles façons de poursuivre les missions fondamentales des organisations vouées aux patrimoines. *Technologies are considered the force that helps organisations continually preserve their core values and beliefs while reconceptualising their environments of learning, discovery and transaction*⁹⁶. Mais demain, avec l'arrivée des écrans minces et flexibles et surtout de « l'Internet des objets » (IdO) (*Internet of things* ou *IoT*) par lequel les objets de la vie quotidienne seront intégrés aux réseaux et communiqueront entre eux et avec des senseurs, téléphones mobiles et ordinateurs, quels

-

Roger Miles, « Exhibiting Learning », *Museum Journal*, vol. 93, n° 5, 1993, p. 27.

Bearman, David et Kati Gaber. « Transforming Cultural Heritage Institutions through New Media », *Museum Management and Curatorship*, vol. 23, n° 4, 2008, p. 388.

nouveaux usages deviendront possibles pour les musées et leurs collections⁹⁷? La muséologie d'ici devra suivre le courant.

Il y a quelques années, le muséologue britannique Charles Saumarez Smith définissait les trois forces qui, à son avis, affectaient le développement futur des musées : il nommait - l'impact des technologies, - le mélange croissant entre commerce et culture, et - la place et l'espace moindres accordés aux objets matériels eux-mêmes :

If two of the key trends in analyzing the future development of the museum are, first, the impact of new technology and, second, the increasing hybridization of commerce and culture, then a third is the shrinking world of the object, the tendency for museums to reduce the amount of space given over to displays of threedimensional objects and artifacts and to expand proportionately the space devoted to temporary exhibitions, shops, and cafés⁹⁸.

La muséologie au Québec montre aussi une évolution qui va globalement dans le même sens, mais nous dirions que les tendances à la commercialisation, tout en étant présentes, s'y manifestent à un moindre degré que dans les pays où les établissements muséaux dépendent entièrement des forces du marché et du mécénat et comptent très peu sur une aide gouvernementale.

Quelques tendances actuelles observées aux États-Unis

Il y a deux ans, l'American Alliance of Museums a mis en place un Center for the Future of Museums (CFM) qui a pour mission d'agir comme un observatoire (TrendsWatch) et de cerner les tendances sociétales qui influenceront sous peu l'avenir des musées⁹⁹. Deux rapports ont été produits : le premier est intitulé TrendsWatch 2012 Museums and the Pulse of the Future et le

58

Voici une définition de l'« Internet des objets » : Things having identities and virtual personalities operating in smart spaces using intelligent interfaces to connect and communicate within social, environmental, and user context. Voir : Internet of Things in 2020. Roadmap for the Future, European Commission, 2008, p. 4.

Charles Saumarez Smith, « The Future of the Museum », Edited by Sharon MacDonald, *A Companion to Museum Studies*, Oxford, Blackwell Publishing Ltd., 2006, p. 544.

Voir sa mission: http://www.aam-us.org/resources/center-for-the-future-of-museums

second, *TrendsWatch 2013 Back to the Future*¹⁰⁰. Ces deux rapports ont mis de l'avant un total treize (13) tendances sociétales montantes et de toute nature, avec lesquelles les musées devront compter; examinons-les rapidement et voyons si elles se manifestent aussi au Québec et si notre muséologie se prépare à relever les défis qu'elles entraînent.

Tendances observées en 2012 par le <i>CFM</i>	La muséologie au Québec	
1- Arnacher les foules (<i>Harnessing the Crowd</i>) Le rapport note que <i>the Internet lets museums massively increase the number of volunteers doing meaningful work</i> ¹⁰¹ . La notion de <i>crowdsourcing</i> décrit les nouvelles manières de faire appel à la foule des internautes et de la mettre à contribution pour fournir suggestions, expertises et contenus aux musées, bien au-delà du simple <i>Feedback</i> .	Le bénévolat et les « amis des musées » existent au Québec, mais moins qu'ailleurs. Des expériences de <i>crowdsourcing</i> se sont-elles faites ?	
2- Remises en cause des exemptions accordées aux OSBL. Les pressions financières font que plusieurs juridictions remettent en cause les exemptions fiscales pour dons charitables et celles dont jouissent les organismes culturels sans but lucratif comme les musées.	Au Québec, on ne voit pas de remise en cause du statut fiscal des OSBL ni de leurs exemptions ; quant aux déductions pour les dons, on vient au contraire des les augmenter.	
3- Diffuser dans la rue (<i>Takin' It to the Streets</i>) De plus en plus les musées sortent de leurs murs et vont à la rencontre des gens : Community encounters can take place beyond the walls of museums ¹⁰² . Plusieurs établissements offrent des expériences muséales ponctuelles (expositions, animations) dans des lieux changeants, des parcs ou autres sites temporaires.	Au Québec, des musées sortent aussi de leurs murs, pour offrir des événements et des animations sur d'autres sites. Cela reste, à notre avis, exceptionnel et n'est pas très répandu. Peut-on encore développer des initiatives en ce sens ?	
4- Sources alternatives de financement (<i>Alt Funding</i>) Les réseaux Internet peuvent servir à des opérations de <i>microfunding</i> et de <i>crowdfunding</i> qui sollicitent de petits dons d'un grand nombre de personnes. <i>Crowdfunding, like traditional philanthropy, isn't just about money, it's</i>	Cette tendance existe-t-elle au Québec ? Certains établissements d'ici ont-ils tenté avec succès des opérations de <i>microfunding</i> ? Avons-nous des expertises en ce	

On peut trouver ces deux rapports américains en ligne. Voir : http://www.aam-us.org/docs/center-for-the-future-of-museums/2012_trends_watch_final.pdf http://aam-us.org/docs/center-for-the-future-of-museums/trendswatch2013.pdf

TrendsWatch 2012 Museums and the Pulse of the Future, AAM, p. 6. Les auteurs remarquent que Crowdsourcing, like participatory design and community curation, challenges the traditional authority structure of museums. p. 6.

¹⁰² TrendsWatch 2012 Museums and the Pulse of the Future, p. 11.

¹⁰³ *Ibid.*, p. 16.

about relationships. Microdonors can become invested in the success of the project they fund 103 .	sens?	
5- Le vieillissement créatif (<i>Creative Aging</i>) Une population âgée plus nombreuse présente <i>both challenges (of rétention and access) and opportunities (for enhancing visitors' health, well-being and lifelong learning</i>) ¹⁰⁴ .	La proportion de la population âgée devient au Québec de plus en plus importante ; quels programmes particuliers les musées ont-ils mis en place à leur intention ? Une attention spéciale devra être apportée à ces clientèles.	
6- Plus que réel (<i>More Than Real</i>) Le rapport prévoit, reprenant d'autres études qui vont dans le même sens, que d'ici deux ou trois ans, la réalité augmentée deviendra une technologie courante (<i>mainstream</i>) dans les musées. Augmented Reality offers new ways for museums to enhance experiences for visitors and non-visitors alike ¹⁰⁵ .	Les technologies sont déjà présentes dans les musées du Québec. Mais ce courant ira encore en augmentant et tous les établissements se devront d'être à la fine pointe des technologies disponibles, comme la réalité augmentée.	
7- Nouvelle ère d'éducation (New Educational Era) Les auteurs sont d'avis que des formes nouvelles et flexibles d'éducation sur demande se mettent en place : As formal learning methods are cast in doubt, the learning landscape is reinvented 106. Des formations ciblées et sur mesure remplacent en partie les cursus formels et traditionnels de diplômation. Les musées ont un rôle à jouer dans cette nouvelle offre de formations ciblées, avec attestations cumulatives.	Les musées remplissent depuis longtemps une fonction éducative, mais leur rôle en ce sens est appelé encore à croître, dans le contexte des formations sur mesure et continues offertes par plusieurs groupes et organismes sociaux. Nos musées sont, à notre avis, conscients de cette mission.	

Les observations de ce rapport furent bien reçues dans le milieu américain des musées et servirent à établir des priorités et à élaborer plusieurs plans stratégiques dans des établissements. Un an plus tard, un second rapport du CFM vient ajouter six autres tendances.

¹⁰⁴ *Ibid.*, p. 17.

¹⁰⁵ *Ibid.*, p. 20. Voir aussi une autre étude importante sur l'impact et l'apport des technologies, *The NMC* Horizon Report: 2011 Museum Edition; http://www.nmc.org/pdf/2011-horizon-report-museum.pdf *Ibid.*, p. 23.

Tendances observées en 2013 par le *CFM*

La muséologie au Québec

1- Nouvelles formes de philanthropie (*The Changing Shape of Giving*)

Aux Etats-Unis, les auteurs notent des changements dans la philanthropie : The underlying assumptions behind charitable giving are being questioned as donors—particularly younger donors—demand measurable results in return for their dollars. This is happening against a backdrop of unprecedented shifts in wealth and demographics and proposals for new tax policies¹⁰⁷. Les Boomers à date sont moins généreux que leurs parents.

Le Québec n'a pas les mêmes traditions philanthropiques que les Etats-Unis ou même que le Canada anglais.

Tous les OSBL cherchent maintenant à développer la philanthropie, dont les musées et leurs fondations.

Il faut encore serrer les liens avec le milieu des affaires et s'engager dans la philanthropie *outcome-oriented*, avec ses indicateurs et mesures, montrant un réel « retour sur investissement ».

2- Imprimer en 3 dimensions (3-D Printing)

De nouvelles imprimantes en 3-D à prix abordable se répandent et ouvrent plusieurs perspectives intéressantes. As a result,3-D printers make great teaching tools, as demonstrated in dozens of Maker Spaces or « Fab Labs » around the world, many of them in located in museums 108. Ateliers d'interprétation et de création mettent ces imprimantes à contribution.

Les potentialités des imprimantes 3-D ont-elles été explorées par nos musées ? La muséologie d'ici a intérêt à développer des programmes éducatifs qui les utilisent pour favoriser la compréhension des objets des collections.

3- La fragmentation croissante (*The Great Unbundling*)

Comme pour la tendance 7 de l'an dernier, le rapport note des modifications affectant les manières nouvelles d'accéder à des formations et de les faire reconnaître dans un C.V. On parle de l'obtention d'un portfolio de « microcrédits » reconnus dans les milieux de travail et auquel les musées peuvent contribuer. When any learning, on or offline, can be converted into a recognized workplace credential, museums are less likely to be confined to the fringes of the formal education system and more likely to move into the mainstream. Microcredentialling through digital badges (or other systems of recognition) is a window of opportunity for museums, a way to validate the education that draws upon their digital resources and education staffs¹⁰⁹.

Les liens entre les milieux scolaires et les musées ont été depuis plusieurs années pour les musées du Québec une priorité. Ce dont il est question ici, c'est que les musées en viennent à offrir des activités et des contenus faisant l'objet d'une reconnaissance et s'inscrivant dans le C.V. d'un individu. Des contenus en ligne offerts par des musées peuvent, par exemple, s'intégrer dans des cursus plus formels, en travaillant avec des collèges et des universités.

De telles collaborations se font-elles au Québec ?

¹⁰⁷ TrendsWatch 2013 Back to the Future, p. 9.

¹⁰⁸ *Ibid.*, p. 14.

¹⁰⁹ *Ibid.*, p. 21.

4- Quand les choses nous répondent (When Stuff Talks Back)

Nous avons déjà traité de « l'internet des objets » (IdO) parmi les tendances technologiques montantes. Cette technologie permet relier le monde virtuel et le monde réel des objets matériels. Le rapport écrit : The "Internet of Things" is a network of digital information closely tied to specific objects and places. The data itself is not sufficient, however—the network is brought to life by gadgets such as sensors and transmitters that connect these "things" to the Internet or local networks, enabling them to exchange information and trigger actions¹¹⁰. Des usagers peuvent alors interagir avec des objets. La navigation GPS extérieure peut ainsi s'étendre à l'intérieur des édifices.

Les musées, tant pour leurs collections que pour leurs activités de diffusion, utiliseront les ressources de l'IdO.

Le « machine à machine » ou le *M2M* permet de suivre les objets de collections lors de leurs déplacements et de leurs prêts, et de surveiller en temps réel leur condition.

Les musées du Québec sont-ils déjà engagés dans cette voie et ont-ils les moyens d'adopter ces technologies?

5- (Disconnecting to Reconnect)

Nous sommes plus que jamais « branchés » à des réseaux de communication nombreux et cela ira encore en augmentant. Mais cette généralisation entraîne aussi un désir du contraire ; le rapport note cette contre-tendance : if the pendulum has swung towards hyperconnectivity, we also see signs of a swing in the opposite direction—a backlash against digital immersion and in favor of quiet contemplation and face-to-face contact¹¹¹.

La muséologie devra, dans l'avenir, bien équilibrer ses offres nombreuses de médiations technologiques avec aussi des occasions de contemplation tranquille, loin de tout branchement. Elle devra conjuguer ces différents modes d'accès. La muséologie du Québec est-elle entrée de plain-pied dans ces nouvelles logiques et ces arbitrages?

6- La renaissance urbaine (*The Urban Renaissance*)

Après des décennies d'abandon des centres-villes aux Etats-Unis, depuis 2000 on assiste à une augmentation des populations en centre urbain, à une ré-urbanisation en particulier grâce au retour des jeunes et des plus âgés dans des espaces de vie centraux et plus petits. Les musées peuvent alors développer leur fonction de lieu de sociabilité : il faudra travailler à making the museum a convivial "third place" where people want to hang out and interact (increasingly important for people living in micro-sized housing units or simply feeling the isolation of urban life)¹¹².

Le Québec, tout en menant des opérations de requalification de quartiers urbains, n'a pas connu, comme aux États-Unis, le déclin voire l'abandon de ses centres-villes.

Néanmoins, certains établissements muséaux participent à la revitalisation urbaine, entre autres celle de quartiers historiques.

Notons que le Québec n'a pas vu la construction de « musée icône » conçu par des «Starchitectes», et dont l'architecture spectaculaire, comme à Bilbao, devient une attraction en ellemême capable de redéfinir l'image d'une ville.

¹¹⁰ *Ibid.*, p. 24

¹¹¹ *Ibid.*, p. 31.

¹¹² *Ibid.*, p. 39.

Voilà les treize tendances montantes qui, selon ces observateurs américains, influenceront l'avenir des musées. Si quelques-unes sont spécifiques au contexte Etats-Unis, la majorité de ces tendances s'appliquent aussi au Québec. La muséologie d'ici devra s'attaquer aux défis qu'elles présentent et miser sur les nouvelles avenues qu'elles ouvrent ¹¹³.

CONCLUSION

Une muséologie dynamique en constante évolution

Notre muséologie, depuis quelques décennies maintenant, a été capable du meilleur et en produit fréquemment. Un rapide examen des différents prix attribués, chaque année, par la SMQ à des réalisations remarquables des institutions muséales québécoises de toutes tailles montre très bien la qualité de ces pratiques et l'excellence de ces productions, tant en expositions et en activités éducatives, qu'en publications et en nouvelles technologies; toutes répondent aux meilleures pratiques internationales ¹¹⁴.

Mais force est de constater aussi qu'être au diapason et viser l'excellence entraînent le plus souvent des coûts accrus, particulièrement en ce qui a trait aux technologies utilisées; aussi ce qui est demandé couramment des musées de nos jours, pour leurs activités de diffusion et d'animation en salle ou en ligne, leur impose des responsabilités et des mandats beaucoup plus lourds qu'auparavant. Cela requiert des budgets plus importants pour se hisser aux standards de

-

Pour une réflexion sur les tendances qui influencent les musées, voir aussi Yves Bergeron éd., *Musées et muséologie. Nouvelles frontière. Essai sur les tendances*, Québec, Musée de la civilisation et S.M.Q., 2005. En particulier Raymond Montpetit et Bernard Schiele, « Mutations et tendances. Les musées et l'entrée dans la postmodernité », pp. 227-237, texte dans lequel nous avions identifié sept (7) tendances à l'œuvre : - l'ouverture à la diversité des cultures et des publics, - de la discipline aux thématiques multidisciplinaires, - des objets aux médiations, - des appropriations personnelles multiples, - généralisation de la rationalité instrumentale et technocratique, - du modèle étatique aux formules en partenariat, - l'offre de sens et de plaisir et le développement de soi.

Une analyse plus fine serait fort intéressante à mener. La question se pose de savoir si tous les établissements du réseau ont les ressources humaines et financières pour initier des projets gagnants et atteindre ce niveau d'excellence, ou si ce sont souvent les mêmes qui voient leurs productions primées.

maintenant et répondre aux attentes des publics visiteurs de plus en plus exigeants. Assisteronsnous à la confirmation d'une muséologie à deux vitesses, certaines approches et certains types de réalisations étant réservés aux quelques établissements qui disposent de ressources suffisantes pour s'y aventurer¹¹⁵?

Aujourd'hui, les normes et les pratiques en vigueur dans le réseau se situent globalement parmi les meilleures de la profession et sont, pour plusieurs de nos établissements, au diapason de ceux qui se retrouvent dans les musées de la scène internationale¹¹⁶. Nous disposons de musées où œuvrent désormais des professionnels rémunérés, formés et compétents, non seulement dans la discipline du musée (art, histoire, sciences, ethnologie, etc.), mais aussi dans les savoir-faire muséologiques qui guident aujourd'hui les grandes fonctions que les musées doivent remplir. Toutes ces compétences sont désormais requises pour le fonctionnement optimal de ces organisations complexes que sont devenus les musées dans nos sociétés actuelles.

Quelques priorités

Pour suggérer quelques **priorités** à ajouter à celles déjà énumérées, reprenons les trois pôles de l'action muséologique déjà mentionnés, à savoir – les collections muséales, – les établissements muséaux et – les publics.

1 - Les collections muséales

Les réserves

Les budgets d'acquisition étant minuscules, là où ils existent, les collections au Québec se développent presque exclusivement par des dons faits par les collectionneurs; cela continuera et

Déjà en 1992, avant l'adoption de la *Politique muséale*, le muséologue Laurier Lacroix soulignait ce problème : « Le danger d'une progression à deux vitesses, les musées d'État versus les musées privés, est réel. Sans freiner l'évolution de ceux-là, il faut assurer des conditions décentes aux autres institutions, sans quoi leur mouvement sur place se traduira par un retard insurmontable. » Voir : « Les musées au Québec : vingt ans d'essor – vingt ans de misère? », *Muse*, déjà cité, p. 115. Depuis lors, un certain rattrapage s'est fait grâce au programme de renouvellement des expositions permanentes.

Nous sommes conscient que la situation n'est pas la même dans tous nos établissements, ni pour la qualité des réserves où logent les collections, ni pour les normes qui prévalent dans les salles d'exposition. Une évaluation plus détaillée et par région le démontrerait.

les collections augmenteront. Le besoin d'un bilan de la situation des réserves régionales reste d'actualité, surtout dans la perspective que nous décrivons au point suivant.

Le patrimoine religieux

Dans un domaine, celui du patrimoine religieux bâti, mobilier et immatériel, plusieurs constatent que les chantiers sont nombreux et deviennent urgents. Des travaux importants ont été effectués depuis 1995, avec la Fondation du patrimoine religieux du Québec devenue le Conseil du patrimoine religieux du Québec (CPRQ) ; les sommes investies, principalement pour la restauration des églises, dépassent 250 millions de dollars. Le CPRQ a produit un inventaire des lieux de culte et une hiérarchisation de la valeur patrimoniale de tous les édifices érigés avant 1945; puis, un autre des lieux construits entre 1945 et 1975 débute. On prend conscience de la tâche lourde requise pour protéger le 40 % des lieux qui possèdent une valeur patrimoniale importante. Des lieux de culte ont déjà été recyclés à d'autres fins, mais il est à prévoir que de nombreux autres devront trouver de nouvelles fonctions. Comme le soulignait Luc Noppen : « Le plus difficile reste toutefois à venir. Car bientôt, c'est pour des églises de grande intensité patrimoniale qu'il faudra trouver de nouveaux usages, chaque fois appropriés à la valeur symbolique de ce que tous considèrent comme des joyaux du paysage construit québécois 117. » En date de mars 2012, 270 lieux de culte étaient dits « lieux en mutation » : « Les lieux de culte du Québec sont en mutation accélérée. En effet, 270 ont été fermés, vendus ou transformés, ce qui représente 10 % des 2 751 inventoriés en 2003. La recherche révèle que la cadence s'est accélérée en 2003-2004, une moyenne de 30 fermetures par année ayant été conservée depuis¹¹⁸. »

-

Voir « Le patrimoine religieux et son héritage architectural » site Réseau de veille en tourisme : http://veilletourisme.ca/2012/04/30/le-patrimoine-religieux-et-son-heritage-architectural/
Luc Noppen ajoute : « que fera-t-on de ces quelques 200 églises historiques, protégées en vertu de la Loi sur les biens culturels, qui seront toutes abandonnées par leurs propriétaires actuels, paroisses ou diocèses. Leur caractère précieux nous empêchera d'en faire des plateaux sportifs ou des centres communautaires; mais il nous faut d'urgence inventer un propriétaire – on sait déjà que ce ne sera pas un ordre de gouvernement – qui aura comme mission de les patrimonialiser et de les mettre en tourisme pour continuer à affirmer les identités et contribuer au tourisme urbain ou au développement local. »

Communiqué du 4 avril 2012 du Conseil du patrimoine religieux du Québec; voir aussi son cahier *L'état du patrimoine religieux*, n° 1, avril 2012, qui présente une analyse de la situation.

Depuis 2009, différents travaux d'inventaire ont été entrepris : par exemple, l'un traite du patrimoine mobilier religieux conservé in situ dans les différents lieux de culte et couvents du Québec, un autre concerne le patrimoine immatériel des communautés religieuses. Ces inventaires se poursuivent toujours et il sera important de compléter le portrait global qu'ils mettent peu à peu en place. Des mesures de conservation et de mise en valeur devront suivre.

Nous ne saurions ici tracer un bilan de tout ce qui a été fait, ni indiquer tout ce qui resterait à entreprendre. Rappelons qu'en juin 2006, la Commission de la Culture a publié un rapport Croire au patrimoine religieux du Québec¹¹⁹ qui recommandait plusieurs actions dans le but de mieux connaître, protéger, transmettre et gérer le patrimoine religieux. La recommandation 21 se lit : « La Commission recommande que le ministère de la Culture et des Communications élabore et coordonne un plan d'action gouvernemental en matière de patrimoine religieux. » Depuis ce temps, la ministre de la Culture a annoncé, en 2011, la création d'un groupe en vue de « l'élaboration d'une stratégie visant à développer une vision claire et partagée des actions en matière de patrimoine religieux au Québec. » Nous souhaitons que cette future stratégie prenne pour objet tout le champ du patrimoine religieux et non seulement celui du recyclage des bâtiments. À notre connaissance, le rapport de ce groupe n'a pas été remis ni rendu public, alors qu'il était prévu pour l'automne 2012.

Nous sommes d'avis que cette stratégie sera de la plus haute importance pour favoriser les partenariats complexes à mettre en place pour l'avenir du patrimoine religieux immobilier et mobilier, cela dans le contexte de diminution rapide du nombre de religieux et religieuses, qui conduit à la fermeture de nombreux lieux de culte et d'ensembles conventuels, principalement catholiques. Cette mémoire doit rester présente, elle a été une force majeure dans l'histoire du Québec, influençant de plusieurs façons la vie des citoyens.

Nous pensons en premier lieu aux « communautés fondatrices » qui ont œuvré ici depuis les débuts de la colonie et sous le Régime français, puis à celles qui ont contribué, au XIX^e siècle, au développement de l'éducation et des services sociaux dans toutes les régions du Québec. Ces

Croire au patrimoine religieux du Québec, Québec, Commission de la culture, Assemblée nationale du Québec, juin 2006.

communautés ont, durant des années, rempli des rôles aujourd'hui dévolus à l'État. Il faut planifier la répartition des dons faits aux musées, afin que les régions concernées puissent conserver sur place ces éléments de leur histoire. En ce moment, certains de ces objets entrent dans les collections du Musée de la Civilisation, d'autres vont au Musée des religions ou ailleurs; d'autres sont toujours conservés dans des musées gérés par les communautés elles-mêmes, mais pour combien d'années encore? Il faut analyser la situation des musées des communautés religieuses qui sont actifs présentement, pour connaître leurs perspectives d'avenir à moyen et long termes, car là aussi, la relève n'est pas assurée.

Enfin, comme cela est commencé, il faut recueillir les récits de vie de ceux et celles qui peuvent témoigner du patrimoine immatériel de ces communautés, et là aussi, les confier aux collections d'établissements qui sauront les conserver et les mettre en valeur. D'ailleurs, au-delà du religieux, c'est toute la problématique des collections du patrimoine immatériel qui se pose désormais à nos institutions muséales. Quelle sera leur politique de collectionnement, et quelles initiatives prendront-elles à cet égard? L'attention portée au développement des collections doit être maintenue.

2 - Les établissements muséaux

Le financement du réseau

La *Politique muséale* prévoyait, en 2000, la consolidation du soutien au réseau; aujourd'hui, cette consolidation passe sans conteste par une augmentation de l'aide globale et par l'adoption d'une formule claire et transparente pour fixer les montants accordés à chacun des établissements soutenus. La consolidation passe aussi par un examen des « reconnus » pour voir lesquels répondent à tous les critères et devraient équitablement aussi recevoir une aide au fonctionnement. Nous sommes convaincu que les mises en commun régionales de certaines ressources sont utiles, mais aussi que cela a ses limites et ne peut pallier tous les besoins. Nous pensons aussi que les petits et nombreux « lieux d'interprétation » méritent particulièrement un effort de soutien et de consolidation.

Il faut donc que les établissements s'engagent résolument dans les nouveaux créneaux de sollicitation et de philanthropie, afin d'accroître leurs sources de financement. De même, chercher à augmenter les revenus autonomes reste un impératif à l'ordre du jour.

La diffusion en convergence

Nous l'avons dit, les tâches et les responsabilités des établissements ont été multipliées avec le besoin de diffuser en ligne et en salle. Cette convergence, plus que jamais à l'ordre du jour, est une caractéristique marquante de la muséologie mondiale actuelle. La muséologie québécoise doit relever ce défi et prendre sa place dans les grands réseaux mondiaux; une bonne partie du volet « direction le monde » passe par cette présence sur Internet de productions muséales québécoises de qualité. Après le virage vers les visiteurs, notre muséologie doit prendre celui de l'interactivité, tant pour ses produits en ligne que pour ses réalisations en salle.

L'interculturel

Enfin, nous l'avons dit, il y a lieu de favoriser le caractère inclusif et la dimension interculturelle des institutions muséales, dans leurs préoccupations des publics, comme dans leurs productions et dans leur personnel.

3 - Les publics

Le nombre de visiteurs des établissements est important, il se maintient ou connaît une légère hausse. Il faut continuer les efforts pour accroître encore les publics et les diversifier, enjeu qui est déjà dans la *Politique muséale*, mais qui mérite d'être toujours réaffirmé, puisqu'il forme la base de la démocratisation culturelle. Pour une bonne part, la réputation de la muséologie québécoise a reposé sur l'accueil fait au public et sur la prise en compte de ses besoins.

Le virtuel et l'accès Internet

Les modes d'appropriation des patrimoines sont multiples : l'atteinte des publics à distance est aujourd'hui un élément essentiel de l'efficacité de la diffusion de ces patrimoines. Aussi, faut-il que le patrimoine culturel du Québec soit accessible, autant pour les lieux historiques que pour les objets de collection. Combien de sites historiques, par exemple, offrent une « visite virtuelle »

qui les met en valeur? Pourtant, une visite virtuelle peut être un bon moyen pour faire découvrir un lieu d'exception, explorer un monument, en vision 360 ° ou en volumétrie (3D) et faire connaître son architecture et son histoire.

L'interactivité

Accueillir les publics et leur présenter les collections ne suffit plus : les visiteurs voudront aussi s'exprimer et partager entre eux leurs découvertes, voire contribuer au contenu. La muséologie d'ici, toujours préoccupée de ses publics, doit participer activement à cette tendance et s'ouvrir à plus d'interactivité et permettre la génération de contenu par les visiteurs.

Communautés culturelles et personnes âgées

Parmi les publics cibles, une attention particulière doit être accordée aux différentes communautés culturelles, au nom de l'inclusion. Un autre groupe sera en croissance dans les années à venir, celui des personnes âgées. L'effectif des personnes de 65 ans et plus atteindrait, selon le scénario de référence, 1,9 million de personnes en 2026 et 2,2 millions en 2041 (contre 0,9 million en 2000). Alors que les personnes âgées comptent pour 13 % de la population en 2000, leur proportion serait de 25 % en 2026 et de 29 % en 2041. Les musées devraient se préparer à ce changement et trouver des moyens de mettre cette mémoire à profit. Avec des efforts dans ce sens, la muséologie d'ici s'assurera de continuer à progresser et de conserver la réputation qu'elle s'est acquise.

La muséologie s'inscrit dans la *Politique muséale*, elle-même un élément central d'une politique d'ensemble à l'égard du patrimoine culturel, politique qui, au Québec, n'a pas encore été élaborée. Elle s'insère de plus dans la *Politique culturelle du Québec*, dont la deuxième orientation « Valoriser l'héritage culturel » traite des institutions muséales nationales et de l'accès au patrimoine qu'assure le réseau muséal. Elle contribue enfin à la *Stratégie gouvernementale de développement durable du Gouvernement du Québec*, dont l'objectif 7 veut « sauvegarder et partager le patrimoine collectif. » ¹²⁰ Aussi la muséologie du Québec, en travaillant à la conservation de ce patrimoine culturel, contribue-t-elle aux objectifs de développement durable.

L'objectif 7 de la *Stratégie* précise : « Si nous voulons relever le défi de la conservation et de la mise en valeur de notre patrimoine culturel, il faut nous donner les moyens de préserver les témoins d'une

Nous constatons aujourd'hui que les orientations déjà mises de l'avant dans la *Politique muséale* et plusieurs des suggestions de priorités que nous avons faites ici répondent bien au *Plan stratégique 2011-2015* du ministère de la Culture et des Communications et aux enjeux que ce plan a identifiés concernant, par exemple, « le rayonnement de la culture québécoise et la promotion de la diversité des expressions culturelles au Canada et sur la scène internationale », ou encore « le développement et l'accessibilité des contenus culturels québécois, particulièrement de langue française, sur les plateformes numériques. »

L'an dernier, en 2012, le thème proposé par l'ICOM pour la journée internationale des musées était *Les musées dans un monde en mouvement. Nouveaux défis, nouvelles inspirations*. Ce thème restera comme un mot d'ordre dans les années à venir. Il faut compter que la muséologie québécoise trouvera encore l'inspiration voulue et les ressources requises pour rester créative, affronter les défis de ce temps et œuvrer efficacement aux frontières de plus en plus brouillées entre culture, éducation et loisir, pour des visiteurs venus se développer, apprendre et se divertir.

* * * * *

histoire riche et unique au bénéfice des générations présentes et futures. Le gouvernement souhaite soutenir davantage de projets pour sauvegarder et promouvoir notre héritage collectif. » Voir *Stratégie gouvernementale de développement durable du Gouvernement du Québec 2008-2013*, Québec, p. 44. En novembre 2011, un 30^e objectif s'ajoutait, celui de « Soutenir la création, la production et la diffusion dans tous les secteurs du système culturel québécois afin d'en assurer le développement », p. 51. La *Loi sur le développement durable* mentionne aussi « la protection du patrimoine culturel » parmi ses 16 principes.

ANNEXE 1. Les objets et la patrimonialisation



- 1. **Objets neufs ou récents**, utilisés dans leur contexte d'origine, à l'intérieur du monde auquel ils appartiennent et qui leur est contemporain.
- 2. **Objets d'un certain âge** qui durent au-delà de leur époque d'origine, alors que leur monde premier et les humains qui le peuplaient ont disparu.
- 3. **Objets anciens et intentionnellement conservés**, chez des individus ou dans les collections des établissements comme les archives et les musées (*muséalisation*); reconnus par les experts et collectionneurs.
- 4. **Objets patrimoniaux conservés intentionnellement et transmis,** qui sont pris en charge par des actions répétées de mise en valeur et d'interprétation, ce qui les maintient présents en tant que références dans la production contemporaine de sens. Ils font l'objet d'une reconnaissance par les experts et d'une appropriation par la collectivité qui s'en réclame.

* * * * *