

Les Cahiers de muséologie

numéro 04 - 2025



[dossier]
Chercher, exposer, trouver

varia
chronique muséale
carnet de visite
note de lecture
manuscrit

Couverture

Oscar Barnay

Vue de l'exposition *La photographie & le projet architectural*

École Nationale Supérieure d'Architecture de Saint-Étienne

2023 © Oscar Barnay

Sommaire

Éditorial	
Nicolas Navarro	I

[Dossier] Chercher-exposer-trouver

Raison(s) expographique(s). Introduction au dossier	
Camille Béguin	3

Quelles pratiques de l'exposition dans la recherche en littérature ? Retour en images sur quinze ans d'expériences expographiques	
Anne Reverseau	15

Pratiquer l'exposition, une manière de <i>penser avec</i>	
Caroline Sebilliau	31

Exposer et s'exposer sur le terrain	
Camilo Leon-Quijano	46

L'écriture expographique de la recherche doctorale. Manières de faire de trois jeunes chercheur·es	
Oscar Barnay, Nolwen Vouiller et Valentin Sanitas	55
Table ronde animée par Camille Béguin	

Exposer une pensée en mouvement. Notes pour un projet d'exposition <i>Un philosophe au travail. Paul Michel Foucault, Professeur au Collège de France (1970-1984)</i>	
Philippe Artières	81

Le monde en résonnances : récit d'une exploration	
Jacques Pouyaud	90

L'essai expographique : une tentative	
Camille Béguin	III

[Varia]

Visite guidée, visite libre... ou les deux en même temps ? Quelques réflexions sur la vraie-fausse autonomie des visiteurs au musée

Yannick Le Pape 124

[Chronique muséale]

Co-construction d'une exposition permanente. Le cas du Centre d'Interprétation de la Pierre à Sprimont, Belgique

Céline Moureau et Valentin Fischer 144

[Carnet de visite]

Dans l'œil de bronze d'une civilisation mystérieuse : visite du nouveau musée archéologique de Sanxingdui

Daphné Sterk 154

[Manuscrit]

Entre porter un regard et changer l'institution : traiter des thématiques LGBTQIA+ ou queeriser le musée

Noah Meunier 165

Musées et sobriété : l'obstacle des injonctions politiques en Fédération Wallonie-Bruxelles

Oriane Tasiaux 175

LE PAPE Yannick, « Visite guidée, visite libre... ou les deux en même temps ? Quelques réflexions sur la vraie-fausse autonomie des visiteurs au musée », *Les Cahiers de muséologie*, n° 4, 2025, p. 124-143.

Résumé

Dans les musées, la « visite guidée » et la « visite libre » ont leurs adeptes, qui débattent autour de la démocratisation culturelle et de la liberté de pensée. Mais les deux formules sont-elles si hermétiques ? La visite guidée doit en effet s'accommoder du parcours personnel des visiteurs, et la visite libre reste de son côté vulnérable à des modes de médiation et de scénographie invasifs. La visite au musée aurait donc toujours eu des formes hybrides, ce qui veut aussi dire que le musée, loin d'être neutre, influencerait en permanence le regard du public. Pour redonner un peu d'autonomie aux visiteurs, de nouveaux outils qui jouent précisément de l'hybridation semblent alors prometteurs.

Mots-clés

Muséographie ; médiation ; public ; visite.

Abstract

Guided tours and self-guided tours have their own supporters in museums, and each celebrate free thinking and diversity. Such a controversy could mean that both options are quite similar: on one side, guided tours can't really skip visitors' private path and social interactions; on the other side, self-guided tours are definitely influenced by subliminal devices and significant displays dedicated to museum storytellings. So that museum tour looks like a hybrid mechanism, in which museums interfere with visitor experience. And it's quite surprising to see how collaborative projects that use the same hybridization process could be definitely relevant to restore the role of audiences.

Keywords

Museum display ; learning resources ; audiences ; museum tour.

À propos de l'auteur

Normalien et docteur de l'EHESS (Paris), Yannick Le Pape enseigna pendant dix ans dans le secondaire puis devint ingénieur des services culturels et du patrimoine au musée d'Orsay, en 2008. Après différents articles sur la visite scolaire (notamment dans la revue *Recherches & Éducatives*), il documente depuis plusieurs années la question de l'accueil des 0-3 ans au musée. Un nouvel article est récemment paru à ce sujet dans la revue *In Situ* (<https://journals.openedition.org/insituarss/3558>).

Contact

yannick.lepape@musee-orsay.fr

Visite guidée, visite libre... ou les deux en même temps ?

Quelques réflexions sur la vraie-fausse autonomie
des visiteurs au musée

Yannick Le Pape

Le Musée national du Château de Pau est ouvert au public mais « uniquement en visite commentée ». À l'Hôtel de la Marine, à Paris, le parcours doit s'effectuer muni d'un casque audio « qui vous accompagnera tout au long de votre visite ». Ce sont là des cas un peu à part, certes, et qui s'expliquent par la configuration des lieux, mais qui montrent combien l'accompagnement des publics au musée fait aujourd'hui partie des habitudes. Pour de multiples raisons, qui ont trait aussi bien à leur vocation éducative qu'à des contraintes de rentabilité, les musées se sont volontiers tournés vers ces formules d'aide à la visite. Les groupes scolaires sont les premiers concernés mais l'offre de « visite guidée », aujourd'hui protéiforme, est étendue à toutes les catégories de public.

Au détriment, peut-être, d'une certaine candeur face aux œuvres. Pour ne pas dire d'une liberté perdue (celle de la visite autant que des visiteurs) dont on ne saurait trop souligner l'importance en ces temps de surstimulation culturelle. La solution ? La visite sans accompagnement – la fameuse « visite libre » – en est peut-être une. Mais là aussi, du côté des professionnels du secteur et des muséologues, il y a les *pour* et les *contre*.

Du côté des militants, on met surtout en avant le droit à l'autonomie que le visiteur a tout intérêt à réclamer, d'autant que l'expérience esthétique serait une affaire intime et peu partageable¹. On pense aussi que la visite libre résiste aux offres payantes qui privilégient « les publics les plus solvables »² et on rappelle surtout que venir au musée en toute liberté est un acquis historique face au pouvoir et à ses discours.

Pour ses détracteurs, la visite libre suppose des connaissances préalables qui n'autorisent qu'une frange de la population à se lancer toute seule dans les

¹ DEBENEDETTI Stéphane, « L'expérience sociale du musée, entre visite anonyme et visite collaborative », dans ASSASSI Isabelle, BOURGEON-RENAULT Dominique et FILSER Marc (dir.), *Recherches en marketing des activités culturelles*, Paris, Vuibert, 2010, p. 191.

² APPIOTTI Sébastien, « Le musée, de la démocratisation culturelle aux droits culturels », *Nectart*, n° 14, 2022, p. 70.

musées, en rupture avec l'idéal de démocratisation culturelle qui justifie d'emblée d'assister les visiteurs dans cette démarche³. Elle ne satisferait pas plus aux attentes pédagogiques de la sortie au musée, pour laquelle beaucoup disent qu'« il faut quand même un guide »⁴. Sans compter qu'elle ferait l'éloge d'un individualisme inapproprié alors même que la culture est ce qui doit rassembler, notamment dans les musées⁵.

Les arguments s'entendent, mais le plus intéressant est sans doute que, à y regarder de plus près, chaque formule de visite n'est pas si éloignée de l'autre. Pour résumer : la visite guidée ne serait pas entièrement aliénante, eu égard aux interactions qui s'y jouent, et la visite « libre » ne serait pas non plus vraiment souveraine de son côté, infiltrée qu'elle est par différentes formes de médiation discrètes. Les habitudes culturelles, le contexte ou les progrès technologiques auraient toujours créé des formules hybrides, sans qu'on se demande si ce ne serait justement pas là (dans cette hybridation) que se loverait l'identité même de la visite au musée. Distinguer la visite guidée et la visite libre ne serait donc pas si simple (ni justifié). Faisons le point, avec d'une part l'envie d'évaluer un peu l'intégrité des musées à ce sujet, d'autre part l'objectif de savoir si l'autonomie des visiteurs au musée ne serait pas un brin fantasmatique... ou si des alternatives existeraient pour la préserver face aux logiques de communication qui semblent de plus en plus motiver les musées.

Visite libre et visite guidée : tentative de définition

On pourrait croire que, entre visite libre et visite guidée, le périmètre est assez bien délimité. La visite libre, en premier lieu, serait d'autant plus facile à décrire qu'elle constitue le mode de visite le plus commun originellement. « Pendant longtemps, on a considéré qu'il suffisait d'exposer les objets pour transmettre de la connaissance », résumait à ce propos Jean Galard⁶, avec comme conséquence l'absence chronique de toute médiation au sein des musées. Les musées capitalisaient volontiers sur la faculté heuristique du lieu, notamment dans le cercle des musées des beaux-arts, où l'on accordait traditionnellement aux visiteurs un droit à la déambulation désintéressée, en raison de la nature esthétique des collections. Il est vrai que l'ambition éducative des musées, à laquelle les établissements se rallièrent vite au risque d'être rappelés à l'ordre⁷, a mené à privilégier l'accueil personnalisé et les visites dites « guidées ». Les services culturels ont d'ailleurs en grande partie identifié les écoles comme public

³ CAILLET Élisabeth, « Le rôle social du musée », dans FOURÈS Angèle, GRISOT Delphine et LOCHOT Serge (dir.), *Le rôle social du musée. Agir ensemble et créer des solidarités*, Charny, Office de Coopération et d'Information Muséales, 2011, p. 21.

⁴ CHAUMIER Serge, « Quelle exposition, quel média et pour quel public ? », *MédiaMorphoses*, n° 9, 2003, p. 63.

⁵ DETREZ Christine, *Sociologie de la culture*, 2^e éd., Paris, Armand Colin, [2014] 2020, p. 97.

⁶ Cité dans DUFRESNE-TASSÉ Colette, « L'éducation muséale des adultes, un domaine à structurer », *Savoirs*, n° 11, 2006, p. 48.

⁷ SCHUSTER J. Mark Davidson, « The Public Interest in the Art Museum's Public », dans PEARCE Susan (dir.), *Art in Museums*, Londres, The Athlone Press, 1995, p. 110.

prioritaire, quand bien même il y aurait là un embrigadement forcé ou une stimulation artificielle de la fréquentation⁸.

Le point de bascule entre visite guidée et visite libre serait donc d'ordre éducatif. Pas si sûr, car on parle souvent d'« éducation non formelle » pour définir ce type de visite à la fois volontaire et indépendante de tout système que serait la visite libre⁹. La « visite guidée » serait-elle alors plus facile à définir ? Dans une version restreinte, ce serait une visite assurée par un « guide-animateur », en l'absence ou en remplacement d'une offre de visite libre que certains musées, parfois, ne proposent d'ailleurs pas¹⁰. En 1959, le guide pratique sur l'organisation des musées, édité par l'Unesco, invitait les conservateurs et leurs adjoints à devenir eux-mêmes les « guides-conférenciers », notamment pour proposer aux enfants diverses « causeries et visites dirigées »¹¹. C'est aussi pour cela que la visite guidée est souvent pensée comme une visite en groupe, en distinction d'une visite dite « libre » qui relèverait plutôt d'une démarche individuelle. Nous verrons cependant plus bas que ces découpages sont loin d'être définitifs, et on devine assez vite que ce sera surtout la perméabilité du visiteur aux appels du musée qui, au final, infléchira l'idée même de « guidage » de la visite, quel que soit le média qui le permet (humain, écrit, technologique, etc.). Ce qui est sûr, en tout cas, c'est que visite libre et visite guidée, à défaut d'avoir un format facile à penser, se voient attribuer des facultés bien précises.

Guider les visiteurs permettrait de démocratiser l'accès à la culture...

L'idée d'accompagner les visiteurs au musée est ancienne, avec même un service spécifique au Louvre dès 1920. Les années 1970 virent les offres se multiplier d'autant plus que l'enjeu, alors, était non seulement de faire œuvre éducative mais aussi de participer à la vie locale¹².

On ne peut bien sûr pas ignorer que l'offre d'animation culturelle a aussi pu se développer pour des raisons de rentabilité, au même titre que tous les autres services proposés par le musée¹³. Quoiqu'il en soit, la visite guidée reste le sésame qui permet l'ouverture des musées au plus grand nombre¹⁴. Cette approche « démocratisante » de la culture suscita pourtant des réserves de la part de musées habitués à leur pré carré. La visite libre, dans cette optique conservatrice, n'avait nullement prétention d'élargir le panel des publics des musées mais, au contraire, elle était vue comme une formule élitiste (car réservée à ceux dont le bagage

⁸ DELOCHE Bernard et MAIRESSE François, *Pourquoi (ne pas) aller au musée*, Lyon, Aléas, 2008, p. 144.

⁹ JACOBI Daniel et COPPEY Odile, « Introduction - Musée et éducation : au-delà du consensus, la recherche du partenariat », *Publics & Musées*, n° 7, 1995, p. 12.

¹⁰ GOB André et DROUGUET Noémie, *La muséologie : Histoire, développements, enjeux actuels*, 5^e éd., Paris, Armand Collin, 2021, p. 303-304.

¹¹ ALLAN Douglas A., « Le personnel », dans *L'organisation des musées : conseils pratiques*, Paris, Unesco, 1959, p. 69.

¹² PEYRIN Aurélie, « Focus - Les paradoxes de la médiation culturelle dans les musées », *Informations sociales*, n° 170, 2012, p. 63.

¹³ MAIRESSE François, *Le musée hybride*, Paris, La Documentation française, 2010, p. 67-68.

¹⁴ POULARD Frédéric, « Les musées à la conquête de leurs publics », dans DURAND Micheline (dir.), *Le musée et les publics*, Sens, Icône-Image, Musées de Sens, 2011, p. 42.

culturel permettait de l'envisager sereinement). Accompagner les publics dans leur visite du musée, c'était en accroître le nombre ; laisser toute autonomie aux visiteurs, c'était en revanche s'assurer de rester entre-soi, en opposition complète avec l'idéal de culture pour tous qui imprègne les politiques publiques depuis quatre décennies¹⁵. La visite accompagnée, dans ce schéma, ne fonctionne plus seulement comme une sorte de visite avec bonus (d'ordre éducatif ou ludique) mais elle entend répondre au sectarisme de la visite libre et toucher des publics qui, sans ça, resteraient éloignés des musées. C'est ce qui est souvent avancé pour les adolescents par exemple (figure 1), comme le constatait déjà Michel Allard en 1993¹⁶.



Figure 1. Visite guidée en groupe, niveau second degré, Musée d'Orsay, Paris, janvier 2024
© Musée d'Orsay / Sophie Boegly.

La visite guidée, dans tous les cas, trouve aussi une part de sa justification dans l'hétérogénéité des publics (là où la visite en autonomie restreint considérablement la typologie des visiteurs). Cécilia de Varine le rappelait en 2007 :

« Il n'existe pas un public, mais des gens. Regroupés par affinités ou par spécificités, les gens forment ce que l'on pourrait nommer des "publics minoritaires". Chacun est en attente d'un accueil spécifique, à la hauteur de ses désirs et de ses besoins. »¹⁷

À partir de là se légitime une autorité du politique en matière culturelle, au sens où il s'agit surtout « d'autoriser les possibles », avec en toile de fond le paragon

¹⁵ BRUNEL Patrick, « Démocratisation de la culture », *Études*, n° 5, 2012, p. 621-623.

¹⁶ ALLARD Michel, « Les adolescents et les musées », *Revue des sciences de l'éducation*, n° 19 (4), 1993, p. 766-767.

¹⁷ DE VARINE Cécilia, « L'accueil de tous au musée, au risque du changement », *L'Observatoire*, n° 32, 2007, p. 31.

de la démocratisation culturelle qui justifie une sorte d'interventionnisme républicain¹⁸, voire d'« État providence culturel »¹⁹.

... et la visite libre, à l'inverse, serait bel et bien élitiste

Ces enjeux récents disqualifieraient en quelque sorte la visite libre pour ce qu'elle a d'électif. Les offres telles que la visite guidée ont beau être encore trop « intégratives » – elles cherchent à compenser des manques auprès de publics stigmatisés, là où l'inclusion consiste à concevoir des dispositifs universels²⁰ –, elles contribuent à un élargissement des publics qui tolère que l'autonomie des visiteurs soit moindre.

C'est un peu ce que supposait Bernard Gilman dès 1977 : « Il est faux de dire que l'œuvre ou l'objet seul parle à tous. Il s'agit là d'une conception formelle de l'égalité », écrivait-il avant de louer le travail des animateurs pour réduire les disparités de compréhension d'un public à l'autre²¹. À l'origine de cet engouement pour la médiation culturelle, il y a aussi la modification de paradigme qui s'est opérée dans les années 1980 et qui réclama aux musées de considérer les publics comme un des indicateurs majeurs de leur réussite²². Ce qui demandait en effet de changer de mentalité (en se montrant plus affable) mais surtout de recalibrer le rapport entre les visiteurs et la collection. Migrer ainsi « de l'ère de la délectation à celle de la sensibilisation », comme le disait Claude Patriat²³, c'était déclasser le format brut de la visite libre au profit d'une relation avec le public nouvelle, qui supposait un accompagnement construit et collectif.

Dans les musées, l'obsession de Malraux pour l'expérience intime face aux œuvres suivait pourtant l'idéologie contraire (qui situait la valeur de la visite dans son indépendance intellectuelle), bien qu'il y ait là une rupture avec l'idée postrévolutionnaire d'un savoir qui serait éminemment fédérateur²⁴. Pierre Bourdieu et Alain Darbel, assez tôt²⁵, avait d'ailleurs souligné le caractère discriminant d'un accès à l'art réduit à l'individu. Menée en autonomie, la visite au musée serait en effet l'apanage d'une part de la population ayant hérité

¹⁸ FLEURY Laurent, « L'État et la culture à l'épreuve du néo-libéralisme. Bouleversement historique, retournement axiologique », *Tumultes*, n° 44, 2015, p. 149.

¹⁹ GERMAIN-THOMAS Patrick, « La démocratisation culturelle, illusion ou utopie en devenir ? », *Quaderni*, n° 99-100, 2019, p. 82.

²⁰ MOLINIER Muriel, « La voie de l'inclusion par la médiation au musée des beaux-arts : des publics fragilisés au public universel », *Culture & Musées*, n° 37, 2021, p. 214.

²¹ GILMAN Bernard, *Le musée, agent d'innovation culturelle*, Strasbourg, Conseil de la Coopération Culturelle, 1977.

²² DAVALLON Jean, « Introduction. Le public au centre de l'évolution du musée », *Publics et Musées*, n° 2, 1992a, p. 11-12.

²³ PATRIAT Claude, « Au bonheur des musées. L'action culturelle : une formation ? un métier ? une culture ? », dans FOURTEAU Claude et BOURDILLAT Cécile (dir.), *Les institutions culturelles au plus près du public*, Paris, La documentation Française, 2002, p. 188.

²⁴ LE MAREC Joëlle, « Les musées et bibliothèques comme espaces culturels de formation », *Savoirs*, n° 11, 2006, p. 20.

²⁵ BOURDIEU Pierre et DARBEL Alain, *L'Amour de l'art. Les Musées et leur Public*, Paris, Éditions de Minuit, 1966.

d'habitudes culturelles qui rejouent au niveau des modes de visite des segmentations d'un autre ordre (essentiellement socio-professionnelles).

Accompagner les visiteurs au musée, c'est aussi créer du lien...

Comme le rappellent Marie-Christine Bordeaux et Elisabeth Caillet²⁶, la médiation culturelle s'est en effet construite autour d'une véritable « métaphore du lien social », qui recouvrait pêle-mêle des préoccupations de camaraderie, de convivialité ou (plus politiques) de solidarité²⁷. De son passage aux musées de Strasbourg, Éric Ferron retenait précisément que la médiation aidait le musée à tenir « un rôle social en matière d'éducation, d'inclusion et de cohésion »²⁸. Cela est resté d'actualité, comme le note l'ICOM²⁹ en rappelant que « les programmes de médiation culturelle étaient développés pour ancrer les musées dans un engagement social ». Il s'agit bien sûr de proposer des visites adaptées aux publics éloignées de la culture, pour diverses raisons ; voire de se rapprocher de ce qu'on a souvent nommé les « non-publics » (en prenant quelques libertés avec ce que Francis Jeanson entendait par là en 1968), c'est-à-dire des visiteurs potentiels qui restent hermétiques aux pratiques culturelles et qu'une offre de médiation pourrait rapprocher des visiteurs habituels³⁰. On comprend que, à une époque où les établissements culturels théorisent de plus en plus leur rôle de forum³¹, la visite libre puisse apparaître anachronique et contredire l'ambition du musée d'être au cœur de la cité et de ses débats.

... mais les laisser libres, c'est en reconnaître la souveraineté

Au niveau symbolique, venir au musée sans y être guidé serait une aventure d'ordre démocratique, surtout dans les pays où les musées sont intimement liés à l'idée de nation. Pascal Griener, dans sa petite histoire des musées occidentaux, le notait bien : la liberté éprouvée en entrant librement au Louvre (modèle emblématique de ces anciens lieux de pouvoir remis aux mains du peuple) contiendrait une part des revendications populaires qui ont mené à l'obtention de droits universels³². Que le musée soit né à l'ère des Lumières n'est pas sans signification : la « visite libre et déambulatoire », dans ce contexte idéologique de

²⁶ BORDEAUX Marie-Christine et CAILLET Elisabeth, « La médiation culturelle : Pratiques et enjeux théoriques », *Culture & Musées*, hors-série « La muséologie : 20 ans de recherches », 2013, p. 139-163.

²⁷ DUFRENE Bernadette et GELLEREAU Michèle, « La médiation culturelle. Enjeux professionnels et politiques », *Hermès*, n° 38, 2004, p. 202.

²⁸ FERRON Éric, « Le musée, le lieu de toutes les rencontres », *La Lettre de l'OCIM*, n° 160, 2015, p. 30.

²⁹ ICOM, *Les paradoxes du musée du XXI^e siècle. Journée professionnelle 2018*, Nantes, Musée d'arts, 28 septembre 2018, Paris, ICOM France, 2019, p. 68.

³⁰ MOLLARD Claude, LE BON Laurent et BONDIL Nathalie, *L'art de concevoir et gérer un musée*, Antony, Éditions Le Moniteur, 2023, p. 191-192.

³¹ LEMAY-PERREAULT Rébécqa, « Contribution des publics et collaboration avec la communauté dans les musées. Les deux C de la médiation éthique en contexte professionnel », *Éthique publique*, n° 19 (2), 2017.

³² GRIENER Pascal, *Pour une histoire du regard : l'expérience du musée au XIX^e siècle*, Paris, Hazan, 2017, p. 128.

naissance de la citoyenneté, était une sorte d'expérience (sur le mode esthétique) de cette nouvelle condition à laquelle aspiraient les individus³³.

Surtout que, en miroir, la visite accompagnée est vite taxée d'ingérence. Les dispositifs d'aide à la visite, en dépit de leurs motivations éducatives, répondraient à des ressorts d'influence ou même de manipulation des opinions – spécialement là où la culture est institutionnalisée, comme en France. La « médiation instrumentée » influencerait particulièrement sur l'expérience de visite, notamment dans le domaine de « l'émergence du sens » et de ce qu'Élodie Jarrier et Dominique Bourgeon-Renault appellent « l'appropriation intellectuelle des œuvres »³⁴. Autrement mieux construite qu'une simple plus-value offerte aux visiteurs « curieux » et aux « consommateurs d'art » – qui « désirent être accompagnés par des guides »³⁵ –, la médiation conçue comme une série de services favorisant la transmission³⁶ agirait sur la construction d'un propos que la visite « libre », de son côté, laisserait au visiteur.

Des formules pas si étanches qu'elles le paraissent

Indépendance mais exclusivité d'un côté, inclusion mais inféodation de la pensée de l'autre : cette répartition des rôles entre la visite libre et la visite guidée a le mérite d'être simple, en confrontant terme à terme l'autonomie des visiteurs et la construction d'un discours sur l'histoire de l'art qui se ferait autrement. Trop simple, peut-être.

Histoire personnelle et sociabilité : la visite au musée prédéterminée ?

Ce qui se joue dans chaque type de visite n'est en effet pas si dissemblable. Bruno Nassim Aboudrar et François Mairesse notent à ce propos que, historiquement, c'est bien en se regroupant et en dialoguant autour des œuvres que les individus ont appris à éprouver leur liberté individuelle³⁷. En se disant « libre », la visite au musée alimente par ailleurs l'idée d'un visiteur indépendant de toute influence. Une sorte d'innocence face aux œuvres qui oublie un peu vite que chaque visiteur a son histoire, son propre parcours et ses motivations. Avant même d'avoir accès aux ressources qui s'offrent à lui dans les salles, le visiteur orienterait inconsciemment son passage au musée selon des acquis, des attentes et des projections dont il est seul propriétaire. John H. Falk note à ce sujet que, dans cette sorte de « prédétermination » de la visite, la sociabilité joue son rôle :

³³ BORDIER Julien, *Le musée national entre principe républicain et question démocratique*, thèse de doctorat en sociologie, Université Paris X, 2012, p. 71.

³⁴ JARRIER Élodie et BOURGEON-RENAULT Dominique, « L'enrichissement de l'expérience de visite muséale par l'utilisation d'outils interactifs de médiation », *Décisions Marketing*, n° 97, 2020, p. 95.

³⁵ AUDET Liliane et RENOUX Christelle, « Les visites sensorielles, une autre façon d'appréhender l'art », *Nectart*, n° 4, 2017, p. 95-96.

³⁶ PAQUIN Maryse, « Médiation culturelle au musée : essai de théorisation d'un champ d'intervention professionnelle en pleine émergence », *ATPS (Revue internationale animation, territoires et pratiques socioculturelles)*, n° 8, 2015, p. 110.

³⁷ ABOUDRAR Bruno Nassim et MAIRESSE François, *La médiation culturelle*, Paris, PUF, 2022.

« La plupart des visiteurs arrivent en compagnie d'un petit groupe d'autres visiteurs. [...] la plupart des interactions sociales qui surviennent dans un musée sont en fait directement liées à des conversations et des relations que les visiteurs ont engagées avant même d'entrer dans le musée. »³⁸

Les mécanismes du tourisme culturel, bien sûr, ne sont pas pour rien dans cette tendance des visiteurs à « pré-voir » leur visite, pour optimiser leur temps ou leur budget en regard d'informations éparses récoltées en vue d'anticiper leur parcours³⁹. Il semble même que la part médiatique du musée peut à elle seule influencer une démarche qu'on croyait privée : « Les visiteurs viennent au musée parce qu'on en parle » observait dès 1994 Élisabeth Caillet, qui jouait avec les mots en associant le goût pour la *médiation* à la *médiatisation* des musées⁴⁰. Quand bien même elle serait orchestrée de façon personnelle, la visite au musée dépendrait de « forces sociales extérieures »⁴¹, en grande partie inconscientes ou liées aux habitudes culturelles. Elle est aussi le lieu privilégié de transferts qui relèvent de l'intimité : notre propre vision du musée, la place des pratiques culturelles dans notre histoire familiale, etc. Mais elle est également le reflet de discussions entre pairs⁴² qui rejoignent les représentations du musée dans l'imaginaire collectif. À ce titre, elle reste réceptive aux discours du musée tels qu'ils percent dans le champ de la communication de masse, et l'existence numérique des musées ne fait qu'exacerber cette logique, comme l'avait repéré Geneviève Vidal⁴³.

Des médiations qui sont elles-mêmes ambivalentes

Dans un article de 1993, André et Bernard Lefebvre avaient étudié les réactions du public selon différents types de visite⁴⁴. S'ils identifiaient bien « la visite guidée », ils l'opposaient à un autre ensemble plus large, celles des visites « qui accordent plus de liberté au visiteur » : cela incluait bien la « visite libre » mais aussi la visite effectuée avec une personne ressource autre que le guide du musée, et même la visite avec audioguide. On néglige d'ailleurs le caractère paradoxal de ce qu'on appelle les « aides à la visite libre » ou « les aides à la visite autonome »⁴⁵, c'est-à-dire la conception de dispositifs d'accompagnement souvent nomades

³⁸ FALK John-H., « Expérience de visite, identités et self-aspects », *La Lettre de l'OCIM*, n° 141, 2012, p. 6.

³⁹ JACOBI Daniel et JEANNERET Yves, « Du panneau à la signalétique : lecture et médiations réciproques dans les musées », *Culture & Musées*, hors-série « La muséologie : 20 ans de recherches », 2013, p. 60.

⁴⁰ CAILLET Élisabeth, « Les médiateurs culturels dans les musées », *Bulletin des bibliothèques de France*, n° 5, 1994, p. 40-43.

⁴¹ DE SINGLY François, « "Hier, je suis allé au musée" », dans DE SINGLY François, GIRAUD Christophe et MARTIN Olivier (dir.), *Apprendre la sociologie par l'exemple*, Paris, Armand Colin, 2016, p. 176.

⁴² FLEURY Laurent, *Sociologie de la culture*, Paris, Armand Colin, 2016, p. 51-56.

⁴³ VIDAL Geneviève, « Interactivité et médiation dans l'usage des multimédias de musée », *Communication et langages*, n° 137, 2003, p. 63-76.

⁴⁴ LEFEBVRE André et LEFEBVRE Bernard, « L'adulte et l'apprentissage du musée et au musée », *Revue des sciences de l'éducation*, n° 19, 1993, p. 775.

⁴⁵ JONCHERY Anne et BIRAUD Sophie, « Musées en famille, familles au musée. De l'expérience de visite des familles à des politiques muséales spécifiques », *Informations sociales*, n° 181, 2014, p. 91-92.

qui offrent une réelle liberté de déambulation aux visiteurs mais qui, qu'on le veuille ou non, les raccrochent à un discours préfabriqué.

Les technologies pervasives, qui ne font plus appel à une machine apparente (telles les anciennes bornes multimédias) mais qui sont dissimulées dans d'autres objets, amplifient le phénomène. On est en effet dans un entre-deux. De telles innovations permettent souvent aux visiteurs d'accéder à du contenu sans conférencier, à l'aide par exemple de la RFID (un système de reconnaissance à puce qui permet de recevoir des informations à distance). Dire que cela accorde de l'autonomie aux visiteurs est néanmoins excessif car il s'agit en l'espèce de substituer au conférencier un équipement portatif (casques, smartphone, etc.) qui se déclenche selon un parcours défini par le musée⁴⁶. Si le visiteur n'a plus à suivre un guide dans les salles, il demeure « guidé » dans sa déambulation s'il ne veut pas louper un morceau du signal. De fait, on a rapidement fustigé ce caractère contraignant des « médiations instrumentées », même dans les années 1990⁴⁷. La critique a pu être adressée également aux médiations traditionnelles, qui en effet ont parfois le projet un peu antithétique d'accompagner le visiteur dans son désir de « s'approprier le musée librement, seul et à sa guise »⁴⁸.

Le musée comme média

Si la visite « libre » ne semble pas l'être totalement, c'est aussi qu'elle est sensible aux sollicitations du musée lui-même. Jean Davallon⁴⁹ parlait à ce sujet de « la dimension médiatique du musée » : loin d'être impartial, le musée emprunterait des méthodes au monde de la communication, notamment dans le cadre serré des expositions temporaires, en assimilant la transmission culturelle à une forme de consommation. Ce glissement serait indissociable de l'histoire des musées, plus particulièrement de ce moment où l'esthétique lissée des Salons, qui survalorisait la rencontre avec les œuvres au détriment d'un thème général, céda la place à des scénographies qui cherchaient à disposer les œuvres selon des discours savants. La disposition des collections intégrerait alors une réelle signification, au sens où elle transmettrait quelque chose au visiteur – un message, un récit voire une opinion – qui aurait été déterminé au préalable. Sans être menée par un intervenant, la visite serait donc tout autant tracée (guidée) au moyen d'un aménagement de l'espace qui en modèle la compréhension. Pour Serge Chaumier⁵⁰, ça ne fait pas de doute : la présentation des œuvres et « la mise en exposition » sont à elles seules des formes de médiation et ramènent les visiteurs à des discours préexistants.

⁴⁶ ASTIC-RECHINIAC Isabelle *et al.*, « Vers une intégration du RFID et de la cartographie pour une visite autonome du musée des arts et métiers », dans PARTOLÄN Nathalie et COLLET Christine, *UbiMob '08: Proceedings of the 4th French-speaking conference on Mobility and ubiquity computing*, New York, Association for Computing Machinery, 2008, p. 78.

⁴⁷ SCHMITT Daniel et MEYER-CHEMENSKA Muriel, « 20 ans de numérique dans les musées : entre monstration et effacement », *La Lettre de l'OCIM*, n° 162, 2015, p. 53-57.

⁴⁸ JACOBI Daniel, *Des expositions pour les touristes ? Quand le musée devient une attraction*, Paris, MkF, 2020, p. 102.

⁴⁹ DAVALLON Jean, « Le musée est-il vraiment un média ? », *Publics & Musées*, n° 2, 1992b, p. 99.

⁵⁰ CHAUMIER Serge, « Musées et patrimoine. Nouvelles formes de médiation, nouveaux projets », *L'Observatoire*, n° 51, 2018, p. 40.

Yves Jeanneret et Camille Rondot⁵¹ ont même théorisé une véritable « muséologie communicationnelle » qui influencerait les déplacements et la compréhension des visiteurs dans les salles selon des normes propres au musée et à sa vision de l'art. Svetlana Alpers⁵² parla à ce titre de « l'effet musée », c'est-à-dire de cette capacité qu'a le lieu de modifier la perception des œuvres par de simples procédés muséographiques qui les classifient, qui les hiérarchisent ou qui les isolent les uns des autres. Le musée, pour elle, est « une manière de voir » (« *a way of seeing* »), et elle déplore le caractère intrusif des dispositifs de médiation (notamment les panneaux de salle) qui assujettissent son regard à des discours dont il reste à savoir s'ils étaient bien ceux des artistes. Elle cible en particulier le musée d'Orsay et elle en appelle à « libérer le regard » des visiteurs (elle parle de « *free viewers* ») pour que la contemplation des œuvres ne se résume pas à absorber un ensemble de messages sur les collections. Une sorte de plaidoyer pour une autonomie (au moins relative) au sein du musée, là où les innombrables dispositifs d'aide à la visite (cachés ou non, visibles ou suggérés par la muséographie) tendent à vassaliser le visiteur à une histoire de l'art dessinée a priori.

Justement : et l'autonomie du visiteur dans tout ça ?

En 1963, on pouvait lire dans *Le Globe* le compte-rendu d'une conférence de Jean Gabus, directeur du musée de Neuchâtel, qui insistait sur l'apport « des procédés modernes concourant à la présentation des objets »⁵³. Le titre même de la communication était éloquent : « Quand les objets vous parlent ». La technologie et les procédés scénographiques, en d'autres termes, feraient s'exprimer les œuvres exposées, là où l'on pensait que le musée ne fait que les donner à voir. Plus-value pour les visiteurs ou ingérence non avouée ?

Un public sous influences

La situation a peu changé depuis les années 1960, semble-t-il. Il a en effet été remarqué que, même si les outils récents (notamment numériques) autorisent plus de souplesse, c'est surtout pour le musée l'opportunité de consolider son territoire de communication en diversifiant les canaux, et donc finalement d'étendre son discours⁵⁴. Cela a installé les utilisateurs dans des séquences de médiation séduisantes à valeur éducative réelle (par exemple le musée sur tablette, figure 2) mais qu'on peut aussi suspecter de « nuire à la libre

⁵¹ JEANNERET Yves et RONDOT Camille, « Médiation de la médiation au musée du Louvre. Des logiques de recherche au sein d'un projet politique », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 14 (1), 2013, p. 136.

⁵² ALPERS Svetlana, « The Museum as a way of seeing », dans IVAN Karp et STEPHEN D. Lavine (dir.), *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*, actes du colloque organisé par la Smithsonian Institution, 26-28 septembre 1988, p. 25-33.

⁵³ GABUS Jean, « Quand les objets vous parlent », *Le Globe. Revue genevoise de géographie*, tome 103, 1963, p. 9-10.

⁵⁴ EIDELMAN Jacqueline, GOTTESDIENER Hana et LE MAREC Joëlle, « Visiter les musées : Expérience, appropriation, participation », *Culture & Musées*, hors-série « La muséologie : 20 ans de recherches », 2013, p. 101.

interprétation de l'œuvre »⁵⁵. Contre toute attente, le potentiel technologique ne mènerait donc que faiblement à une émancipation des visiteurs. Le rapprochement entre les musées et les créateurs de contenus en ligne le montre d'ailleurs bien, notamment dans le cadre des « visites influenceurs », dont on comprend vite qu'elles canalisent la curiosité des visiteurs au moyen de scénarios sortant du périmètre réel du musée, sous couvert d'une liberté de ton factice⁵⁶.

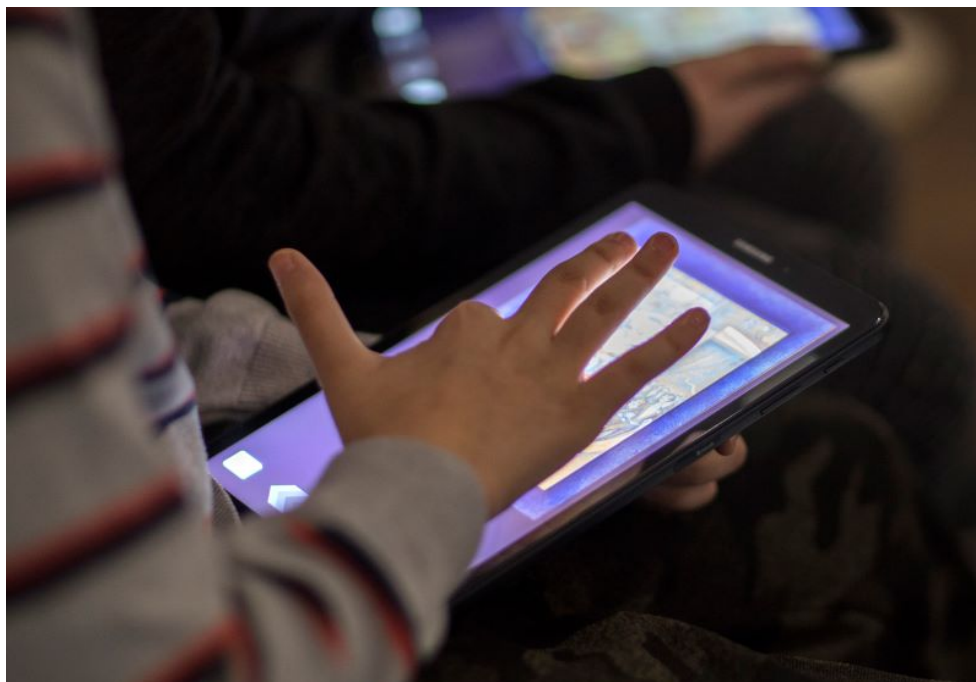


Figure 2. Visite avec l'application *Ikonikat*, Musée d'Orsay, Paris, 2018 © Musée d'Orsay / Sophie Boegly.

Annie Gentès et Camille Jutant, qui ont étudié assez tôt les dispositifs numériques⁵⁷, remarquaient par ailleurs que la nature des informations reçues comptait peu pour déterminer leur valeur, dans la mesure où le cadre d'utilisation (le musée) garantit spontanément chez les visiteurs la qualité de ce qui est transmis. Le lieu même où sont exposées les œuvres agirait comme une sorte de caution scientifique qui rend les visiteurs plus perméables aux invites du musée.

Nous arrivons alors à une sorte de seuil. Car non contente d'être limitée par des outils de médiation qui la gouvernent toujours un peu, l'autonomie du visiteur serait également illusoire, tant le musée parvient à promouvoir ses propres visions, volontairement ou non. Sous quelle forme, alors, peut-on encore offrir aux visiteurs – un peu trompés en la matière – une réelle latitude de visite ? La réponse est un peu dans la question, en fait, car ce que semble nous dire cette ambiguïté de chaque formule (une visite libre qui ne le serait pas vraiment, et

⁵⁵ SANDRI Éva, *Les Imaginaires numériques au musée ? Débats sur les injonctions à l'innovation*, Paris, MKF, 2020, p. 26.

⁵⁶ BALLARINI Marie et BASTARD Irène, « Créateurs de contenus et institutions culturelles. Formes et enjeux de collaboration », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 27, 2023, n. p.

⁵⁷ GENTES Annie et JUTANT Camille, « Nouveaux médias au musée : le visiteur équipé », *Culture & Musées*, n° 19, 2012, p. 73.

une visite guidée qui laisse du mou aux participants), c'est que le salut viendra sans doute de formats jouant de cette hybridation.

La visite libre comme modèle... des outils d'aide à la visite !

Quoique limités par le nombre de combinaisons, les parcours personnalisés (les « parcours à la carte » ou les « visites profilées ») supposent en tout cas une plus grande considération des visiteurs⁵⁸. Cette alternative suggère une véritable connexion avec les muséographes eux-mêmes – c'est pourquoi on a pu parler à ce sujet de processus favorisant « l'intersubjectivité »⁵⁹.

Le Louvre a mené une expérimentation intéressante sur ce terrain. On savait en effet que, au Louvre, les « chemins intellectuels » des visiteurs et le parcours réel dans les salles, fixé par l'histoire du musée, ne se recoupaient pas vraiment⁶⁰. Si bien que la visite, au final, ressemblait souvent à une succession d'impasses ou de découvertes fortuites. Le projet du grand Louvre ne prit cependant pas la mesure du problème, aussi la répartition des collections correspond plus à l'organisation administrative du musée (département par département) qu'à une vision transversale qui faciliterait la déambulation des publics en visite libre. On a alors mené une consultation dont le but, dès lors, était de trouver un consensus autour d'une série d'œuvres phares pour élaborer un parcours qui conviendrait à la majorité des visiteurs sans guide. On demanda aux visiteurs de préciser vers quelles œuvres ils seraient tentés de se diriger parmi une sélection de 50 présentées en salle, et on leur confia également des appareils photo pour qu'ils documentent leur parcours. Dans une sorte de compromis, la visite « libre » (celle fixée par les visiteurs, selon leurs propres représentations) devient alors la colonne vertébrale d'un parcours validé a posteriori par le musée selon une liste qu'il a néanmoins fournie et qui reflète sa propre conception des collections. La muséographie, que l'on suspecte souvent de partialité sur l'histoire de l'art, intégrerait alors les références des visiteurs eux-mêmes et l'image qu'ils se font des collections.

Donner la possibilité de s'exprimer

En 2012 déjà, Edouard Gentaz, Valérie Lagier et Corinne Pinchon admettaient que la visite guidée était construite pour permettre d'acquérir des connaissances, mais qu'il fallait tout de même s'interroger sur la manière de la rendre plus efficace. L'approche professorale gagnerait en particulier à s'enrichir du dialogue entre les participants. Les auteurs distinguaient alors les visites académiques et « les visites guidées actives », qui stimulent plus l'interaction entre visiteurs. Dans le champ des visites guidées, la notion même de « guidage » est définitivement protéiforme, comme nous le supposons.

⁵⁸ REY Stéphanie, BORTOLASO Christophe, BROCK Anke M., PICARD Célia, DERRAS Mustapha & COUTURE Nadine, « Interaction homme-machine et personnalisation des visites : enjeux et perspectives critique », *Culture & Musées*, n° 35, 2020, p. 77-106.

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ FRESSOZ François, *Sous la pyramide. Au Louvre, le problème des musées*, Paris, Édition Absente, 2015, p. 28-54.

Le numérique, cette fois, faciliterait la cohabitation d'un discours « officiel » et de points de vue plus personnels. L'essor de l'idéologie participative, outre d'élargir les territoires de communication, suppose en effet des musées une ouverture à l'univers des visiteurs, quitte à revoir leurs propres pratiques de construction des savoirs. Comme le soulignaient récemment Cristina Badulescu et Valérie-Inés De la Ville⁶¹, l'époque est à « la collaboration et la co-crédation de contenus culturels », et la muséographie se heurte à ces nouvelles pratiques bien connues des publics. Se développent des formes de visite élaborées en partenariat entre un visiteur laissé *libre* de ses choix et un musée demeurant force de proposition sur ce terrain culturel. La réalité augmentée offre notamment de nouvelles opportunités d'expression aux visiteurs, qui peuvent par exemple construire leur propre cabinet de curiosité en mixant les propositions du musée et leur imaginaire propre, selon les logiques d'une « médiation par appropriation » qui trouble la frontière entre les publics et l'institution⁶².

Pour Douglas Worts, de l'Art Gallery of Ontario⁶³, c'était même le sens des œuvres qui pouvait être débattu entre le musée et les visiteurs. On peut en effet « guider » les visiteurs tout en leur demandant de livrer leurs réactions sur les œuvres du parcours ou même sur la place du musée dans la collectivité. Paul Rasse⁶⁴ développa la même idée lorsqu'il suggéra que la médiation devrait travailler à faire remonter « les attentes et les goûts du public », récoltés par les animateurs sur le terrain, de façon à en « irriguer » l'établissement.

Conclusion : le retour du visiteur

Au terme de cette petite enquête, peut-être avons-nous négligé trois choses simples.

D'une part, que le visiteur garde le plus souvent sa faculté (sa liberté) d'opter ou non pour une visite guidée : c'est ce qu'observait Jean Galard, qui fut le chef du service culturel du Louvre⁶⁵, en précisant que ce type d'offre « est destinée à un usage occasionnel et libre, sinon capricieux ». De façon plus pragmatique, le format scolaire ou le coût des visites guidées influent nécessairement sur le choix de la visite libre, et nous constatons d'ailleurs que les visiteurs apprécieraient une meilleure « mise en contexte » des œuvres dans les salles sans avoir besoin d'un médiateur⁶⁶. On a vu que les outils numériques pouvaient être jugés intrusifs, mais il ne faut pas oublier que certains dispositifs (bornes ou tablettes

⁶¹ BADULESCU Cristina et DE LA VILLE Valérie-Inés, « La médiation muséale au prisme du numérique », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 16, 2019.

⁶² DE BIDERAN Jessica, « La réalité augmentée au musée, une médiation en expérimentation », *L'Observatoire critique*, 2012.

⁶³ WORTS Douglas, « Extending the Frame: Forging a New Partnership with the Public », dans PEARCE Susan (dir.), *Art in Museums*, Londres, The Athlone Press, 1995, p. 165 et 191.

⁶⁴ RASSE Paul, *Le musée réinventé. Culture, patrimoine, médiation*, Paris, CNRS Éditions, 2017, p. 267.

⁶⁵ GALARD Jean, « Introduction », dans GALARD Jean (dir.), *Le regard instruit. Action éducative et action culturelle dans les musées*, actes du colloque organisé au musée du Louvre le 16 avril 1999, Paris, La Documentation française, 2000, p. 13.

⁶⁶ HANQUINET Laurie, *Du musée aux pratiques culturelles. Enquête sur les publics de musées d'art moderne et contemporain*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, 2014, p. 204-205.

interactives) demeurent « en libre accès » dans les salles, laissant alors aux visiteurs le loisir d'en tirer profit (ou pas) durant leur visite⁶⁷.

Il ne faut pas oublier non plus, c'est une évidence, que chacun est libre d'alterner visite libre et visite guidée, selon ses attentes ou le contexte du moment (une visite seul(e) ou une visite en famille, par exemple). Si visite libre et visite guidée ne semblent pas hermétiques, c'est sans doute qu'elles recoupent des réalités de pratiques qui sont elles-mêmes poreuses. On retrouve d'ailleurs ce type d'entrecroisements dans l'offre culturelle. Le Mac/Val, par exemple, se décharge de cette question de la liberté de visite sur les chefs de groupe : « Parce que le musée est un lieu où les œuvres et les publics se rencontrent librement, sans discours prescrit ou de sens de visite obligatoire, nous proposons aux responsables de groupes de le visiter librement, sans "droit de parole" et sans limite de durée », y suggère-t-on. Ici, nous avons bien affaire à un groupe en visite libre mais guidé par un responsable identifié, en charge de l'activité. Le groupe est bien *libre* de ses mouvements et de ses discours au sein du musée, mais chaque individu le constituant reste dépendant du récit commun administré par celui qui mène la visite au nom de tous (le professeur pour les scolaires, par exemple). Et si l'on voulait être pointilleux, on pourrait relever que même un passage au musée en toute liberté s'avère parfois être un tant soit peu guidé : Jacob Burckhardt décrivait déjà lors de sa visite dans les musées de Londres en 1879 comment certains visiteurs, seuls, s'en remettaient tout de même à leur Baedeker⁶⁸.

Enfin, on doit se souvenir que le visiteur, si l'on voulait jouer avec les mots, est lui-même doté d'un « libre » arbitre, ce qui rend sa situation au sein des visites guidées moins asservie qu'on le pense. « Si les visiteurs acceptent les conventions propres aux cadres, ils n'en gardent pas moins leur esprit analytique », résumaient ainsi Delphine Saurier et Sarah Ghlamallah⁶⁹. Joëlle Le Marec⁷⁰ l'observait déjà un peu en soulignant que le public au musée conserve une certaine distance critique face aux informations fournies. Le musée serait même le lieu où, dans notre société où nous sommes assaillis de messages, l'individu pourrait exercer sa force de réflexion et son opinion face aux dogmes institutionnels.

À partir de là, que la visite soit libre ou guidée est finalement accessoire car ce qui compte le plus, c'est ce que le visiteur fait des informations qu'il capte inévitablement dans chaque contexte, aidé pour cela de son regard critique, de sa vision des choses et (précisément) de sa *liberté* d'interprétation.

⁶⁷ SCHWEIBENZ Werner, « Le musée virtuel : un aperçu sur ses origines, ses concepts et sa terminologie », dans MAIRESSE François et VAN GEERT Fabien (dir.), *Médiation muséale. Nouveaux enjeux, nouvelles formes*, Paris, L'Harmattan, 2022, p. 77-106.

⁶⁸ GRIENER Pascal, *op. cit.*, p. 29.

⁶⁹ SAURIER Delphine et GHLAMALLAH Sarah, « Souplesse et permanence de la médiation culturelle », *Questions de communication*, n° 28, 2015, p. 251-272.

⁷⁰ LE MAREC Joëlle, « L'interactivité, rencontre entre visiteurs et concepteurs », *Publics & Musées*, n° 3, 1993, p. 92-93.

Bibliographie

ABOUDRAR Bruno Nassim et MAIRESSE François, *La médiation culturelle*, Paris, PUF, 2022.

ALLAN Douglas A., « Le personnel », dans *L'organisation des musées : conseils pratiques*, Paris, Unesco, 1959, p. 55-71.

ALLARD Michel, « Les adolescents et les musées », *Revue des sciences de l'éducation*, n° 19 (4), 1993, p. 765-774.

ALPERS Svetlana, « The Museum as a way of seeing », dans IVAN Karp et STEPHEN D. Lavine (ed.), *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*, actes du colloque organisé par la Smithsonian Institution, 26-28 septembre 1988, p. 25-33.

APPIOTTI Sébastien, « Le musée, de la démocratisation culturelle aux droits culturels », *Nectart*, n° 14, 2022, p. 55-71.

ASTIC-RECHINIAC Isabelle, MERDASSI Salah, YAHIA-AISSA Ramzi, PELLERIN Romain et GRESSIER-SOUDAN Éric, « Vers une intégration du RFID et de la cartographie pour une visite autonome du musée des arts et métiers », dans PARTOLÂN Nathalie et COLLET Christine, *UbiMob '08: Proceedings of the 4th French-speaking conference on Mobility and ubiquity computing*, New York, Association for Computing Machinery, 2008, p. 78.

AUDET Liliane et RENOUX Christelle, « Les visites sensorielles, une autre façon d'appréhender l'art », *Nectart*, n° 4, 2017, p. 94-101.

BADULESCU Cristina et DE LA VILLE Valérie-Inés, « La médiation muséale au prisme du numérique », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 16, 2019. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/rfsic/5581> (consulté le 3 décembre 2024).

BALLARINI Marie et BASTARD Irène, « Créateurs de contenus et institutions culturelles. Formes et enjeux de collaboration », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 27, 2023. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/rfsic/14948> (consulté le 3 décembre 2024).

BORDIER Julien, *Le musée national entre principe républicain et question démocratique*, thèse de doctorat en sociologie, Université Paris X, 2012.

BORDEAUX Marie-Christine et CAILLET Élisabeth, « La médiation culturelle : Pratiques et enjeux théoriques », *Culture & Musées*, hors-série « La muséologie : 20 ans de recherches », 2013, p. 139-163.

BOURDIEU Pierre et DARBEL Alain, *L'Amour de l'art. Les Musées et leur Public*, Paris, Éditions de Minuit, 1966.

BRUNEL Patrick, « Démocratisation de la culture », *Études*, n° 5, 2012, p. 617-628.

CAILLET Élisabeth, « Les médiateurs culturels dans les musées », *Bulletin des bibliothèques de France*, n° 5, 1994, p. 40-43.

CAILLET Élisabeth, « Le rôle social du musée », dans FOURÈS Angèle, GRISOT Delphine et LOCHOT Serge (dir.), *Le rôle social du musée. Agir ensemble et créer des solidarités*, Charny, Office de Coopération et d'Information Muséales, 2011, p. 15-30.

CHAUMIER Serge, « Musées et patrimoine. Nouvelles formes de médiation, nouveaux projets », *L'Observatoire*, n° 51, 2018, p. 40-43.

CHAUMIER Serge, « Quelle exposition, quel média et pour quel public ? », *MédiaMorphoses*, n° 9, 2003, p. 60-64.

DAVALLON Jean, « Introduction. Le public au centre de l'évolution du musée », *Publics et Musées*, n° 2, 1992a, p. 10-18.

DAVALLON Jean, « Le musée est-il vraiment un média ? », *Publics & Musées*, n° 2, 1992b, p. 99-123.

DEBENEDETTI Stéphane, « L'expérience sociale du musée, entre visite anonyme et visite collaborative », dans ASSASSI Isabelle, BOURGEON-RENAULT Dominique et FILSER Marc (dir.), *Recherches en marketing des activités culturelles*, Paris, Vuibert, 2010, p. 179-196.

DE BIDERAN Jessica, « La réalité augmentée au musée, une médiation en expérimentation », *L'Observatoire critique*, 2012. Disponible sur : <https://doi.org/10.58079/shkr> (consulté le 24 novembre 2025).

DELOCHE Bernard et MAIRESSE François, *Pourquoi (ne pas) aller au musée*, Lyon, Aléas, 2008.

DE SINGLY François, « "Hier, je suis allé au musée" », dans DE SINGLY François, GIRAUD Christophe et MARTIN Olivier (dir.), *Apprendre la sociologie par l'exemple*, Paris, Armand Colin, 2016, p. 173-183.

DÉTREZ Christine, *Sociologie de la culture*, 2^e éd., Paris, Armand Colin, [2014] 2020.

DE VARINE Cécilia, « L'accueil de tous au musée, au risque du changement », *L'Observatoire*, n° 32, 2007, p. 31-34.

DUFRENE Bernadette et GELLEREAU Michèle, « La médiation culturelle. Enjeux professionnels et politiques », *Hermès*, n° 38, 2004, p. 199-206.

DUFRESNE-TASSÉ Colette, « L'éducation muséale des adultes, un domaine à structurer », *Savoirs*, n° 11, 2006, p. 39-64.

EIDELMAN Jacqueline, GOTTESDIENER Hana et LE MAREC Joëlle, « Visiter les musées : Expérience, appropriation, participation », *Culture & Musées*, hors-série « La muséologie : 20 ans de recherches », 2013, p. 73-113.

FALK John-H., « Expérience de visite, identités et self-aspects », *La Lettre de l'OCIM*, n° 141, 2012, p. 5-14.

FERRON Éric, « Le musée, le lieu de toutes les rencontres », *La Lettre de l'OCIM*, n° 160, 2015, p. 28-30.

FLEURY Laurent, « L'État et la culture à l'épreuve du néo-libéralisme. Bouleversement historique, retournement axiologique », *Tumultes*, n° 44, 2015, p. 145-157.

FLEURY Laurent, *Sociologie de la culture*, Paris, Armand Colin, 2016.

FRESSOZ François, *Sous la pyramide. Au Louvre, le problème des musées*, Paris, Édition Absente, 2015.

GABUS Jean, « Quand les objets vous parlent », *Le Globe. Revue genevoise de géographie*, tome 103, 1963, p. 9-10.

GALARD Jean, « Introduction », dans GALARD Jean (dir.), *Le regard instruit. Action éducative et action culturelle dans les musées*, actes du colloque organisé au musée du Louvre le 16 avril 1999, Paris, La Documentation française, 2000, p. 9-18.

GENTAZ Édouard, LAGIER Valérie et PINCHON Corinne, « Comment favoriser l'acquisition de connaissances artistiques par des enfants et leurs intérêts durant une visite guidée à un musée de peinture ? », *Culture & Musées*, n° 19, 2012, p. 171-178.

GENTES Annie et JUTANT Camille, « Nouveaux médias au musée : le visiteur équipé », *Culture & Musées*, n° 19, 2012, p. 67-91.

GERMAIN-THOMAS Patrick, « La démocratisation culturelle, illusion ou utopie en devenir ? », *Quaderni*, n° 99-100, 2019 p. 81-95. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/quaderni/1557> (consulté le 24 novembre 2024).

GILMAN Bernard, *Le musée, agent d'innovation culturelle*, Strasbourg, Conseil de la Coopération Culturelle, 1977. Disponible sur : <https://museocheck.fr/wp-content/uploads/Musee-innovation-culturelle-Gilman.pdf> (consulté le 8 septembre 2025).

GOB André et DROUGUET Noémie, *La muséologie : Histoire, développements, enjeux actuels*, 5^e éd., Paris, Armand Collin, 2021.

GRIENER Pascal, *Pour une histoire du regard : l'expérience du musée au XIX^e siècle*, Paris, Hazan, 2017.

HANQUINET Laurie, *Du musée aux pratiques culturelles. Enquête sur les publics de musées d'art moderne et contemporain*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, 2014.

ICOM, *Les paradoxes du musée du XXI^e siècle. Journée professionnelle 2018*, Nantes, Musée d'arts, 28 septembre 2018, Paris, ICOM France, 2019.

JACOBI Daniel, *Des expositions pour les touristes ? Quand le musée devient une attraction*, Paris, MkF, 2020.

JACOBI Daniel et COPPEY Odile, « Introduction - Musée et éducation : au-delà du consensus, la recherche du partenariat », *Publics & Musées*, n° 7, 1995, p. 10-22.

JACOBI Daniel et JEANNERET Yves, « Du panneau à la signalétique : lecture et médiations réciproques dans les musées », *Culture & Musées*, hors-série « La muséologie : 20 ans de recherches », 2013, p. 47-72.

JARRIER Élodie et BOURGEON-RENAULT Dominique, « L'enrichissement de l'expérience de visite muséale par l'utilisation d'outils interactifs de médiation », *Décisions Marketing*, n° 97, 2020, p. 87-101.

JEANNERET Yves et RONDOT Camille, « Médiation de la médiation au musée du Louvre. Des logiques de recherche au sein d'un projet politique », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 14 (1), 2013, p. 131-147.

JONCHERY Anne et BIRAUD Sophie, « Musées en famille, familles au musée. De l'expérience de visite des familles à des politiques muséales spécifiques », *Informations sociales*, n° 181, 2014, p. 86-95.

LEFEBVRE André et LEFEBVRE Bernard, « L'adulte et l'apprentissage du musée et au musée », *Revue des sciences de l'éducation*, n° 19, 1993, p. 775-779.

LE MAREC Joëlle, « L'interactivité, rencontre entre visiteurs et concepteurs », *Publics & Musées*, n° 3, 1993, p. 91-109.

LE MAREC Joëlle, « Les musées et bibliothèques comme espaces culturels de formation », *Savoirs*, n° 11, 2006, p. 9-38.

LEMAY-PERREAULT Rébécq, « Contribution des publics et collaboration avec la communauté dans les musées. Les deux C de la médiation éthique en contexte professionnel », *Éthique publique*, n° 19 (2), 2017. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/ethiquepublique/3025> (consulté le 24 novembre 2025).

MAIRESSE François, *Le musée hybride*, Paris, La Documentation française, 2010.

MOLINIER Muriel, « La voie de l'inclusion par la médiation au musée des beaux-arts : des publics fragilisés au public universel », *Culture & Musées*, n° 37, 2021, p. 214-217.

MOLLARD Claude, LE BON Laurent et BONDIL Nathalie, *L'art de concevoir et gérer un musée*, Éditions Le Moniteur, 2023.

PAQUIN Maryse, « Médiation culturelle au musée : essai de théorisation d'un champ d'intervention professionnelle en pleine émergence », *ATPS (Revue internationale animation, territoires et pratiques socioculturelles)*, n° 8, 2015, p. 103-115.

PATRIAT Claude, « Au bonheur des musées. L'action culturelle : une formation ? un métier ? une culture ? », dans FOURTEAU Claude et BOURDILLAT Cécile (dir.), *Les institutions culturelles au plus près du public*, Paris, La Documentation française, 2002, p. 183-198.

PEYRIN Aurélie, « Focus - Les paradoxes de la médiation culturelle dans les musées », *Informations sociales*, n° 170, 2012, p. 62-65.

POULARD Frédéric, « Les musées à la conquête de leurs publics », dans DURAND Micheline (dir.), *Le musée et les publics*, Sens, Icône-Image, Musées de Sens, 2011, p. 41-52.

RASSE Paul, *Le musée réinventé. Culture, patrimoine, médiation*, Paris, CNRS Éditions, 2017.

REY Stéphanie, BORTOLASO Christophe, BROCK Anke M., PICARD Célia, DERRAS Mustapha & COUTURE Nadine, « Interaction homme-machine et personnalisation des visites : enjeux et perspectives critique », *Culture & Musées*, n° 35, 2020, p. 77-106.

SANDRI Éva, *Les Imaginaires numériques au musée ? Débats sur les injonctions à l'innovation*, Paris, MKF, 2020.

SAURIER Delphine et GHLAMALLAH Sarah, « Souplesse et permanence de la médiation culturelle », *Questions de communication*, n° 28, 2015, p. 251-272.

SCHMITT Daniel et MEYER-CHEMENSKA Muriel, « 20 ans de numérique dans les musées : entre monstration et effacement », *La Lettre de l'OCIM*, n° 162, 2015, p. 53-57.

SCHUSTER J. Mark Davidson, « The Public Interest in the Art Museum's Public », dans PEARCE Susan (dir.), *Art in Museums*, Londres, The Athlone Press, 1995, p. 109-142.

SCHWEIBENZ Werner, « Le musée virtuel : un aperçu sur ses origines, ses concepts et sa terminologie », dans MAIRESSE François et VAN GEERT Fabien (dir.), *Médiation muséale. Nouveaux enjeux, nouvelles formes*, Paris, L'Harmattan, 2022, p. 77-106.

VIDAL Geneviève, « Interactivité et médiation dans l'usage des multimédias de musée », *Communication et langages*, n° 137, 2003, p. 63-76.

WORTS Douglas, « Extending the Frame: Forging a New Partnership with the Public », dans PEARCE Susan (ed.), *Art in Museums*, Londres, The Athlone Press, 1995, p. 164-191.

Directeur de publication

Nicolas Navarro (Université de Liège)

Comité de rédaction

Nicolas Navarro (Université de Liège)

Alix Nyssen (Université de Liège)

Camille Béguin (Université de Liège)

Comité de lecture international

Yves Bergeron, Nathalie Bondil, Thierry Bonnot, Isabelle Brioso, Bruno Brulon, Serge Chaumier, Michel Colardelle, Gaëlle Crenn, Guido Fackler, Melissa Forstrom, Aude Hendrick, Marie-Paule Jungblut, Anna Leshchenko, Raymond Montpetit, Adriana Mortara Almeida, Mário Moutinho, Placide Mumbembele Sanger, Nathalie Nyst, Dominique Poulot, Lise Renaud, Mélanie Roustan, Philippe Tomsin, Olga Van Oos, Ximena Varela, Richard Veymiers, Boris Wastiau

Coordonnées

Service de Muséologie

Université de Liège, Quai Roosevelt, 1B, 4000 Liège - Belgique

Contact

cahiersdemuseologie@uliege.be

<https://popups.uliege.be/2406-7202/index.php>

E-ISSN

2953-1233

