

# *Museum International*

No 199 (Vol L, n° 3, 1998)

## **Tourisme I**

---

**Éditorial** 3

---

**Dossier :**  
**Le tourisme : un défi  
pour les musées (1)**

- 4 Les musées et le tourisme : culture et consommation  
*Yani Herreman*
- 13 Une quête d'identité *Nelson Graburn*
- 19 Reculer les frontières de l'interprétation : espaces traditionnels  
et visions nouvelles *Patricia Sterry*
- 24 « Le voyageur chargé d'un lourd fardeau a besoin d'un ami... »  
*Terry Stevens*
- 28 Te Papa : une invite à la redéfinition *William Tramposch*
- 33 « Le monde des cisterciens » : un ancien monastère devient un musée  
moderne *Mihail Moldoveanu*
- 

**Innovation** 39 Une aventure qui ne finit pas : la Cité de l'espace de Toulouse  
*Roger Lesgards*

---

**Point de vue** 44 Pour une muséologie insulaire des Caraïbes *Jean-Philippe Maréchal*

---

**Gestion** 51 Les musées : une porte ouverte sur le futur *Raili Huopainen*

---

**Conservation** 55 Le Document de Pavie. Pour un profil européen  
du conservateur-restaurateur *Gaël de Guichen*

---

**Rubriques** 57 Forum  
59 Technologies avancées  
61 Informations professionnelles



## OBJETS VOLÉS

*Huile sur bois du XVIII<sup>e</sup> siècle par Karel Beschey, non signé : paysage avec personnages. Dimensions : 18 × 20,5 cm.  
Valeur estimée : 165 000 francs.*

*Ce tableau a été volé le 23 mars 1997 chez un antiquaire, à Bruxelles.  
(Référence IP11/394/97/NI/9574/C.OV-R.68.57.70323, Interpol, Bruxelles.)*

*Avec l'aimable autorisation du Secrétariat général de l'OIPC-Interpol (Lyon, France).*

En 1995, 11 % des investissements effectués dans le monde, 10,9 % du produit mondial brut, 10,7 % des emplois et 20 % du commerce mondial des services (soit 372 milliards de dollars des États-Unis) ont été réalisés dans le secteur du tourisme international, lequel a satisfait la demande de 565 millions de touristes.

Toujours en 1995, 20 millions de personnes ont vu la collection Barnes dans les musées du monde entier ; 500 000 personnes ont admiré l'exposition Cézanne à Paris ; 180 000 personnes ont visité l'exposition Mondrian à La Haye ; 995 000 personnes se sont pressées à l'exposition Monet à Chicago ; et près de 5 millions de visiteurs ont franchi le seuil du Metropolitan Museum de New York.

A l'évidence, avec 25 % de croissance au cours des cinquante dernières années, le tourisme est devenu un élément essentiel de notre <sup>xx</sup>e siècle finissant. Les projections actuelles prévoient une bonne vingtaine de millions de touristes de plus chaque année — estimation qui ne prend pas en compte les visiteurs de l'intérieur, dix fois plus nombreux que ceux qui s'aventurent à l'étranger<sup>1</sup>. Il est aujourd'hui bien loin le temps où, au <sup>xix</sup>e siècle, un ecclésiastique anglais, Robert Francis Kilvert, notait dans son journal : « De tous les animaux nuisibles, le plus nuisible est le touriste. » Car le touriste n'est plus le rôdeur solitaire de jadis, il s'est transformé en une puissance économique que bien des gens courtisent et dont fort peu — et de moins en moins — se détournent.

Les incidences d'un tel essor sur les musées et sur le patrimoine culturel en général sont profondes, multiples et réciproques : la culture attire le touriste et le touriste influe sur la culture. La notion de « tourisme culturel » est entrée dans notre vocabulaire quotidien, et nombreux sont ceux qui, dans la profession, y voient une source de croissance particulièrement prometteuse. Pour que le tourisme puisse susciter de véritables courants d'échanges culturels internationaux, il importe, afin de bien comprendre le phénomène, de s'interroger sur le sens — et sur les effets — de cette fusion nouvelle du monde de la culture et du monde des affaires, des musées et du marché, du patrimoine et du commerce. C'est ce qui nous a conduits à consacrer à la question deux numéros de *Museum international*, la première dégageant les problèmes posés aux musées par cette évolution, la seconde abordant le sujet sous l'angle plus général du patrimoine.

Dans le présent numéro, nous nous sommes intéressés aux divers problèmes auxquels le tourisme de masse confronte aujourd'hui les musées, ainsi qu'aux tâches nouvelles et aux idées qu'il remet en question. Il est clair que nous avons affaire ici à une évolution institutionnelle et aussi à une mutation sociale dont le sort du musée n'est que le signe le plus visible. C'est cet aspect de la question que nous avons choisi d'étudier — plutôt que de nous limiter à exposer la situation d'un certain nombre de grands musées et la démarche que ceux-ci ont adoptée face au phénomène du tourisme. Nous nous sommes largement inspirés des études de pointe consacrées au tourisme culturel par l'UNESCO et divers partenaires, tels que l'Association internationale d'experts scientifiques du tourisme (AIEST) et la revue de sciences sociales *Annals of Tourism Research*, qui ont procédé à une analyse approfondie des rapports entre tourisme, culture et développement.

Nous devons aussi beaucoup aux avis et conseils de Yani Herreman, ancienne présidente de l'Organisation régionale pour l'Amérique latine et les Caraïbes de l'ICOM, dont l'introduction au présent numéro traite de quelques-unes des grandes incidences de l'équation tourisme-culture, ainsi qu'à Frans Schouten, maître de conférences à l'Institut néerlandais d'études sur le tourisme et les transports, dont l'article sur les musées considérés dans le contexte général du tourisme visant le patrimoine figurera dans notre prochaine livraison.

M. L.

1. Ces données sont extraites de la brochure *Culture, tourisme, développement. Les enjeux du <sup>xxi</sup>e siècle*, compte rendu d'une table ronde d'experts organisée à Paris les 26 et 27 juin 1996 (UNESCO, 1997). Le lecteur trouvera dans ce document (disponible gratuitement auprès de l'UNESCO — en anglais et en français) une mine de renseignements, ainsi qu'une stimulante analyse des problèmes que l'avenir nous réserve.

# Les musées et le tourisme : culture et consommation

Yani Herreman

*Le développement du tourisme au cours des dernières années a sans nul doute contribué à des changements d'importance dans les activités des musées ; que ces changements aient été bien accueillis ou même compris par la communauté muséale est plus incertain. Yani Herreman expose les principales questions auxquelles il importe de répondre si l'on veut comprendre mieux l'influence que le musée et le tourisme exercent l'un sur l'autre. Architecte, l'auteur anime l'Unité de promotion et d'action culturelle de l'Université libre de Mexico, après avoir été directrice des musées de Mexico et du Musée national d'histoire. Elle est membre du Conseil exécutif de l'ICOM et préside le Comité international pour l'architecture et les techniques muséographiques.*

« Une démographie en constante évolution et le développement d'un environnement sans frontières transforment les conditions d'exercice des fonctions muséologiques. Les musées doivent désormais prendre davantage en compte la diversité ainsi induite dans toutes les particularités de leur action, de leur fonctionnement, de leur planification et de leurs relations avec le public. » (Plan d'action stratégique de l'Association américaine des musées, 1998-2000.)

« Le musée est devenu un lieu dans la ville, un point de convergence physique. Il est aussi devenu un point de convergence de la pensée, de la réflexion, du plaisir et du savoir. » (Roland Arpin, directeur exécutif du Musée de la civilisation, Québec, 1993.)

J'ai choisi de placer en exergue au présent article ces deux citations qui me paraissent toucher aux aspects fondamentaux de la question des musées et du tourisme, question embarrassante à laquelle, compte tenu de l'importance d'un phénomène caractéristique de la fin du II<sup>e</sup> millénaire, sont consacrées la présente livraison de *Museum international* et celle qui lui fera suite. Nous avons voulu adopter une approche interdisciplinaire qui apporte au lecteur un maximum d'éléments, tout en lui laissant le champ et la liberté voulus pour se faire sa propre opinion. Il a donc été fait appel à la collaboration de spécialistes de divers domaines comme la sociologie, la conservation, la muséologie, l'éducation et l'anthropologie. J'espère que le sujet retiendra l'attention du lecteur comme il a retenu la mienne, et qu'il le conduira à réfléchir à un phénomène qui intéresse directement les musées et leurs équipes.

Comme toute institution, le musée contemporain a évolué en même temps que la société qui l'a généré, subissant de ce fait des transformations. Que nous le

vouliions ou non, il est l'un des protagonistes de processus socioculturels et économiques aussi complexes que, notamment, la mondialisation, le développement permanent et le tourisme. Sous l'effet des bouleversements économiques, sociaux et culturels, le musée a subi au cours des dernières années une métamorphose d'une ampleur et d'une rapidité telles que bien des activités auparavant considérées comme ne relevant pas de sa compétence, voire bannies de la pratique muséologique, y sont aujourd'hui courantes et, partant, passent inaperçues.

De nombreux muséologues sont encore attachés à la conception traditionnelle du musée et ressentent ces changements comme des atteintes à leur profession, à la pratique et à l'éthique muséales. D'autres sont toutefois persuadés que le musée, en tant qu'institution, participe inéluctablement aux mutations de la société tout entière. Il est ainsi incontestable que le musée traverse ce que Tomislav Sola, professeur de muséologie à l'Université de Zagreb et membre du jury du prix du Musée européen de l'année, appelle « une crise d'identité institutionnelle et une crise conceptuelle ».

Le tourisme est précisément l'un de ces mouvements mondiaux qui ont ébranlé les fondements du musée (et d'autres institutions culturelles), sans que, curieusement, les professionnels aient, à son égard, une attitude nettement définie. Or, il est assurément une réalité avec laquelle nous devons apprendre à vivre, à laquelle nous devons être préparés. L'ignorer ou en exagérer l'importance, minimiser ou grossir ses mérites tout comme ses défauts ne fera qu'aller à l'encontre d'une pratique bien conçue, dynamique, respectueuse de l'éthique et conforme aux objectifs fondamentaux d'une muséologie contemporaine.

Au cours des dernières années, le tou-

risme, sous ses différentes formes, s'est développé parallèlement au modèle de consommation actuel de la société moderne dont il est un élément pour devenir, en quinze ans, un fait économique, culturel et social majeur, spécifique de la fin du II<sup>e</sup> millénaire.

Les études récentes consacrées à ce phénomène, qui a affecté aussi bien les pays industrialisés que les pays en développement, montrent sa complexité et son caractère multiforme. Le tourisme, dit Jafar Jafari, rédacteur en chef des *Annals of Tourism Research*, est un phénomène socioculturel aux influences considérables, aux dimensions multiples ; si l'économie est l'une d'entre elles, il en est une autre dont on parle beaucoup à l'heure actuelle, et qui nous concerne directement : sa dimension culturelle. Au cœur du processus de mondialisation, le « tourisme culturel » prospère et gagne toutes les couches sociales. Il est évident que cette forme « culturelle » de l'activité touristique est liée à la curiosité, au désir de connaître l'autre, de satisfaire un besoin d'exploration et de vécus différents.

« Le tourisme n'existerait pas sans la culture, estime Jafari. La culture constitue l'une des principales motivations des déplacements des personnes, et [...] toute forme de tourisme provoque un effet culturel aussi bien sur le visiteur que sur l'hôte. » Envisagé sous l'angle anthropologique, le tourisme est une activité culturelle en soi, qui peut avoir un rapport direct avec les musées, avec le patrimoine, avec les sites. Indépendamment de sa nature, le tourisme a exercé une influence directe et déterminante dans tous les pays. Tenu par certains pour une panacée, par d'autres pour un désastre, du point de vue des musées et des sites d'intérêt patrimonial, il constitue, écrit Hugues de Varine, ancien directeur de l'ICOM, un fait et un danger latent. D'où la nécessité

d'étudier en permanence et systématiquement les données du tourisme qui ont une incidence sur la culture en général et sur les musées en particulier.

Abordons maintenant quelques sujets qui nous paraissent essentiels concernant la relation entre le musée et le tourisme. « Entité marchande, laboratoire, centre d'activités, instrument de loisirs, lieu de réunion, promoteur de sa propre culture, mais aussi du prestige de son fondateur et mécène, outil de recherche, telles sont désormais les multiples facettes d'une institution qui prend, et prendra de plus en plus, la place du musée de notre jeunesse. » (Patrick O'Byrne et Claude Pecquet, concepteurs de programmes muséologiques.)

Les années 60 ont été marquées par de profonds changements dans la vie jusque-là tranquille des musées. La rapidité des progrès techniques, d'une part, les bouleversements sociaux induits par les changements économiques de la fin du II<sup>e</sup> millénaire, d'autre part, ont infléchi l'évolution « naturelle » de l'activité muséologique. Divers facteurs socio-économiques expliquent l'émergence, dans les musées, dans les expositions, de préoccupations nouvelles touchant la diversité culturelle et d'autres questions sociales comme l'égalité entre les sexes, les migrations, les groupes ethniques, l'économie ou l'identité des diverses communautés humaines. De même, les musées des sciences et des technologies apparaissent, compte tenu de leur importance et de leur rôle au sein de la société, comme les musées-phares de la fin du XX<sup>e</sup> siècle.

A cela s'ajoute une autre nouveauté tout aussi importante : l'application à la conservation des biens culturels, à l'architecture et à la muséographie des avancées scientifiques et technologiques les plus récentes. La conservation, par exemple, telle qu'elle est maintenant pratiquée, a



*« Le tourisme est une forme nouvelle de pèlerinage. »  
La Grande Muraille de Chine.*

moins de quarante ans d'existence. Son essor a été favorisé par la rapidité des avancées scientifiques, et elle est aujourd'hui considérée comme une science et un art en soi, sur lesquels s'appuie fortement la pratique muséologique.

Et que dire des progrès en matière de présentation, celle-ci devant désormais conjuguer l'emploi de nouveaux matériaux et la mise en œuvre de principes psychopédagogiques modernes assurant une communication optimale ?

La diversification et la spécialisation au sein de la muséologie, l'apparition d'orientations « commerciales », la reconnaissance de la planification en tant que méthode essentielle et l'émergence de tant d'activités nouvelles, courantes pour nous aujourd'hui, découlent naturellement des modifications apportées à la pratique muséale des vingt dernières années.

Jusqu'à quel point cette atomisation estompe-t-elle la fonction traditionnelle du « conservateur » ? Il n'y a pas si longtemps, en 1971 pour être précis, Luc Benoist, conservateur honoraire des musées

de France, affirmait, avec l'assurance que confèrent l'expérience et l'exercice de responsabilités non seulement dans l'architecture, la programmation ou la planification muséales, mais aussi dans l'éclairage des objets, sans omettre la recherche et la taxinomie, que l'agencement harmonieux des tableaux dépend des idées et du bon goût du conservateur. Les connaissances muséologiques, de même que le pouvoir de décision correspondant, étaient détenues par un petit nombre de personnes. Or la spécialisation a rendu indispensable un travail d'équipe fondé sur l'interdisciplinarité, et le pouvoir de décision est partagé.

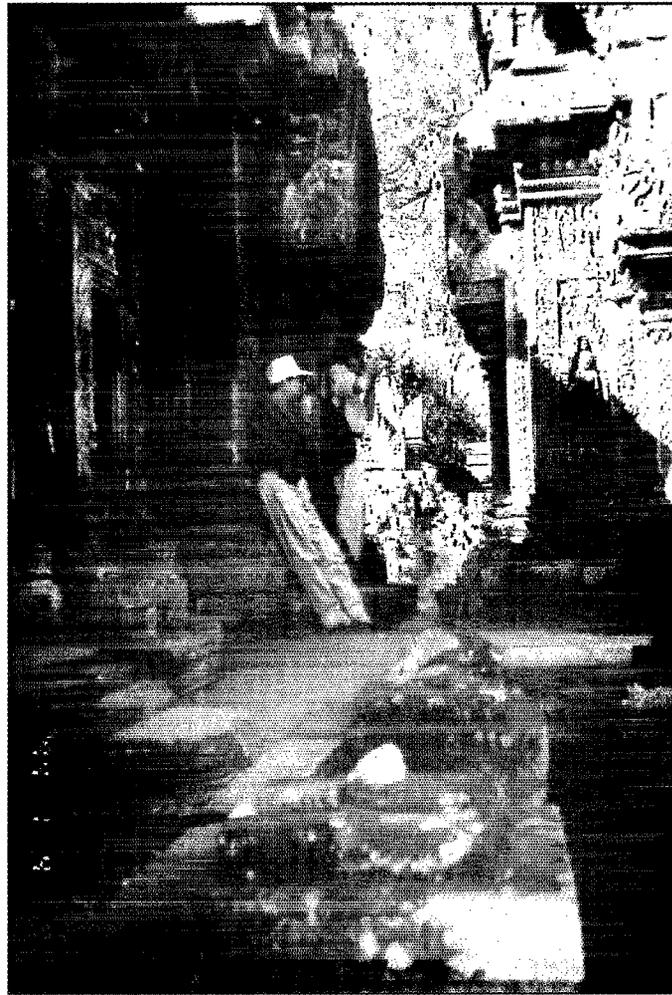
### **Une perspective sociale**

La place croissante accordée dans la présentation muséographique à l'histoire sociale et aux préoccupations environnementales, ainsi que l'importance prise par les musées des sciences et des technologies ont donné naissance, au sein de la profession muséale, à un nouveau courant, soucieux non seulement de présen-

ter des objets, mais aussi de les situer dans leur contexte, ce qui met en jeu des méthodes et des points de vue nouveaux. La finalité des collections est désormais différente, et le recours, dans les expositions, aux approches synchroniques et diachroniques est plus fréquent. L'innovation la plus marquante de ces dernières décennies est toutefois l'approche sociale que la plupart des musées ont adoptée aujourd'hui : « Le musée n'est pas une île. Le musée fait partie d'un "système culturel". » (Roland Arpin, 1992.) Comme le tourisme, ce système culturel a été activé par une série de transformations économiques, technologiques et sociales qui ont fait de lui un langage commun, universel. Les progrès réalisés dans les moyens de communication, le recours massif à l'informatique et la mondialisation sont des phénomènes qui ont touché le monde entier. Dotée de toute une batterie de nouveaux outils, la communication a modifié les aspirations des hommes, des femmes et des enfants dans tous les domaines, y compris celui de la culture. Au sein de cet ensemble mondial d'une grande complexité, le tourisme joue un rôle essentiel, de même que la culture et sa « consommation ». Les musées et les sites patrimoniaux constituent un élément essentiel de l'offre en matière de tourisme culturel.

Il est évident que l'une des principales caractéristiques de notre époque est l'interrelation étroite des cultures, laquelle est due, entre autres, au développement rapide des technologies de la communication. La tendance est à la diffusion du savoir à l'échelle du globe et à la création, de ce fait, d'une véritable culture universelle et universalisante qui a certainement marqué de son empreinte la dynamique culturelle mondiale.

Dernièrement, cette culture s'est véritablement affirmée face à la croissance



© UNESCO

économique et industrielle ; après plusieurs années de lente avancée, elle a commencé à prendre l'importance qu'elle mérite en raison, surtout, d'une étroite corrélation avec les branches d'activités non traditionnelles. Dans un tel contexte, le patrimoine culturel et, par là même, les musées ont connu un nouvel élan dont, à son tour, le tourisme culturel a bénéficié.

L'expansion de ce dernier s'explique par de multiples raisons qui n'entrent pas dans le cadre de notre propos, mais il convient néanmoins de mettre en lumière les deux principales, étroitement liées à la nature du musée : la perception de la culture comme représentation d'une identité — la sienne ou celle d'autrui ; la valeur culturelle — et sentimentale — attribuée au patrimoine naturel, matériel et immatériel.

Donald Horne, dans *The great museum*<sup>1</sup>, estime que certains objets exposés dans les musées sont devenus des

*« Seule une planification appropriée [...] pourra assurer l'équilibre entre les exigences du tourisme et la préservation des sites et des objets. » Banteay Srei, Angkor, Cambodge.*

reliques sacrées et que le tourisme est une forme nouvelle de pèlerinage. C'est là une évolution imposée de nos jours par le mode de comportement « touristique », qui a d'importantes répercussions d'ordre technique, social et économique. Qu'est-ce qui pousse une personne à parcourir des centaines, des milliers de kilomètres pour aller regarder un objet ou visiter un site historique ? Comment peut-on éprouver, à contempler une œuvre dans un musée, une émotion si intense qu'elle provoque une perte de raison plus ou moins passagère comme le syndrome de Stendhal ?

#### Des visiteurs d'un nouveau type

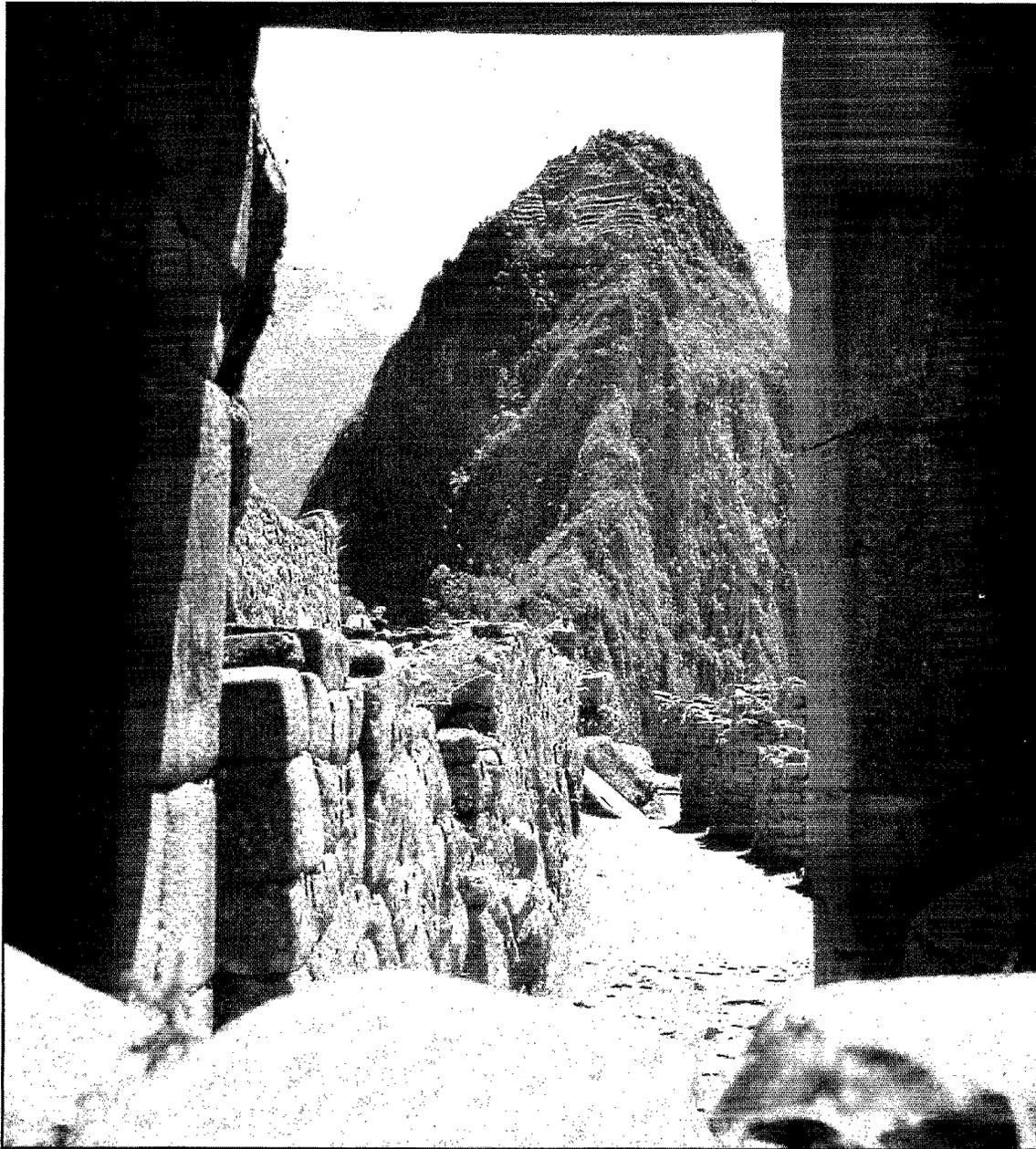
Un concept nouveau s'est introduit dans l'activité muséale : celui d'ethnographie expérimentale, qui postule la fonction de questionnement ou d'apprentissage par le visiteur de sa propre culture, comparée à celle des autres. (Cette conception nouvelle de la position du visiteur est intéressante, dans la mesure où elle traduit un changement d'attitude par rapport à l'évolution culturelle unilinéaire du musée du XIX<sup>e</sup> siècle : c'est désormais la culture du visiteur qui doit être mesurée, appréciée, jugée, évaluée, et non plus celle qui lui est présentée.)

En résumé, aussi bien la finalité traditionnelle du musée, communicateur de messages, que les approches nouvelles suggèrent la même conclusion, à savoir que l'objet réel, avec tout ce dont il est porteur, favorise l'accomplissement par le musée d'une double mission : faire comprendre la culture universelle par les exemples ponctuels qui sont présentés et, sur cette base, reconstituer la culture personnelle du visiteur.

Je suis profondément convaincue que les musées sont des instruments idéaux d'étude et de communication qui assimi-

lent les connaissances relatives au patrimoine culturel et naturel, qui les interprètent et les diffusent, par le truchement de leurs expositions, auprès d'un public local ou étranger. Les muséologues doivent innover sans dénaturer leur activité ni la couper de ses objectifs traditionnels, afin de répondre aux besoins de nos contemporains, d'assurer la sauvegarde du patrimoine et — ce qui nous intéresse ici — de satisfaire aux demandes suscitées par le tourisme. Dans cette optique, il convient de rappeler les tâches qui incombent aux musées : a) interpréter les cultures étrangères au profit de la communauté locale et les lui transmettre en planifiant et en mettant en œuvre des stratégies pour les expositions ; b) amener la communauté locale à une compréhension socialement saine des cultures étrangères ; c) interpréter la culture locale, ancienne et actuelle, à l'intention des touristes et la leur transmettre de manière à la leur rendre compréhensible ; d) faire fonction de centre éducatif pour la communauté locale en ce qui concerne les cultures présentées ; e) dans les petites localités, faire fonction de centre de formation au tourisme ; f) devenir un centre d'étude de l'artisanat et des autres savoir-faire locaux. « La banalisation du musée, l'appauvrissement de son contenu culturel [en feront-ils] un lieu vaguement "ludique", tourné vers le loisir de masse et destiné à satisfaire l'appétit de la machine touristique ou à répondre à un enjeu économique ? » (*Le Monde*, 9 janvier 1992.)

Si le musée est tenu pour une institution tributaire des transformations de la société dont elle fait partie intégrante, il est beaucoup plus facile de comprendre son évolution au regard de la politique et de l'économie, des domaines traditionnellement considérés comme étrangers à son univers. Ainsi, les fluctuations de la politique économique au niveau interna-



© UNESCO/B. Mourou

*« Des sites archéologiques célèbres comme le Machupicchu [...] sont soigneusement surveillés, et nul ne peut y pénétrer sans passer par le guichet d'entrée. »  
Machupicchu, Pérou.*

tional déterminent, pour une large part, le comportement des musées du monde entier. Les politiques culturelles changent, la décentralisation est encouragée, la situation économique oblige les États à accorder une plus grande liberté (et moins de moyens financiers) aux entités culturelles. En Grande-Bretagne, par exemple, le financement des musées nationaux a suscité un vaste débat dont se fait l'écho un récent article (« Museums. An economic perspective »). Dans ce

pays, le manque de crédits est tel qu'il a eu des conséquences néfastes pour tous les musées nationaux, et des postes sont restés vacants. Les résultats de cette crise sont malheureusement visibles : fermeture, moindre sécurité, horaires de visite réduits, etc. La situation est bien pire dans les pays en développement où, en règle générale, les musées dépendent entièrement de l'État.

La situation sociale et économique actuelle exige donc que les musées soient

plus actifs. Deux conceptions s'opposent nettement : celle, traditionnelle, du musée étranger et « imperméable » aux vicissitudes du « monde extérieur » et celle, plus moderne, du musée indissociable des tendances qui prévalent dans le monde. Autrement dit, pour paraphraser Bayart et Benghozi, le couple musée et commerce pose problème<sup>2</sup>.

Nul, en revanche, ne conteste au musée la fonction de centre culturel dont il s'acquitte volontiers et avec aisance

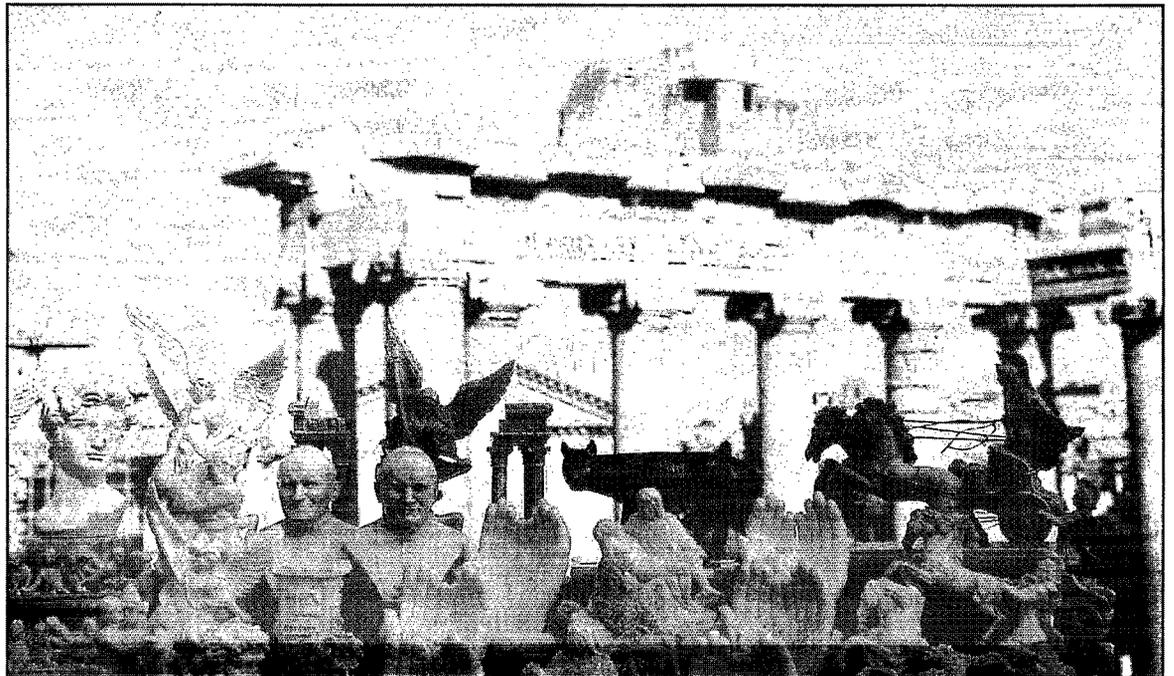
puisque, ce faisant, il conjugue ses objectifs traditionnels et intangibles — activités d'institution sociale, sauvegarde du patrimoine, recherche et éducation — avec une série d'initiatives susceptibles d'assurer sa promotion, et dont il a été démontré qu'elles pouvaient avoir un effet non seulement sur ses propres finances, mais aussi sur la vie économique de la communauté.

Certains pays, surtout les plus avancés, ont estimé que la culture et, par conséquent, les musées pouvaient constituer des pôles de développement, essentiellement par le biais du tourisme. En France, par exemple, « au cours des dix dernières années, les investissements ont atteint un niveau sans précédent : plusieurs centaines de millions de francs ont été consacrés, en province comme à Paris, aux quelque deux mille musées relevant du Ministère de la culture<sup>3</sup> ». Cette « muséomanie » est due aussi à des facteurs

politiques comme la décentralisation : chaque commune veut avoir son musée. A cela s'ajoute l'essor considérable du macroprojet économique-culturel concernant Paris, dont le réseau de musées est un élément majeur.

Le mouvement a été particulièrement manifeste aux États-Unis d'Amérique, où le musée s'est mué en une entreprise férocement concurrentielle axée sur la sphère marchande, son principal argument étant qu'il accroît les revenus et le prestige de la ville qui l'abrite. A Washington, les musées sont au nombre des lieux de culte civique avec la Maison-Blanche, le Capitole et les monuments à la gloire de Lincoln ou de Jefferson. Dans le nord du Mexique, Monterrey, ville industrielle et deuxième centre économique du pays, a mis en œuvre un programme dynamique de création de musées qui, actuellement, concurrencent ceux de la capitale.

© LeVinthal



*« Les musées et les sites patrimoniaux constituent un élément essentiel de l'offre en matière de tourisme culturel. »  
Rome, le Colisée.*



Ainsi naissent des pratiques qui visent à promouvoir l'image du musée « entreprise culturelle » et, partant, des programmes de « commercialisation ». De tels programmes, mis en œuvre depuis une dizaine d'années dans le cadre d'une stratégie d'autofinancement des musées, sont aujourd'hui monnaie courante. Malheureusement, il arrive que le moyen devienne une fin, ce qui est apparu clairement en de multiples occasions.

En dépit de l'importance de ce phénomène et des problèmes qui risquent de se poser très prochainement, rares sont les projets interdisciplinaires d'étude ou de planification concernant les musées, le tourisme, le développement durable et la conservation. Nous l'avons déjà dit, le musée devra s'insérer dans un monde en mutation, adopter des méthodes de travail et une optique plus modernes qui lui permettront de trouver des formules inédites, plus proches, peut-être, d'une stratégie de développement durable que celles qu'il a mises en œuvre jusqu'à ce jour. Il sera ainsi assuré de se procurer les

ressources nécessaires à la poursuite de sa tâche, à la réalisation de ses objectifs et à la sauvegarde de ses collections.

#### **La conservation : un débat toujours renouvelé**

« Comment concilier tourisme culturel et impératifs de conservation et de sécurité des collections dans un musée visité par quelque 2,5 millions de touristes par an ? » (*Nouvelles de l'ICOM*, Mohamed Saleh, directeur du Musée égyptien, Le Caire, Égypte.) Incontestablement, l'un des principaux problèmes posés par le tourisme, surtout par le tourisme de masse d'aujourd'hui, est celui de la conservation — aussi bien la conservation de l'intégrité physique que celle, intangible, d'un espace, d'un environnement ou d'un lieu. Dans les deux cas, seule une planification appropriée, débouchant sur des programmes structurés, pourra assurer l'équilibre entre les exigences du tourisme et la préservation des sites et des objets patrimoniaux.

*« Les lieux de culte finissent aussi par se muer en sites touristiques. » Les cathédrales orthodoxes russes du Kremlin, à Moscou, sont redevenues des lieux de culte.*

En ce qui concerne la conservation physique des objets et des sites, la science et les techniques ont énormément progressé depuis quelques années. L'apparition, en 1991, de programmes de prévention comme le plan Delta, lancé par le Gouvernement néerlandais, représente un effort appréciable de plus grande participation sociale. C. Périer-D'Ieteren, professeur à l'Université libre de Bruxelles et ancienne présidente du Comité pour la conservation de l'ICOM, considère la conservation comme un problème culturel qui doit être abordé de front, à la fois par les agences de tourisme, le public, les spécialistes de la conservation et les musées : « En règle générale, pour faire respecter l'œuvre d'art, il faut apprendre au public à la connaître<sup>4</sup>. » De même, il importe de sensibiliser fortement les exploitants des agences de tourisme, souvent moins soucieux du respect du patrimoine que des gains qu'il est censé générer.

Il est de même indispensable d'inciter les planificateurs à concevoir des programmes touristiques qui contribuent à préserver l'intégrité physique des monuments et des collections. Depuis un certain temps, des dispositions ont ainsi été prises en vue de limiter le nombre de visiteurs et de ralentir certaines activités, comme les concerts et les spectacles « son et lumière ». D'autres mesures ont aussi été expérimentées, par exemple à Cuzco, au Pérou. Des sites archéologiques célèbres comme le Machupicchu et les églises sont soigneusement surveillés, et nul ne peut y pénétrer sans passer par le guichet d'entrée.

Néanmoins, au fur et à mesure que le tourisme se développe, les musées sont de plus en plus touchés. Il suffit de mentionner le Louvre, le Musée national d'anthropologie de Mexico, le Musée égyptien du Caire, le Musée de l'Ermitage de Saint-Petersbourg ou le Musée de l'air et

de l'espace de Washington — et tous ceux, grands et petits, dont les collections subissent l'assaut d'une multitude de touristes. Une vraie solution reste à trouver, et c'est aux spécialistes de la conservation, de la muséologie, de la planification et du tourisme que la tâche incombe.

Tout aussi importante est la conservation du caractère du site, du musée et/ou des collections. Le tourisme s'est ramifié et spécialisé, et rien n'échappe à son expansion tentaculaire. Dans ce domaine, on constate l'apparition d'un tourisme fondé sur la visite d'un palais ou d'une maison de campagne pour illustrer, par exemple, le mode de vie de l'aristocratie. Les lieux de culte finissent aussi par se muer en sites touristiques, au mépris du respect qui leur est dû et au prix d'une modification des modèles sociaux — en vertu de la rentabilité économique. Je l'ai dit et je le répète : le musée peut et doit jouer un rôle déterminant dans la recherche sur le tourisme culturel. Les résultats ainsi obtenus permettront d'élaborer des programmes d'utilisation optimale d'une institution sociale qui non seulement conserve et protège le patrimoine mondial, mais également le fait connaître aux populations pour leur intérêt et leur plaisir. Il appartient aux muséologues de faire preuve de souplesse et d'esprit d'entreprise, de mettre sur pied des services nouveaux, en accord avec l'évolution des besoins des musées et de leurs usagers. ■

1. Donald Horne, *The great museum. The representation of history*, Pluto Press, 1984.
2. Denis Bayart et Jean-Pierre Benghozi, « Le tournant commercial des musées en France », *Culture francophone*, La Documentation française, Paris, 1992.
3. *Ibid.*
4. C. Périer-D'Ieteren, « Le tourisme culturel. Comment concilier l'accès au patrimoine et sa sauvegarde », Colloque : « Tourisme culturel », 1995.

# Une quête d'identité

Nelson Graburn

*Devant l'augmentation du nombre et de la diversité des visiteurs, les demandes auxquelles les musées ont à répondre sont appelées à se multiplier. Alors même qu'ils se trouvent plus que jamais en concurrence avec une multitude de centres d'intérêt nouveaux, les musées se voient aux prises avec les innombrables exigences d'un public toujours plus avide de stimulation, de distractions et d'inédit. Professeur d'anthropologie à l'Université de Californie, à Berkeley, depuis 1964 et, depuis 1972, conservateur du Département d'ethnologie nord-américaine au Hearst (anciennement Lowie) Museum, dans cette même ville, Nelson Graburn décrit les conséquences de cette transformation du public des musées. Parmi ses livres, mentionnons *Ethnic and tourists arts* (1976) et *le Catalogue raisonné of the Alaska commercial company collection* (1996), tous deux publiés par l'University of California Press.*

Les musées et le tourisme comptent parmi les activités qui connaissent le développement le plus rapide dans le monde moderne : de 1960 à 1995, le nombre de touristes est passé de 70 à plus de 500 millions par an. C'est ainsi que, de 6,9 milliards de dollars des États-Unis, leurs dépenses ont atteint 334 milliards de dollars (valeur de 1992). L'Organisation mondiale du tourisme prévoit que, en l'an 2000, 750 millions de personnes dépenseront 720 milliards de dollars lors de voyages internationaux et que, en 2010, elles seront 1 milliard.

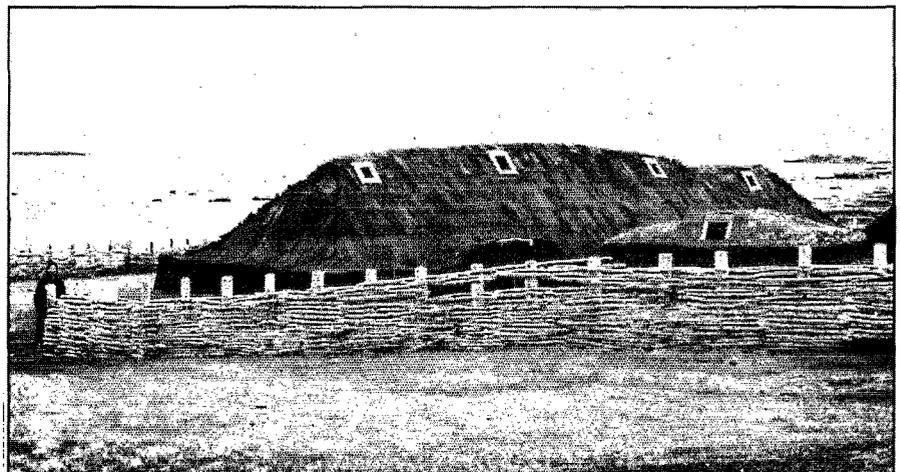
Il y a vingt ans, le futurologue américain Herman Kahn avançait qu'à la fin de ce siècle le tourisme serait l'un des secteurs d'activité les plus importants à l'échelle de la planète. Si l'on ajoute à celles du tourisme international les dépenses effectuées dans le secteur du tourisme intérieur de par le monde, on parvient déjà à un montant de plus de 2 000 milliards de dollars par an. Le tourisme culturel lié au patrimoine compte parmi les branches de ce secteur qui se développent le plus rapidement<sup>1</sup>, et il est prévu que la fréquentation des musées continuera d'augmenter très notablement au cours du prochain siècle.

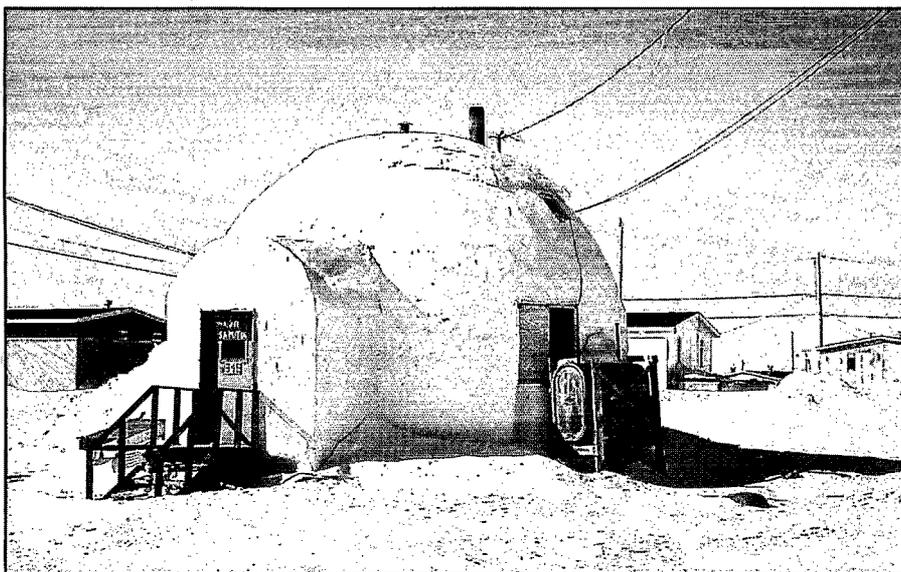
Les États-Unis d'Amérique comptent actuellement quinze fois plus de musées que dans les années 60, et il en va probablement de même pour le Japon et les autres pays industrialisés. C'est au point que, dans ce pays, plus de personnes se pressent chaque semaine dans les musées que dans les stades, qu'autour des terrains de football ou de base-ball. L'Europe aussi a connu une frénésie non seulement de construction, mais également de modernisation et de rénovation des musées : citons, pour exemple, des villes comme Groningen aux Pays-Bas, Francfort, Aix-la-Chapelle et Brême en Allemagne, Dresde dans l'ex-Allemagne de l'Est, ou encore Barcelone et Séville en Espagne. Peut-être la France et l'Italie, plus richement pourvues, ont-elles vu s'ouvrir proportionnellement moins d'établissements véritablement nouveaux. Dans le Tiers Monde, les musées se sont multipliés à un rythme plus rapide encore, afin de répondre aux sollicitations des organismes de tourisme, mais aussi pour permettre l'expression des identités locales et nationales<sup>2</sup>.

D'une façon générale, tant les musées que le tourisme — excepté sous ses formes les plus hédonistes — attirent les

*Reconstitution d'une maison commune viking au Musée national des parcs du Canada, à l'Anse aux Meadows, Terre-Neuve.*

© Nelson Graburn





*Le Musée inuit, connu sous le nom de « Saputik » (le Barrage), à Puvirnituq, Québec, Canada. Son fondateur, Tamusi Qumak, imaginait le temps comme un fleuve qui emporte les objets culturels anciens à la mer, où ils se perdent à jamais. Il construisit ainsi ce « barrage » pour les retenir.*

classes moyennes du monde entier. Certes, il est difficile de donner de ces dernières une définition valable pour tous les pays, mais l'éventail des valeurs communes au tourisme et à ces classes sociales est caractéristique de la modernité même. Ce sont :

- l'éducation laïque, pour promouvoir la connaissance des diversités du monde — culturelles, ethniques, historiques, naturelles et morales ;
- la préservation du passé en tant que tel, mais aussi celle d'une continuité entre le passé et le présent, souvent liée à la nostalgie qu'engendrent les sentiments d'aliénation ;
- le prestige social, aussi bien pour les touristes par rapport à leur milieu d'origine que pour les professionnels des musées, qui voient dans ce type d'établissement un indicateur de statut social, de goût et de culture, tant localement que dans un contexte plus large ;
- l'appréciation esthétique des grandes œuvres, c'est-à-dire le sens de l'émerveillement et de la découverte, orienté en particulier vers les lieux d'importance historique et nationale ;
- enfin, la distraction et une ambiance détendue, le musée étant un lieu où les touristes peuvent passer un moment agréable, en compagnie souvent de leur famille et de leurs amis.

Loin d'être l'apanage de ces deux aspects inséparables de la modernité que sont les

musées et le tourisme, les deux ou peut-être trois dernières valeurs pourraient aussi bien intéresser les lieux traditionnels de culte et de pèlerinage. Les liens entre les institutions religieuses, les musées et les attractions touristiques, mais aussi entre l'organisation sociale du tourisme et celle des pèlerinages, sont toujours très étroits, en particulier au Japon, en Inde, au Moyen-Orient et dans certaines régions d'Europe. Mais pèlerinage et tourisme ont aussi en commun certains problèmes contemporains — affluence excessive, dégradations matérielles, démarcation entre le sérieux et le superficiel.

De nos jours, les visiteurs des classes moyennes soumettent les planificateurs et les conservateurs des musées à un assaut de demandes diverses, souvent simultanées. Au niveau le plus général, un musée doit être, au sens où l'entend Claude Lévi-Strauss<sup>3</sup>, une œuvre d'art. Il lui faut éviter à la fois deux écueils : être trop strictement « scientifique ou paradigmatique », en se limitant à illustrer des principes fondamentaux et à présenter des faits que les visiteurs risquent de trouver froids ou ennuyeux ; être trop anecdotique et se contenter de susciter de passagères associations d'idées qui font superficiellement appel aux connaissances du public sans lui apporter quoi que ce soit de durable.

Les musées constituent en eux-mêmes des symboles très importants en même temps que des attractions touristiques. Souvent, ils sont pour beaucoup dans les raisons qui nous incitent à visiter une ville : c'est le cas, par exemple, du Louvre et de Beaubourg (le Centre national d'art et de culture Georges-Pompidou) pour Paris, du Musée national d'anthropologie pour Mexico et du Musée de l'Ermitage pour Saint-Pétersbourg. Greg Richards attribue ce rôle crucial des musées, comme symboles et comme attractions dans



les circuits touristiques, au développement fulgurant du tourisme culturel en Europe<sup>4</sup>.

Outre leur fonction d'attractions touristiques, les musées peuvent être de précieux guides de l'histoire et de la géographie des villes ou des pays qu'ils représentent. Cela est vrai, en particulier, pour de nombreux petits musées d'histoire actifs partout dans le monde et qui, tels des guides, présentent ou résument la géographie ou l'histoire d'une région ou d'une époque : ainsi, entre autres, le Heritage Museum de Santa Monica, à Los Angeles, l'Unikkaarvik Interpretive Centre (centre d'information) d'Iqaluit, sur la terre de Baffin, ou le Castle Museum de Guilford, en Grande-Bretagne. Les musées de ce type offrent au touriste nouvellement arrivé dans une agglomération le moyen de se rendre compte rapidement de ce qui, aux yeux des autorités locales, présente un intérêt historique, de ce qui vaut la peine d'être connu et visité, et c'est une introduction de caractère éducatif pour les enfants. L'affichage de

pages du guide *Malaysia. Land of eternal summer* sur le mur adjacent à l'exposition centrale d'art islamique du Muzium Negara à Kuala Lumpur<sup>5</sup>, en Malaisie, est un bon exemple de cette relation étroite entre musée et information touristique.

#### Musées et patrimoine personnel, collectif et mondial

Les musées sont souvent tenus pour les grands symboles de la civilisation, les réceptacles du patrimoine de l'humanité. Les grandes villes mesurent l'importance de leur « capital symbolique » à l'éminence de leurs musées et à la collection d'échantillons du patrimoine mondial que ceux-ci ont amassée. Mais, entre patrimoine personnel d'origine familiale et patrimoine mondial, on observe toute une série d'identités et de patrimoines — qui diffèrent et parfois se contredisent, compliquant par là le travail des planificateurs et des conservateurs des musées.

En Occident, l'idée de patrimoine est liée à la notion d'héritage personnel, qui

*Le Saihoji (Kokedera), jardin de Kyoto (Japon) connu aussi sous le nom de Temple des mousses, fut aménagé, tel que nous le voyons aujourd'hui, en 1339. Les visiteurs n'y sont admis qu'en nombre limité et moyennant un prix élevé.*

compte les biens matériels, mais aussi les droits et obligations qu'en tant que membres d'une lignée nous sommes censés recevoir de nos ancêtres. Dans les familles, les biens matériels sont habituellement transmis à la mort d'un individu ou par testament, mais tout un patrimoine immatériel, fait de connaissances, d'anecdotes, de symboles de notre état, ainsi que de noms, de liens de parenté et de relations, se transmet aussi en permanence. Il est des éléments de notre héritage dont nous sommes fiers et que nous transmettons volontiers, il en est d'autres que nous préférons dissimuler.

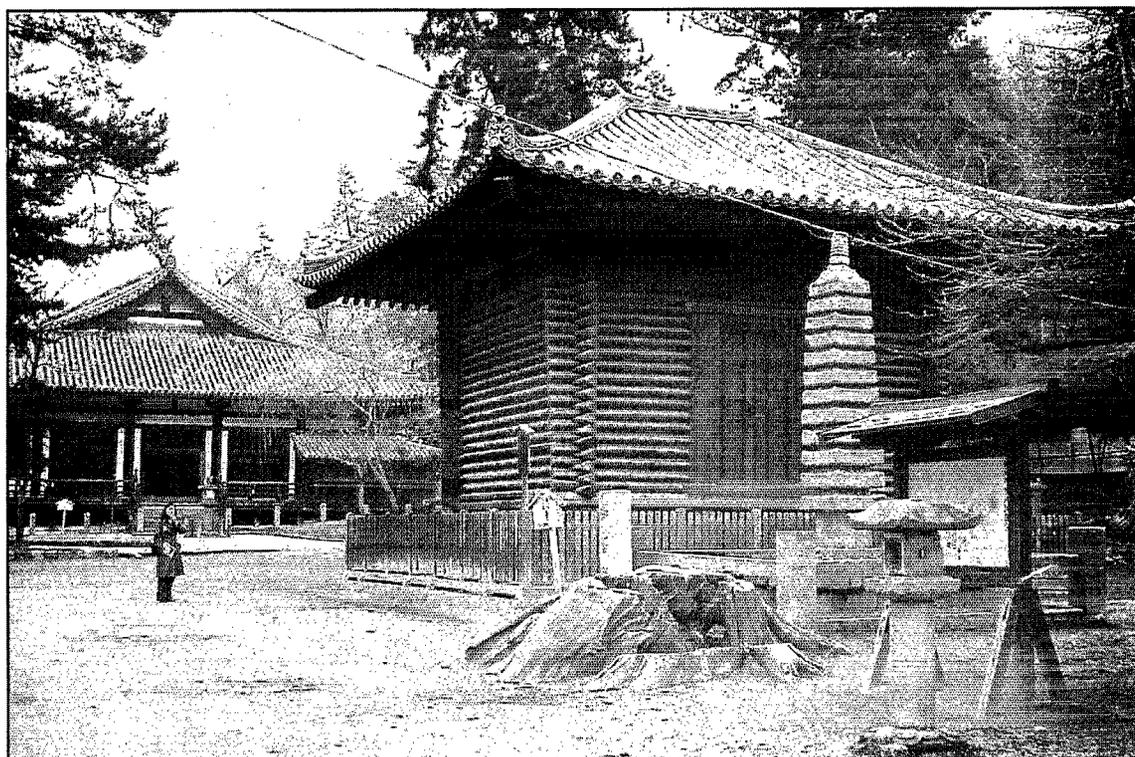
Nous appartenons tous par ailleurs à des groupes sociaux plus larges — groupes ethniques ou classes sociales, villes ou nations —, lesquels transmettent à chaque génération des symboles, des histoires, des biens, des savoir-faire et même des dialectes, une langue et des coutumes. Aussi chaque groupe social possède-t-il un patrimoine commun. Si une grande partie du patrimoine culturel et spirituel est transmise d'individu à individu, par la parole ou par l'exemple, les aspects matériels du patrimoine peuvent revêtir la forme d'objets emblématiques, de trésors, d'édifices ou de terres.

Les musées s'occupent, entre autres grandes fonctions, de préserver et d'exposer le patrimoine de certains groupes sociaux qui constituent leur public attiré. Je rappelle souvent à mes étudiants que le plus vieux musée du monde est le Shosoin de Nara, au Japon, qui renferme des objets ayant appartenu à l'empereur Shomu, ainsi que des archives concernant sa mort, survenue en 746 de l'ère chrétienne. Ces souvenirs, conservés pour la famille royale japonaise, pour l'ancienne capitale impériale de Nara et pour la nation tout entière, sont accessibles au public quelques semaines par an. Mais, si l'on s'en tient à une telle

conception, il faudrait aussi considérer comme musées tous les lieux qui abritent le patrimoine d'une société, y compris les pyramides d'Égypte, les tombes royales d'Osaka, de Nara et la préfecture de Miyazaki, au Japon, ainsi que bon nombre des édifices grecs et romains de l'Antiquité classique.

Le concept de patrimoine est une production culturelle liée à l'histoire. Aujourd'hui, nous sommes conscients de l'existence de notre propre patrimoine — local, ethnique, de classe, national —, mais aussi de celui d'autres peuples, d'autres nations, en particulier du patrimoine à forte valeur symbolique des grandes civilisations d'Orient et d'Occident. L'accumulation d'objets provenant de toutes les grandes civilisations du monde, dans nombre de musées de classe mondiale, est le fruit de la frénésie de collection déployée par les puissances occidentales, lors de l'expansion politique et commerciale qu'elles ont connue au XIX<sup>e</sup> siècle. La connaissance de ces phénomènes culturels, qui est la nôtre aujourd'hui, nous a conduits à nous les « approprier » en quelque sorte, si bien que tous autant que nous sommes — Asiatiques, Africains et Occidentaux — nous avons volontiers le sentiment que les grands monuments de Chine, d'Égypte, de France ou d'Italie, par exemple, font partie de notre patrimoine.

A la suite de la seconde guerre mondiale, l'UNESCO a institutionnalisé ce type de propriété, au sens large, en constituant une longue liste de sites du patrimoine mondial, que nous estimons maintenant appartenir à l'humanité tout entière. Certains de ces sites sont des musées, et bien des musées exposent des objets qui pourraient être inclus dans le patrimoine mondial. Le sort de ces trésors culturels et naturels étant contrôlé par des institutions internationales, leurs pro-



© Nelson Graburn

priétaires locaux en sont pour ainsi dire dépossédés. En fait, Michael M. Ames nous met en garde contre le risque de voir ces musées devenir le champ d'application de visions du monde hégémoniques, inspirées par un esprit de classe<sup>6</sup>.

### Problèmes et contraintes

L'intensification du tourisme et de la fréquentation des musées, que nous nous attendons à voir se poursuivre pendant une bonne partie du siècle prochain, va poser de graves problèmes. Le nombre des touristes est appelé à augmenter, au rythme de l'élévation du niveau de vie dans de nouvelles régions du monde et en raison de la baisse relative du coût des transports. Les sites les plus célèbres du patrimoine naturel et culturel, parmi lesquels des musées, devront faire face à une affluence de plus en plus grande. Il y a donc lieu de s'attendre que, passé un certain seuil, les grandes institutions soient amenées à restreindre l'accès de leurs salles aux visiteurs.

Deux types de limitation sont possibles : l'un consiste à freiner le nombre des visiteurs selon le principe « premier arrivé/premier servi », lorsqu'ils se présentent à l'entrée ou lors de la réservation,

comme cela se pratique au Goshō de Kyoto, le Palais impérial, maintenant transformé en musée. Certains établissements recourent à ce type de mesure, en particulier lors du passage d'expositions itinérantes à grand succès. Lorsque leur capacité maximale d'accueil est atteinte et qu'ils sont dans l'impossibilité de s'agrandir, ils peuvent être amenés à pratiquer plus souvent ce type de limitation : cela s'est déjà produit dans de nombreux lieux de conservation du patrimoine de l'humanité. Le second moyen de limiter l'accès des visiteurs consiste à agir sur les tarifs. Là encore, il est possible d'établir un parallèle entre certaines expositions si populaires qu'elles permettent aux musées d'augmenter leurs prix et d'autres lieux recherchés par les touristes, dont l'entrée est maintenant assez chère pour réduire le nombre des visiteurs. A Kyoto, par exemple, qui attire chaque année près de 50 millions de touristes, le Saihoji (ou Kokedera, le célèbre et fragile Temple des mousses) exige un droit d'entrée (ou un don) très élevé par rapport à d'autres temples, d'autres lieux saints ou musées, dont l'accès est beaucoup moins coûteux, voire gratuit.

Des discussions sont à prévoir entre ceux qui pensent que la régulation devrait

*Le Shosoin, édifice en azekura (gros poutres) du VII<sup>e</sup> siècle, où sont conservés des souvenirs du règne de l'empereur Shomu, à Nara, Japon.*

passer uniquement par les prix et ceux pour qui tout le monde a, au même titre, le droit de visiter, de regarder des éléments du patrimoine culturel mondial. Désormais, les musées du monde accueillent non seulement un plus grand nombre de touristes, mais aussi une plus grande diversité de visiteurs, dont certains appartiennent souvent à des classes, à des groupes ethniques, à des régions ou à des nations où bien peu de personnes avaient l'habitude d'aller au musée. Nous l'avons déjà dit, un peuple veut voir son patrimoine présenté de façon positive, non seulement dans des musées spécialisés, tels que le Judah L. Magnes Museum of Jewish History and Culture, à Berkeley, en Californie, et le La Raza Museum of Hispanic American Culture, à San Francisco, mais aussi dans des musées non spécialisés et dans des musées nationaux. Ainsi, de plus en plus, les musées deviennent des lieux où s'expriment des visions divergentes de la « vérité » sur l'histoire et le patrimoine, où le local s'oppose au central, une classe à une autre, où s'affrontent différentes conceptions ethniques et nationales. En Israël, par exemple, des recherches récentes ont montré que tel ou tel groupe — « colons » juifs, habitants des villes, Palestiniens — sera intégré ou bien tenu pour un objet d'exclusion selon la personne chargée de la présentation des faits dans le musée considéré.

Face au désir de voyage d'une proportion croissante de la population mondiale — elle-même en augmentation —, il devient nécessaire de réglementer différemment les visites dans les musées, et aussi de trouver ou d'inventer sans cesse de nouvelles attractions. En tant qu'attractions touristiques, les musées empiètent sur les domaines d'activité des centres d'information sur la nature, des centres d'information culturelle ou eth-

nique et des écomusées, des jardins zoologiques et botaniques, des sites protégés tels que sites archéologiques, monuments, réserves et parcs naturels, et des lieux de distraction comme les musées de figures de cire, Disneyland ou les Studios Universal, auxquels ils font concurrence. D'ailleurs, il devient de plus en plus difficile de dire à quelle catégorie appartient tel ou tel établissement ; citons, par exemple, le magnifique Aquarium (*kaiyukan*) consacré à la Ceinture de feu, récemment ouvert dans le port d'Osaka.

Outre les musées et les centres culturels, les attractions touristiques les plus nombreuses et les plus rentables sont les parcs à thèmes et autres distractions « artificielles ». Des parcs comme Disney World présentent des reconstitutions de lieux passionnants et célèbres du monde entier, qui pourraient aussi bien figurer dans des musées. De même que les grandes foires internationales du XIX<sup>e</sup> siècle comportaient toujours à la fois des expositions « sérieuses » et des parcs d'attractions avec des manèges et des exhibitions de monstres, les musées modernes cherchent à se rendre plus divertissants et attrayants. Les grands musées de création récente, comme le Musée canadien des civilisations d'Ottawa, n'étant plus tout à fait sûrs d'être financés à cent pour cent par l'État, se voient amenés à faire appel aux recettes du tourisme pour couvrir leurs frais.

En concurrence avec les attractions à caractère commercial, les musées uniques en leur genre peuvent attirer des visiteurs soit en multipliant les attractions dans les domaines très « fréquentés », soit en proposant des thèmes situés un peu à l'écart des sentiers battus. Le Cartoon Art Museum (Musée de la bande dessinée et du dessin animé) et le Craft and Folk Art Museum (Musée de l'artisanat et des arts populaires), tous deux à San Francisco,

sont des exemples du premier type, et le Musée d'entomologie de Minoo, près d'Osaka, le Musée d'histoire de l'éclairage japonais à Omachi, près de Nagano, ou le Musée national de l'automobile de Mulhouse, près de Strasbourg, des exemples du second.

Dean McCannell affirme que l'humanité moderne vit sa vie en touriste<sup>7</sup>. De plus en plus tributaires de représentations de la réalité, nous nous tournons vers des institutions comme les musées pour y chercher des vérités authentiques, non seulement sur les mondes du passé et sur les autres, mais aussi pour comprendre notre propre situation. Ainsi, même les visites des musées locaux peuvent présenter un intérêt aux yeux des touristes particulièrement avides de comprendre l'univers qui les entoure. ■

1. Greg Richards (dir. publ.), *Cultural tourism in Europe*, Wallingford, Oxon, CAB International, 1996.
2. Flora Kaplan (dir. publ.), *Museums and the making of « ourselves »*. *The roles of objects in national identity*, Londres et New York, Leicester University Press, 1994.
3. Claude Lévi-Strauss, *La pensée sauvage*, Paris, Plon, 1962.
4. Richards, *op. cit.*
5. Laurie B. Kalb, « Nation building and culture display in Malaysian museums », *Museum Anthropology*, vol. 21, n° 1, 1997, p. 69-81.
6. Michael M. Ames, *Cannibal tours and glass boxes. The anthropology of museums*, Vancouver, University of British Columbia Press, 1992.
7. Dean McCannell, *The tourist. A new theory of the leisure class*, New York, Schocken Books, 2<sup>e</sup> édition, 1989.

# Reculer les frontières de l'interprétation : espaces traditionnels et visions nouvelles

Patricia Sterry

*D'avantage articulés en fonction d'un thème qu'autour de collections, les centres du patrimoine exposent le passé d'une manière nouvelle, différente, qui consiste, selon Patricia Sterry, à « le mettre en scène, sans pour autant qu'il soit hors d'atteinte ». Ni tout à fait musées ni tout à fait parcs à thèmes, ces centres bousculent un certain nombre d'idées reçues attachées au terme même de « patrimoine ».*

*L'auteur, qui enseigne l'histoire de l'esthétique industrielle à l'Université de Salford (Royaume-Uni), anime également des séminaires de troisième cycle sur le thème « Études du patrimoine : interprétation, présentation et conception ».*

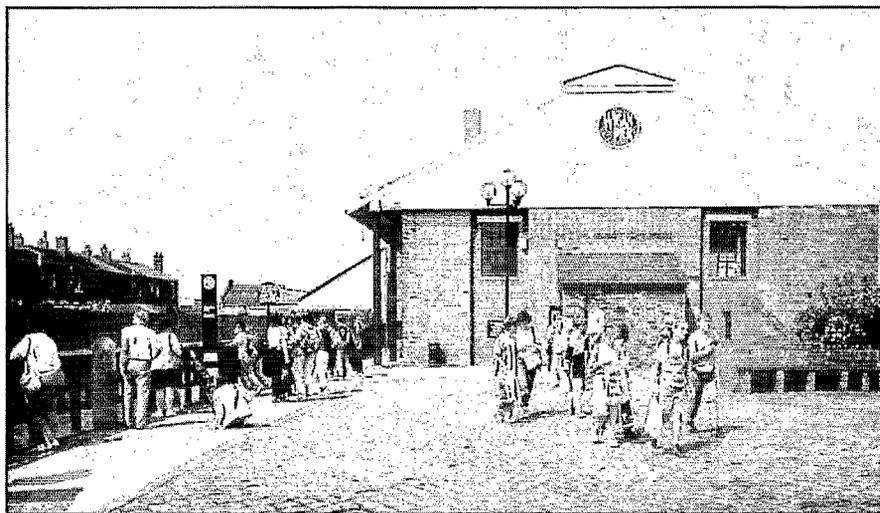
C'est, traditionnellement, à la façon des musées, et suivant les précédents qu'ils ont établis, que le passé est présenté, qu'il est interprété. Mais l'explosion spectaculaire du tourisme culturel, depuis quelques années, a suscité une telle demande de création de nouveaux sites qu'aujourd'hui les musées ne représentent plus que la pointe de l'iceberg en matière de reconstitution historique. S'il souhaite élargir encore son audience, il est évident que le marché du tourisme culturel va devoir offrir de nouveaux espaces d'un très haut niveau de qualité.

Les centres du patrimoine sont l'un des nouveaux concepts qui tendent à faire reculer les frontières en matière d'interprétation du passé. Conçus à l'origine en tant que contribution spécifique du Royaume-Uni à l'Année du patrimoine architectural européen en 1975, ils devaient initialement s'appeler centres d'interprétation de l'architecture : ils étaient destinés à satisfaire l'intérêt du public pour la conservation et la protection des bâtiments et de l'environnement. En définitive, l'appellation « centre du patrimoine » a été jugée plus propre à frapper l'imagination du public.

Le premier centre a été implanté dans une église désaffectée de Chester, ville historique du nord-ouest de l'Angleterre. Sa fonction était clairement définie : fournir aux visiteurs des informations sur tous les éléments de l'histoire et de l'architecture locales, sur tous les aspects de l'environnement urbain. Le succès a été immédiat, et les centres du patrimoine se sont multipliés, la formule se modifiant et évoluant en fonction des désirs des concepteurs.

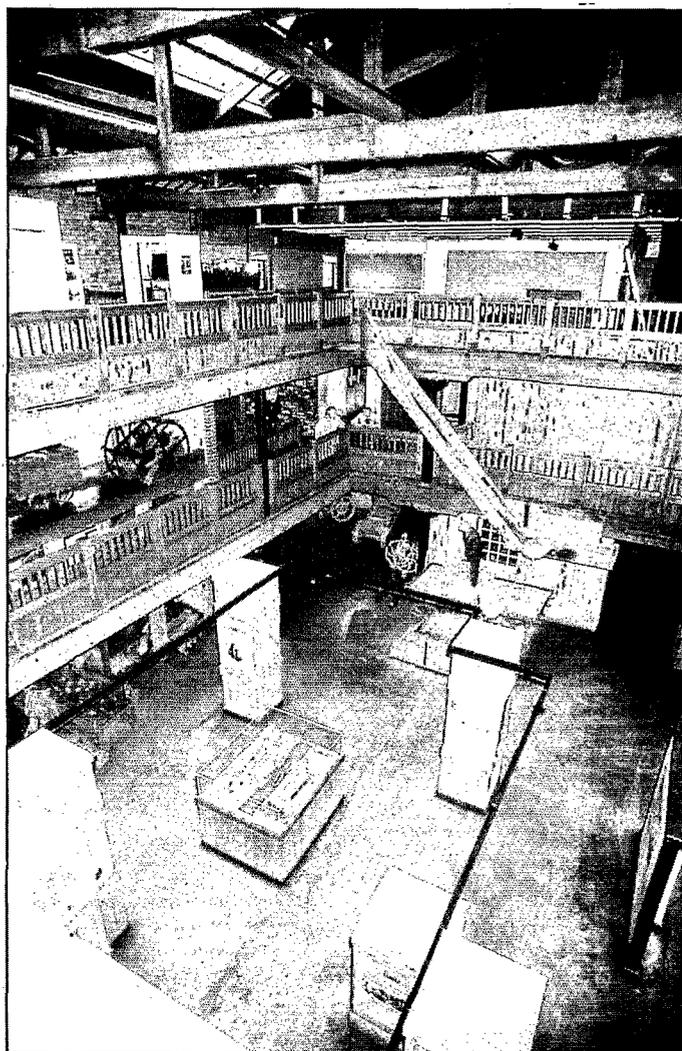
Dix ans plus tard, les centres du patrimoine étaient déjà perçus comme un plus pour l'industrie touristique. A Wigan, par exemple, petite ville sans grand charme du nord de l'Angleterre, plusieurs entrepôts victoriens à l'abandon, le long d'un canal pollué, se sont révélés être l'emplacement idéal pour ce qui est devenu une attraction touristique majeure. Ce fut un projet de restauration et de réhabilitation de plusieurs millions de livres sterling, qui comportait notamment la création d'un centre du patrimoine consacré à la culture locale et au passé industriel de la ville. L'équipe en charge du projet (un architecte, un agent commercial, un planificateur et un conservateur) retint l'année 1900 comme point de re-

Avec l'aimable autorisation de l'auteur



*Le Centre du patrimoine de Wigan, logé dans des entrepôts victoriens sur la berge d'un canal, est devenu un important pôle d'attraction touristique.*

Avec l'aimable autorisation de l'auteur



*L'atrium, avec ses passerelles intérieures, a été aménagé pour la mise en valeur et l'exploitation optimales de l'espace.*

père pour élaborer un thème d'animation susceptible de susciter l'intérêt des visiteurs tout en donnant une image positive de la ville. Le thème choisi est affiché en gros caractères sur le mur de l'entrepôt réhabilité, qui abrite aujourd'hui le Centre du patrimoine de Wigan : « The way we were » (C'était hier).

Les visiteurs du Centre du patrimoine de Wigan vont de découverte en découverte, passant ainsi de l'obscurité d'un ancien puits de mine reconstitué à une salle de classe de l'époque victorienne, où ils peuvent suivre les cours d'une « authentique » institutrice. Les organisateurs ont su utiliser très efficacement les services d'une troupe d'acteurs dirigés par un metteur en scène pour créer des tableaux vivants reconstituant le passé. Le centre

abrite une vaste boutique, un pub, un restaurant, des cafés et diverses attractions très prisées des touristes, comme une magnifique locomotive à vapeur et un métier à tisser en état de marche.

Ce centre du patrimoine est très représentatif de ceux qui se sont multipliés depuis dix ans. Situé sur les bords d'un canal, dans un ancien entrepôt en brique doté d'une importante charpente métallique et de magnifiques espaces intérieurs qui ont été rénovés de façon attrayante, c'est un bel exemple de réhabilitation d'un bâtiment industriel à l'abandon. Bien que le centre abrite une importante collection d'objets historiques en rapport avec son thème, y compris un parc de machines, et qu'un conservateur professionnel y ait joué un rôle essentiel au sta-

de de la conception, il ne s'agit pas pour autant d'un musée. Ce n'est pas non plus un parc d'attractions où l'on vient simplement s'amuser : l'occasion est aussi donnée au visiteur de s'y instruire. Une unité pédagogique active et très compétente, implantée sur le site, s'efforce de développer des liens interactifs avec les écoles, les enseignants et les services du Ministère de l'éducation. Il représente en fait un projet de développement qui obéit à des considérations d'ordre à la fois économique, politique et commercial.

Comme tant d'autres, le Centre du patrimoine de Wigan occupe donc une place à part — entre musée et parc à thèmes. Il offre aux familles une possibilité d'excursion d'une journée riche en sensations fortes : ce concentré d'expériences dans un espace réduit a été délibérément pensé et projeté comme une attraction touristique de premier ordre, dont témoigne le slogan « Visit Wigan pier where history comes alive » (Visitez Wigan, centre d'histoire vivante).

Le Centre du patrimoine de Wigan a complètement transformé l'image quelque peu négative de la ville, qui est devenue un centre touristique attractif. C'est un motif de fierté pour la population locale, qui est ainsi encouragée à redécouvrir sa propre identité. Cela a même décidé des entreprises à s'implanter dans la région, ce qui crée de nouvelles possibilités d'emploi et de développement.

#### **Favoriser le besoin d'évasion ?**

L'exemple de Wigan le prouve, l'investissement dans le tourisme culturel offre aujourd'hui à bien des villes, à bien des villages des perspectives séduisantes. Une récente table ronde organisée par l'UNESCO a mis en évidence le poids du tourisme à l'échelle mondiale et ses retombées culturelles, à condition qu'il soit

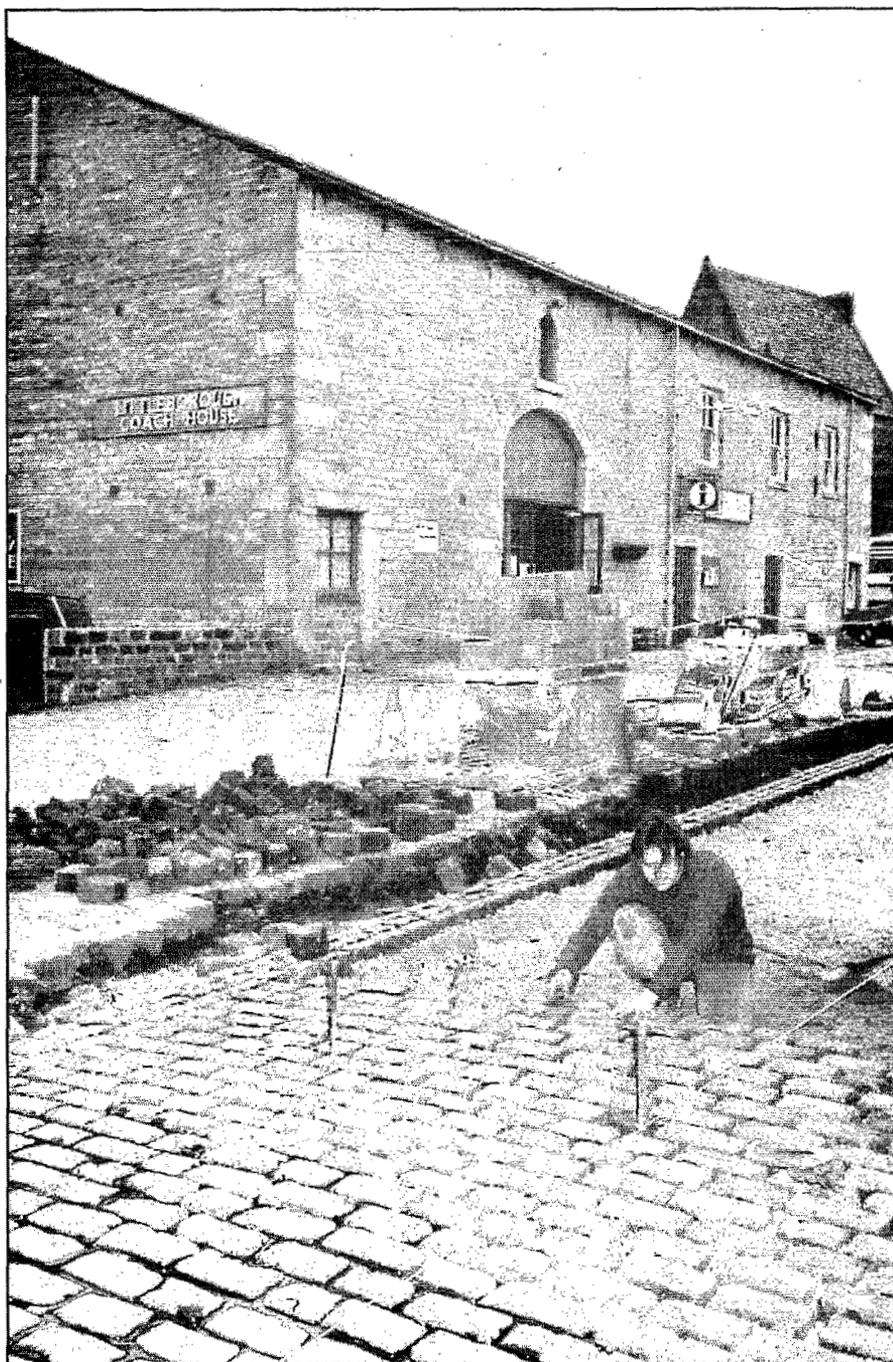
basé sur des principes sains et viables<sup>1</sup>. On s'est inquiété à cette occasion de la difficulté de concilier les objectifs économiques du tourisme et la pression qu'il exerce sur les sites culturels, sur les identités locales. La crainte de voir les uns et les autres purement et simplement exploités est bien réelle.

L'industrie touristique, selon Frans Schouten, c'est « favoriser le besoin d'évasion, apporter une réponse commerciale au grand désir qu'a l'humanité d'une autre réalité au-delà de la monotonie grise de l'expérience journalière<sup>2</sup> ». C'est évidemment un aspect dont il faut tenir compte et qui suscite bien des controverses : trouver un équilibre est bien entendu nécessaire.

Cela dit, tous les centres du patrimoine ne sont pas conçus comme une entreprise commerciale, même si la plupart sont autofinancés et affrontent la concurrence d'autres attractions touristiques. Au reste, le flou de la formule explique en partie son succès. Après les centres verts, les centres commerciaux, les centres de visiteurs, il existe maintenant des centres du patrimoine où chacun vient acheter la mémoire du passé, devenue ainsi une marchandise commercialisable, à l'égal de n'importe quel autre produit.

Définir le sens du mot « patrimoine » n'est pas chose facile, dans la mesure où il a fini par refléter certains besoins caractéristiques de notre société actuelle. La tradition, le passé, l'identité, l'histoire, la culture, la nostalgie : autant de termes utilisés pour le décrire. Pour certains, c'est la perpétuation du passé, alors que d'autres y voient un pur produit de notre époque, à l'instar de Disneyland.

Les centres du patrimoine se distinguent des musées en ce qu'ils sont organisés autour d'un thème plutôt que d'une collection. Même si les objets du passé contribuent à illustrer et à concrétiser le



*Dans le Centre du patrimoine de Littleborough, installé dans un ancien relais de poste, on a poussé le souci du détail jusqu'à reconstituer le pavage des routes d'autrefois, devant l'entrée.*

thème traité, ils visent d'abord à apporter un élément d'authenticité à l'histoire reconstituée sous nos yeux. Les centres du patrimoine ne sont pas des temples de la culture où le visiteur pénètre à pas feutrés, comme en territoire étranger, pour se recueillir en silence devant des objets qu'il est interdit de toucher. Ce sont des lieux conviviaux où l'on raconte, de façon novatrice et accessible, la culture locale, un passé vécu ou partagé. Souvent, grâce aux objets exposés, parfois commentés par un

Avec l'aimable autorisation de l'auteur



*Le Centre national du patrimoine de Grimsby, consacré à la pêche, est situé dans un bâtiment de style postmoderne. D'anciens chalutiers sont amarrés le long du bâtiment.*

animateur, les gens retrouvent et partagent la mémoire d'un passé familial. L'histoire au quotidien est ainsi mise en scène sans être pour autant hors d'atteinte.

Ce qui est sûr en tout cas, c'est que la formule se prête à une infinité de variantes. Les centres du patrimoine ne sont soumis à aucune règle quant à leur forme, à leur thème ou à leur conception. Ils peuvent aussi bien trouver abri dans du neuf que dans de l'ancien, même si la plupart ont permis de redonner une nouvelle jeunesse à des structures qui avaient perdu leur utilité première. Ainsi, des centres du patrimoine sont installés dans des églises ou dans des usines désaffectées, ou encore dans des bâtiments qui présentent un intérêt architectural mineur, comme le Centre du patrimoine de Littleborough, dans le Lancashire, où le souci d'authenticité a conduit à « dégoudronner » la chaussée devant l'entrée de cet ancien relais de poste pour reconstituer le pavage des routes d'autrefois.

Mais tous les centres du patrimoine ne sont pas installés dans des bâtiments anciens. Certains occupent des locaux spécialement construits pour l'occasion, tel le Centre national du patrimoine sur la pêche du port de Grimsby, frappé de plein fouet par la crise : là est évoquée la

période de l'après-guerre, où la pêche au chalut était encore florissante, ce qui a permis à la ville de Grimsby de créer et d'exploiter un filon touristique, en dépit de la concurrence très dure de ses voisins du bord de mer.

Les animateurs du centre sont d'anciens marins qui partagent leurs expériences avec le public : les visiteurs les regardent nouer des filets de pêche et s'y essaient à leur tour. Ils découvrent une multitude de remarquables maquettes grandeur nature, d'authentiques bateaux parfaitement conservés, amarrés près du centre. Le vaste supermarché qui les attend à l'entrée du parking leur offre une excellente occasion de concilier nourritures spirituelles et matérielles. Cette tendance à associer les centres du patrimoine et des commerces de détail s'est d'ailleurs développée au cours des dernières années. Qu'il s'agisse de l'Albert Dock à Liverpool ou du St. Katharine Dock à Londres, la restauration et la réhabilitation de ce genre de sites illustrent avec éclat la volonté de préserver le patrimoine tout en créant un nouvel environnement, et d'en donner une nouvelle vision aux générations présentes et futures.

Certains centres du patrimoine visent délibérément à exploiter un potentiel

touristique existant. Celui d'Édimbourg, en Écosse, consacré au whisky local, est une véritable entreprise commerciale qui attire plus particulièrement les visiteurs étrangers, au même titre que ceux d'Oxford, consacrés à l'histoire locale, ou de Nottingham (sur le thème de Robin des bois), sans oublier le spectacle historique de la tour de Londres. Chacun fait appel à la technologie des parcs à thèmes, notamment aux voitures ou aux petits trains qui transportent les visiteurs en différents points du site, leur faisant ainsi « remonter le temps ». Tout en permettant de mieux contrôler le nombre de spectateurs, cette expérience, qu'on associerait plus volontiers aux parcs d'attractions, n'en est pas moins très appréciée du public. Elle a été expérimentée pour la première fois avec un grand succès au Centre viking Jorvik de York, qui, grâce à ce dispositif, à des aménagements ingénieux et à la reconstitution des bruits et des odeurs d'un village viking, a d'emblée trouvé son public, ouvrant la voie à une nouvelle interprétation du passé.

Les centres du patrimoine répondent à une demande très actuelle de nouveaux espaces aménagés pour attirer les touristes. Les exigences du tourisme culturel ont largement influé sur la diversification des attractions qui se créent pour tenter de réévaluer et d'interpréter la culture, l'histoire et les traditions locales, et aussi sur la manière dont sont présentés et organisés, en fonction d'une thématique, les témoignages de notre passé pour en donner une image qui s'accorde avec le cadre imposé par une visite d'une journée. Autrement dit, cette expérience nous en apprend moins sur ce que nous fûmes que sur ce que nous sommes actuellement. Mais les centres des années 80 et 90 sont déjà un phénomène démodé : à l'approche du III<sup>e</sup> millénaire, ce sont, de plus en plus, les images laser, l'animation



Avec l'aimable autorisation de l'auteur

*Les visiteurs du Centre national du patrimoine sur la pêche se pressent nombreux devant la reconstitution d'une ancienne baraque de « fish and chips » : ils apprécient tout particulièrement le réalisme du personnage en cire.*

électronique, les multimédias interactifs et la réalité virtuelle qui alimentent la dynamique visuelle de nouvelles attractions liées au patrimoine, qui, au reste, ne sont plus nommés « centres » : ce sont désormais des « expériences » nouvelles, créées pour attirer les touristes, qui proposent des spectacles inédits et complexes, inspirés du patrimoine. La Whitecliff's Experience, consacrée aux falaises de Douvres, dans le sud de l'Angleterre, constitue un bon modèle de cette approche.

Le développement de nouvelles attractions liées au patrimoine est un phénomène à la fois logique et révolutionnaire. L'interprétation et la différenciation des thèmes culturels se prêtent à des initiatives de plus en plus complexes, et les musées sont conduits à prendre en

compte les exigences multiples de leur clientèle. A mesure que les frontières s'estompent entre les musées, les centres du patrimoine et les « expériences » sur des thèmes identiques, le risque est grand que, au lieu de faire revivre le patrimoine culturel et historique dans toute sa richesse et sa diversité, on ne se contente de l'exploiter. L'interprétation du passé en tant que patrimoine tend à devenir un filon commercial qui se prête à tous les abus. Il nous appartient de prouver que ce n'est pas une fatalité. ■

1. UNESCO, *Décennie mondiale du développement culturel, 1988-1997 — Culture, tourisme, développement : les enjeux du XXI<sup>e</sup> siècle*, Paris, CLT/DEC/SEC-1997.
2. F. Schouten, « Tourisme et mutation culturelle », *ibid.*

# « Le voyageur chargé d'un lourd fardeau a besoin d'un ami... »

Terry Stevens

*Les musées, dit Terry Stevens, ne sont pas de simples espaces d'accueil pour touristes ; ils doivent aussi être, entre les touristes et la culture du pays visité, les médiateurs actifs d'un échange mutuellement enrichissant. Qui plus est, ils peuvent et ils doivent constituer la pierre angulaire de politiques du tourisme cohérentes et respectueuses de la culture. L'auteur est directeur au développement (pour le Royaume-Uni) de Tourism Development International et directeur de Stevens Associates, qui s'occupent de projets portant sur la planification, la gestion et la formation dans les domaines du tourisme et des loisirs.*

Pour un groupe social, le musée est un espace où présenter et expliquer sa culture aux touristes comme à ses membres eux-mêmes. L'augmentation exponentielle du nombre de musées, au cours des vingt dernières années, témoigne de la nécessité ressentie par les groupes sociaux d'offrir à leur culture un moyen de s'exprimer et du désir des touristes d'accéder à cette culture. Or ce phénomène de croissance ne semble pas devoir se ralentir : tout porte à croire que ce courant d'innovation et d'investissement va se poursuivre et que, partout dans le monde, de nouveaux musées seront créés, consacrés à tous les éléments du patrimoine culturel de l'humani-

té. Fait significatif, alors que le rythme de création de nouveaux musées a tendance à s'essouffler en Europe occidentale et en Amérique du Nord, il est prévu que la progression s'accélénera dans d'autres régions, surtout en Asie et en Extrême-Orient.

Selon toute vraisemblance, l'expansion du tourisme va continuer au cours des dix prochaines années, tandis que des changements se produiront dans la répartition des activités touristiques à l'échelon mondial, analogues à ceux qui sont observés dans le secteur des musées. Des évolutions parallèles qui ne sont pas le fruit d'une coïncidence : une corrélation directe existe entre le développement du tourisme et la demande de musées. Les collectivités répondent aux exigences nouvelles des touristes en quête d'expériences culturelles, en créant des musées ou en réaménageant les musées existants. A ce titre, ces institutions font désormais tout naturellement partie de l'infrastructure touristique des lieux qui se visitent et des produits proposés au voyageur, en même temps que d'autres représentations matérielles et immatérielles de la culture.

Avec l'aimable autorisation de l'auteur



*« Un nouveau genre d'attractions touristiques qui prennent appui sur le patrimoine et la culture : les "spectacles pour touristes", généralement fondés sur la reconstitution d'événements historiques. » Un jeune visiteur assiste, au château d'Ashby-de-la-Zouch, à un spectacle qui illustre la guerre civile d'Angleterre et découvre l'histoire au cours de l'une des nombreuses manifestations spécialement organisées, pendant l'été, sur les sites du patrimoine anglais.*



Avec l'aimable autorisation de l'auteur

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et le World Travel and Tourism Council (WTTC) considèrent le tourisme comme le plus important secteur d'activité économique dans le monde. En 1995, le nombre de voyages touristiques internationaux a atteint quelque 567 millions, contre tout juste 25 millions en 1950 ; quant au nombre de voyages effectués par les touristes à l'intérieur de leur pays chaque année, il serait plus de dix fois supérieur. Dans son rapport d'activité et d'établissement des priorités pour 1995, le WTTC souligne la valeur du tourisme à l'échelon mondial et indique qu'il représente plus de 10 % de la production économique mondiale, un emploi sur neuf et 11 % des recettes fiscales mondiales. Il est prévu que le tourisme progresse à un rythme de 5,5 % par an jusqu'en 2005.

Les prévisions de croissance par région, établies par le WTTC, révèlent que la part de marché représentée par l'Europe continuera de se réduire et que d'autres pays occidentaux verront la de-

mande se ralentir. En revanche, l'Asie du Sud-Est, l'Afrique subsaharienne et l'Europe centrale et orientale devraient enregistrer des augmentations sans précédent. Selon des études des caractéristiques de cette demande, les principales motivations du tourisme de loisir international seraient la recherche de la différence et le désir de faire l'expérience d'autres civilisations, d'autres modes de vie. Par conséquent, les tourisms culturel ou à vocation spécifique seront les principaux facteurs à l'origine de cette augmentation de la demande.

A l'heure actuelle, 50 % de l'ensemble des touristes s'intéressent à la culture lorsqu'ils séjournent dans un pays étranger. Selon les calculs de la British Tourist Authority, 64 % des touristes étrangers qui se rendent au Royaume-Uni chaque année citent le patrimoine et la culture comme facteur déterminant lors du choix d'une visite. Des chiffres similaires ont été recueillis à l'occasion d'enquêtes du Bord Failte (le Conseil du tourisme irlandais), du Conseil du tourisme des Pays-Bas et

*« Les conservateurs sont tenus de présenter et d'interpréter ces collections pour éclairer le visiteur, pour l'aider à comprendre et à apprécier la (les) culture(s) représentée(s) dans le musée. » Des visiteurs contemplent la rencontre historique entre l'Espagnol Hernán Cortés et l'empereur aztèque Montezuma, au Cadbury World, à Birmingham (Royaume-Uni).*

© Frans Schouren



*Le tourisme peut contribuer à la perpétuation des savoir-faire traditionnels. Ces ateliers d'une madrasa restaurée à Boukhara (Ouzbékistan) ont pu être installés grâce au flux touristique généré avec l'aide d'un programme de l'UNESCO.*

d'autres organismes nationaux de tourisme européens.

Inévitablement, les touristes, lorsqu'ils découvrent un pays, doivent avoir aisément accès aux sites majeurs et aux collections les plus importantes. Le musée leur offre la possibilité de s'initier à la culture du pays qu'ils visitent en voyant des expositions selon toute probabilité représentatives et présentées dans un cadre harmonieux. Les musées sont les mieux placés pour offrir cette commodité aux touristes et ils le resteront.

#### **La culture : un secteur en expansion**

Alors que la Décennie mondiale du développement culturel 1988-1997 touchait à sa fin, l'UNESCO était devenue l'organisation-phare pour les problèmes liés à la culture, au tourisme et au développement au cours du XXI<sup>e</sup> siècle. Les débats de la table ronde qui s'est tenue à Paris en 1996 ont été publiés en novembre 1997, conjointement par l'UNESCO, par l'Association internationale d'experts scienti-

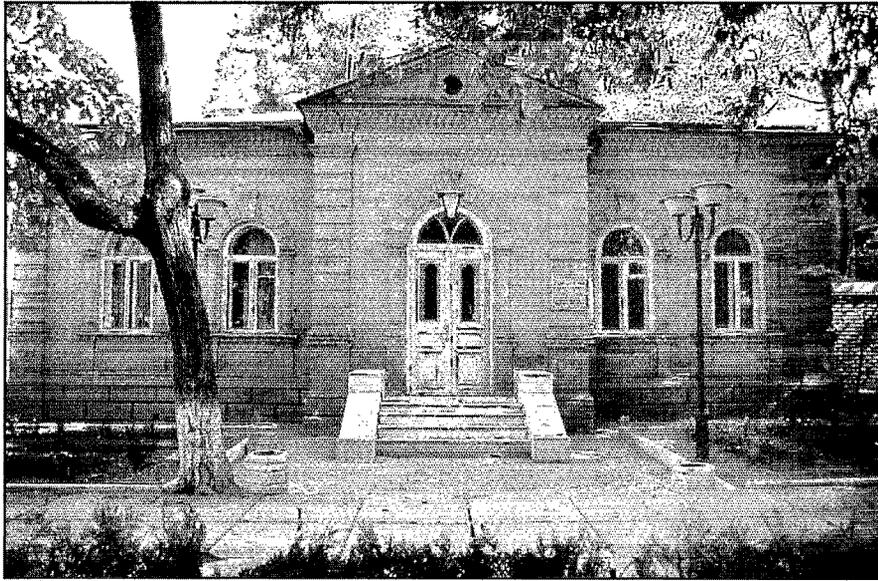
fiques du tourisme (AIEST) et par la revue *Annals of Tourism Research*. Cette publication recense douze grands défis à relever, compte tenu de l'impact du tourisme sur la culture. En particulier, les musées sont clairement invités à exercer une action directe et positive sur l'échange entre les touristes et la culture du pays visité.

Les musées ont pour mission de recueillir, conserver et protéger tout ce qui est éphémère dans la culture et, ainsi, de contribuer à prévenir l'érosion des identités culturelles. Dans le même temps, les conservateurs sont tenus de présenter et d'interpréter ces collections pour éclairer le visiteur, et l'aider à comprendre et à apprécier la (les) culture(s) représentée(s) dans le musée. De plus en plus, ils doivent le faire de façon imaginative et attrayante, en ayant recours à une large palette de moyens d'information et de technologies pour tout raconter, tout décrire et aider « l'étranger qui se trouve en terre inconnue ».

Des recherches récentes menées au Royaume-Uni, dans l'Alberta (Canada)

et dans plusieurs pays méditerranéens ont clairement montré les avantages qui découlent de stratégies de développement du tourisme propres à valoriser largement les produits culturels et les musées. Il en ressort que, si la demande d'autres formes d'attractions touristiques, telles que les activités de loisir et les parcs naturels, est susceptible d'enregistrer régulièrement des fluctuations importantes, la demande de produits culturels est stable et progresse systématiquement d'année en année. En raison de cette stabilité, les produits culturels constituent un investissement sûr du point de vue du tourisme.

Dans une perspective de culture et de développement, l'UNESCO considère le tourisme comme un « partenaire nécessaire ». Il convient de canaliser l'énergie de celui-ci, de prendre en compte sa dynamique propre et ses traits les plus saillants pour éviter les oppositions qui risquent de se faire jour lorsque le tourisme s'affirme avec rudesse, suscitant l'irritation et l'antagonisme des collectivités locales. Comme le refus total du tourisme



*L'Institut international d'études sur l'Asie centrale, à Samarkand (Ouzbékistan), a été créé en 1995, dans le cadre du projet de l'UNESCO sur les Routes de la soie ; un centre multidisciplinaire se consacre à la recherche et à la sauvegarde du patrimoine culturel de la région.*

est peu concevable dans les pays et les régions en développement, il importe de planifier et de soigneusement gérer les activités touristiques. Dans ce processus, le musée joue un rôle capital.

Les musées devraient être présentés dans les brochures commerciales comme le pôle d'intérêt d'un pays ou d'une région, comme le point de départ de son exploration par le touriste. Valoriser l'attrait des musées pour le voyageur constitue un objectif stratégique important de tout plan de développement du tourisme. Le rôle que peuvent jouer les musées en initiant les touristes à la découverte du pays visité et en servant de point de départ à des itinéraires de découverte, est particulièrement important. Il conviendrait en outre d'encourager les touristes à se rendre dans plusieurs musées en intégrant ces expériences à la visite de sites qui font partie du patrimoine et à d'autres manifestations culturelles. Cette approche doit être systématiquement préparée, et les musées sont les piliers sur lesquels repose cette stratégie.

De nombreux projets récents ou en cours de réalisation, qui visent à mettre sur pied des plans de développement du tourisme viables partout dans le monde, reconnaissent le rôle central du musée dans cette approche intégrée. Ainsi, l'initiative lancée par le PNUD et l'OMT en vue d'élaborer un plan d'action viable pour le tourisme en Ouzbékistan, parallèlement au développement de l'itinéraire

re culturel des Routes de la soie, investira d'un rôle important les principaux musées du pays. De la même manière, les stratégies de développement du tourisme à Malte, en Pologne, dans le centre de la Finlande et dans bien des régions parrainées par les principaux organismes de soutien insistent toutes sur la nécessité de mieux présenter le musée, de le « vendre » en tant qu'attraction touristique.

Ces dix dernières années ont vu apparaître un nouveau genre d'attractions touristiques qui prennent appui sur le patrimoine et la culture : les « spectacles pour touristes ». Généralement fondés sur la reconstitution d'événements historiques, ces spectacles, qui recourent largement à de nouvelles technologies coûteuses et utilisent rarement des objets ou des instruments authentiques, ont bien souvent connu un succès éphémère auprès d'un grand nombre de visiteurs. Toutefois, certains signes donnent à penser que le nombre et le contenu de ce genre de représentations culturelles suscitent un malaise croissant sur le marché.

De ce fait, les touristes exigent et attendent de plus en plus d'assister à des représentations culturelles authentiques présentant des thèmes caractéristiques de la culture en question et de vrais objets. C'est précisément le domaine traditionnel du musée. Les « reconstitutions historiques » devaient leur succès à deux facteurs : la manière originale dont elles utilisaient les techniques de présentation et

d'interprétation pour captiver l'imagination ; et le fait qu'elles acceptaient les méthodes de publicité accrocheuses. Les conservateurs et les administrateurs des musées doivent tirer les leçons de telles entreprises : les touristes sont manifestement demandeurs d'authenticité et d'intégrité, qualités inhérentes à l'activité des musées. Simultanément, ils attendent de ces derniers un style nouveau, une présentation et des explications inventives des collections qu'ils détiennent.

Les musées constituent la base d'un heureux développement du tourisme culturel, surtout dans les pays en développement et dans les régions qui connaîtront une progression exceptionnelle du tourisme au cours des cinq prochaines années. Ils sont le lieu où peuvent se nouer des liens de partenariat effectifs, durables entre les touristes et les populations autochtones. « Gardien » traditionnel de l'identité culturelle, le musée peut être l'honnête intermédiaire requis pour assurer les échanges entre tourisme et culture. Son rôle devrait consister à initier l'étranger au pays qu'il découvre, ce que dit une chanson populaire anglaise du début des années 70 : « Le voyageur chargé d'un lourd fardeau a besoin d'un ami<sup>1</sup>. » Le musée se doit d'être l'« ami » du touriste. ■

1. « Journey's end », extrait d'un album des Strawbs, *Grave new world*, A&M Records, 1972.

# Te Papa : une invite à la redéfinition

William Tramposch

« Pour les musées, le défi consiste moins à gérer les réalités actuelles qu'à définir leur position dans l'avenir. » En quelques mots, William Tramposch énonce ce qu'il juge être la problématique essentielle des musées aux prises avec l'expansion du tourisme, considéré ici non pas comme un « phénomène momentané », mais comme une tendance mondiale irréversible. L'auteur a été vice-président de l'USIICOM, avant de devenir directeur des ressources muséales du musée de Nouvelle-Zélande, le Te Papa. Au cours de ses vingt-deux années d'activité dans ce domaine, William Tramposch a été successivement directeur de la Colonial Williamsburg Foundation, directeur général de l'Oregon Historical Society et président de la New York State Historical Association. A deux reprises, en 1986 et en 1988, il a bénéficié d'une bourse Fulbright pour enseigner et écrire en Nouvelle-Zélande.

« Le secret de l'éducation réside dans le respect de l'apprenant. » (Ralph Waldo Emerson.)

Si l'on en croit l'*Annuaire statistique* de l'ONU, près d'un demi-milliard de « touristes » dans le monde auraient été recensés en 1994<sup>1</sup>. Devant de telles proportions, l'auteur de cet article serait tenté de consacrer son propos aux diverses réactions provoquées par le phénomène : comment prévenir la dégradation des monuments historiques ou maîtriser l'affluence touristique dans les galeries des musées — pour n'en nommer que deux ? Pourtant, cet article se placera dans une perspective à plus long terme et portera surtout sur la nécessité d'écouter plus attentivement les messages éloquentes que la progression du tourisme adresse aux musées du monde entier. Ces messages, qui jettent une lumière incomparable sur l'importance et sur le potentiel des musées, méritent d'être entendus comme des appels à une remise en question, à une redéfinition.

L'expansion du tourisme n'est pas un phénomène momentané, c'est une tendance mondiale durable. En outre, il s'agit non pas uniquement d'un déplacement pour le seul plaisir du déplacement, mais plutôt d'un dialogue international. Quels sont les facteurs qui expliquent ce développement ? L'apparition de moyens de transport plus rapides et plus fiables et une amélioration de la prospérité matérielle pourraient constituer deux réponses rapides (quoique superficielles) à cette question, mais ces réalités ne sont en fait que des prétextes pour susciter une motivation. La décision de « faire du tourisme » procède de considérations bien plus profondes, plus affectives aussi, comme la curiosité, le désir de voir des choses jusqu'alors ignorées, le besoin de répondre à

des questions sur le pourquoi et le comment des réalités.

Outre la progression du phénomène touristique, on constate que le touriste apprécie de plus en plus la diversité des cultures et la confrontation des points de vue. Les musées, désormais actifs dans la quasi-totalité des carrefours culturels, se targuent haut et fort d'être les catalyseurs d'une promotion de la sensibilité interculturelle. Tels les monastères de Thomas Merton, les musées seraient des sortes de phares capables d'éclairer le chemin vers plus d'empathie et plus de compréhension réciproque.

Ainsi, c'est à ce niveau supérieur et plus dynamique qu'il nous faut appréhender la problématique des musées et la réponse qu'ils doivent apporter à l'explosion mondiale du tourisme de masse. Pour les musées, le défi consiste moins à gérer les réalités actuelles qu'à définir leur position dans l'avenir. Le tourisme est à la fois le produit et l'attribut d'un monde en évolution rapide, tandis que le musée peut être la pierre de touche du voyageur, un havre de paix profondément ancré dans le passé, un espace empli de « réalité », un axe central où nos sensibilités évoluent librement et qui donne une perspective d'ensemble. Il est, pour le voyageur, comparable à la vision que l'astronaute peut avoir de la Terre depuis son hublot. De plus en plus nombreux à se percevoir réellement sous ce jour, bien des établissements ne tardent pas à découvrir qu'ils se considèrent moins comme des musées que comme des forums, moins comme des escales que comme des voyages et, partant, qu'il leur faut moins se soucier de leurs portes que des accès qu'ils donnent à un monde plus vaste.

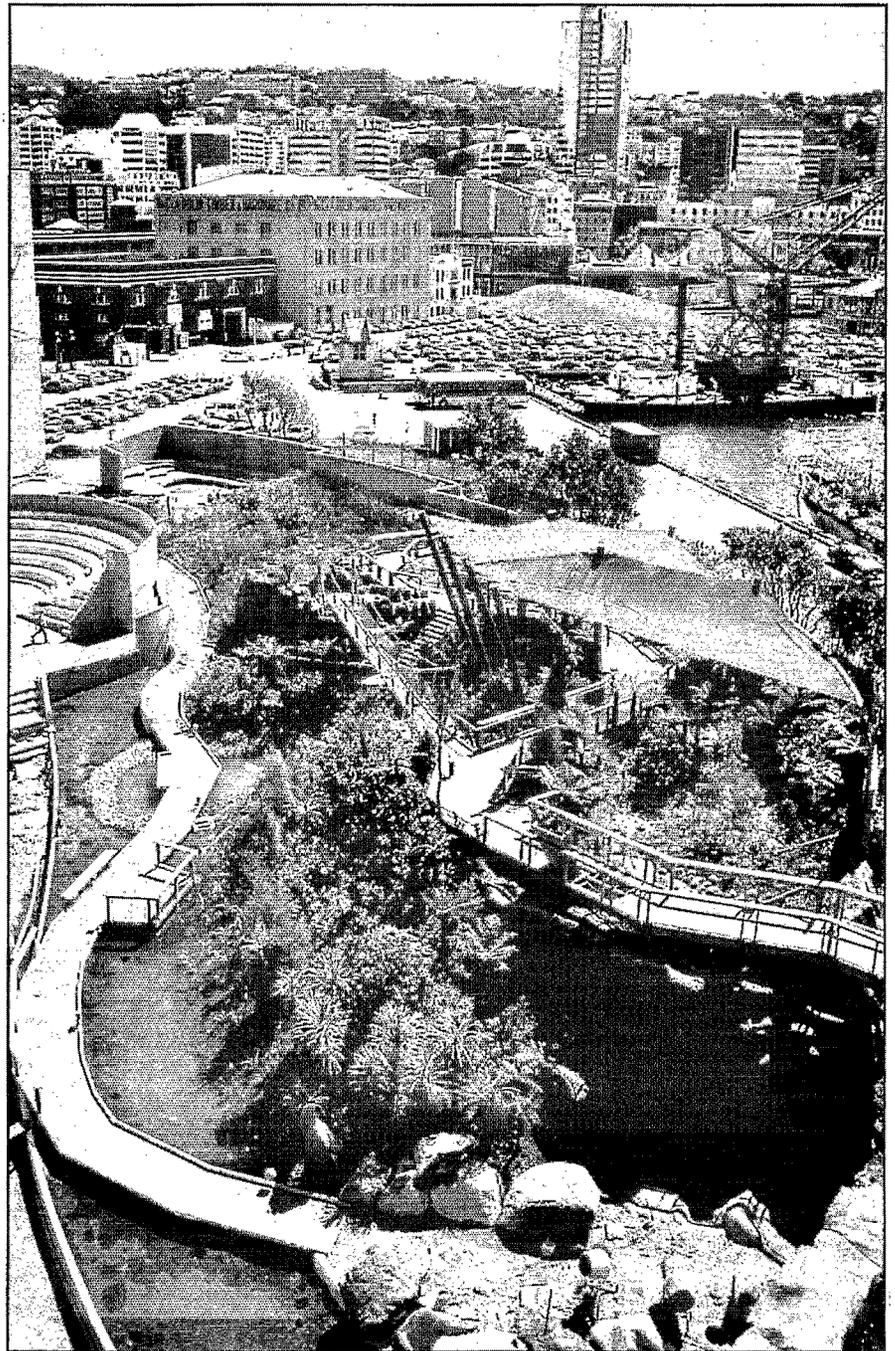
Voilà pourquoi la première, la plus passionnante occasion qui nous soit offerte par l'explosion du tourisme est celle

d'une vigoureuse redéfinition institutionnelle de nos objectifs pédagogiques. Pris dans la tourmente d'un bouleversement énorme, nous, qui sommes à la tête des musées, nous devons poser un certain nombre de questions : « Sommes-nous en train d'analyser correctement ces tendances internationales, ou sommes-nous simplement en train d'y réagir ? » « Leur cherchons-nous des réponses là où il le faut (ou seulement là où cela est le plus commode) ? » « Nous sommes-nous suffisamment investis dans la recherche des nouvelles entités à créer, compte tenu de l'importance de ces tendances, ou sommes-nous simplement occupés à nous battre avec les difficultés du temps présent, sans vouloir sortir des limites de l'image traditionnelle que nous avons de nous-mêmes ? »

A l'occasion d'une investigation, il convient de se poser en premier lieu trois questions d'une simplicité désarmante : « Pourquoi ? », « Pourquoi pas ? » et « Que se passerait-il si... ? » Après avoir passé en revue chacune des trois interrogations, je conclurai en exposant un projet de musée national qui doit beaucoup à la volonté de répondre à ces questions.

### Pourquoi ?

Pourquoi aller au musée ? Nous améliorons sans cesse nos moyens de connaissance de nos visiteurs et, aujourd'hui, rares sont les musées qui, sous une forme ou sous une autre, n'entreprennent pas d'études de leur public. Nous savons désormais que les visiteurs apprécient, entre autres choses, le cadre qui leur est proposé, le sentiment d'appartenance à un lieu et les pièces « authentiques » exposées et interprétées. Aujourd'hui, nous en savons plus que jamais auparavant sur les raisons qui poussent les gens à fréquenter les musées.



*Harbour Park, Te Papa, où l'on peut voir la végétation indigène de Nouvelle-Zélande et de nombreuses activités muséologiques hors normes.*

Mais « Pourquoi ? » est une question facile. Les pressions engendrées par les bouleversements du tourisme dans le monde invitent véritablement à prendre du recul et à poser deux autres questions, plus ardues celles-là, sur la place du musée dans un tel monde. Premièrement, qu'en est-il des masses de touristes qui ne viennent pas au musée ? Et, deuxièmement, que se passerait-il si le musée devait se définir et se réinventer comme le forum, le voyage et la pierre de touche du voyageur qu'il peut devenir ?



Avec l'aimable autorisation de l'auteur

*Te Papa, le musée de Nouvelle-Zélande, à Wellington, a ouvert ses portes le 14 février 1998. Un musée biculturel qui tiendra lieu de « forum pour la nation ».*

### Pourquoi pas ?

Si le musée est tellement primordial dans notre compréhension des cultures du monde, pourquoi les touristes sont-ils encore si nombreux à ne jamais s'y rendre ? Une petite église de Willow Creek, dans l'État de l'Illinois, au cœur des États-Unis d'Amérique, peut, à cet égard, nous servir d'étude de cas ou encore de miroir. Confrontés à une baisse de la fréquentation, les fondateurs, inquiets, cherchaient à savoir pourquoi les gens ne venaient plus à l'église. Ils se sont rendu compte que les fidèles trouvaient le rituel ennuyeux, connu d'avance et figé. En outre, ils ont constaté que, d'une manière générale, les non-pratiquants tenaient les églises pour étrangères à leur existence, enfin que beaucoup trouvaient l'église de Willow Creek intimidante et peu accueillante.

A partir de ces réponses qui leur ont donné à réfléchir, les fondateurs de l'église ont redéfini, rebâti et resitué une institution menacée de se transformer en un

lieu rien moins qu'ennuyeux, coupé des réalités et inhospitalier. Aujourd'hui, Willow Creek propose une gamme d'activités correspondant à tous les niveaux possibles de quête spirituelle, et le déroulement du culte est ponctué de chants contemporains et de saynètes appropriées, tirées des Écritures. En outre, tout au long de la semaine, l'église propose une série de prestations particulières, qui vont des services de consultation familiale à d'intéressants séminaires consacrés à la religion ou à la philosophie. Ainsi, il a suffi à cette institution de se demander pourquoi les gens ne venaient plus à elle pour se transformer en élément indispensable dans un paysage devenu désert. L'église de Willow Creek remporte désormais un tel succès qu'elle a engendré son propre microclimat de tourisme de masse, accueillant chaque semaine des dizaines de milliers de « chercheurs » en quête de spiritualité.

Les qualificatifs attribués à Willow Creek nous sont familiers. Ils correspondent aux perceptions qu'ont encore des

musées ceux qui n'y vont jamais : ennuyeux, figé, connu d'avance, intimidant, clos et inutile. Dans certains milieux, en effet, prononcer le mot « musée » peut faire fuir une foule de gens plus rapidement qu'une lance d'incendie, et ceux qui ne vont pas au musée sont, eux aussi, des touristes qui parcourent le monde ! Cela étant, que peut donc faire le musée pour répondre aux besoins du tourisme de masse sans porter atteinte à sa vocation institutionnelle ? D'abord, il peut « respecter ses apprenants » — ceux d'aujourd'hui et ceux qui le seront demain peut-être ; il peut devenir plus qu'un musée.

#### Que se passerait-il si... ?

Et que se passerait-il si le musée réunissait le meilleur des réponses aux questions « Pourquoi » et « Pourquoi pas » ? Par quoi les activités d'un tel lieu seraient-elles caractérisées ? Réunis à Berkeley, en Californie, à l'occasion du Getty Leadership Institute de 1997, des directeurs de musée ont récemment dressé une liste de ces caractéristiques. Un tel musée serait ouvert aux problèmes des relations culturelles, passionné par les questions d'identité nationale et d'appartenance au lieu, fortement intégré dans ses approches du savoir, au service du public (ce dont témoignerait son appréciation pleine et entière de la diversité des niveaux d'intérêt et des modes d'apprentissage), étroitement uni à d'autres organismes culturels ayant la même conception des choses pour servir le touriste, inventif dans ses méthodes pour associer éducation et divertissement, sans sacrifier pour autant la vérité, habile à déborder des murs de l'institution grâce à des activités inédites et aux technologies nouvelles, généreux enfin dans son offre de services annexes : boutiques « à thèmes », restaurants, es-



Avec l'aimable autorisation de l'auteur

paces de rencontre ou, le cas échéant, hébergement.

Nombre d'établissements ont déjà entrepris de se redéfinir ainsi et y ont réussi. Outre l'excellente illustration donnée par le Musée d'art moderne de San Francisco (MOMA), les exemples ne manquent pas, de Williamsburg, en Virginie, jusqu'à Wellington, en Nouvelle-Zélande. Ceux qui se sont voulus des centres culturels extrêmement séduisants ont su marier éducation et divertissement d'une manière qui, à première vue, est plus l'apanage d'environnements concurrentiels, tels que les parcs à thèmes, par exemple. Ainsi, au Musée viking Jorvik, à York, au Royaume-Uni, le visiteur est

*L'intérieur de la waharoa, le hall d'entrée. Le nombre de touristes en Nouvelle-Zélande a dépassé 1,5 million en 1997, et 700 000 visiteurs sont attendus au musée de Te Papa au cours de sa première année d'existence.*

directement propulsé par un tunnel culturo-temporel au cœur de la reconstitution scientifique d'un village viking, fondée sur de véritables travaux archéologiques. Pour le professionnel du musée, le seul élément qui soit plus intéressant que le parcours même dans cette sorte de « train fantôme » tient à la remarquable diversité du public qu'il attire.

Naturellement, les musées sont de plus en plus nombreux à prendre aussi contact avec Disney pour être aidés dans l'élaboration d'activités ou d'expositions susceptibles non seulement d'attirer de nouveaux visiteurs, mais aussi d'enchanter « l'habitué », tout en préservant les valeurs essentielles de l'institution. Les musées qui ont instauré de telles collaborations constatent que, s'ils tiennent fermement les commandes sur le plan de l'éducation, le « tour de manège » peut être plutôt original et alléchant, aussi bien pour le personnel du musée que, en fin de compte, pour le public.

**Trois questions, trois réponses :  
Te Papa,  
le musée de Nouvelle-Zélande**

Wellington, Nouvelle-Zélande : en 1967, quelque 30 000 entrées de touristes ont été enregistrées dans ce pays du Pacifique Sud, qui accueille chaque année plus de 1,53 million de visiteurs ! Nation biculturelle, la Nouvelle-Zélande a commencé, vers le milieu des années 80, à étudier la création d'un musée qui serait un « forum pour la nation », où les questions de patrimoine culturel et d'identité nationale pourraient être explorées et discutées. Outre son biculturalisme, ce forum serait également « axé sur l'usager », « commercialement équilibré » et « parlerait avec l'autorité que donnent l'érudition et le savoir ».

Plus de 280 millions de dollars néo-

zélandais (180 millions de dollars des États-Unis) ont été investis dans la mise en œuvre de ce concept culturel, une part non négligeable du financement réservé au Te Papa ayant été consacrée à l'étude des touristes appelés à le visiter. Te Papa est en train de se positionner activement pour devenir « plus qu'un musée », un centre culturel animé accueillant des visiteurs néo-zélandais et étrangers, un endroit où « il se passe toujours quelque chose ». Ainsi, aux galeries traditionnelles viendront s'ajouter des éléments beaucoup moins classiques : « attractions à haute énergie » et « trains fantômes », restaurants, cafés, boutiques et un parc. Autant de moyens pour tenter d'attirer ceux qui n'entrent jamais dans un musée, pour plaire aux habitués et — par la même occasion — « changer l'idée que l'on se fait d'un musée ».

Te Papa est né des réponses aux questions « Pourquoi ? », « Pourquoi pas ? » et « Que se passerait-il si... ? ». En se plaçant au centre d'un débat national sur l'identité, il sera une pierre de touche essentielle pour la compréhension de l'appartenance au lieu. Te Papa sera à la fois un forum, un voyage, une passerelle et un exemple parmi d'autres de la manière dont les musées peuvent, en se redéfinissant, se placer de manière dynamique au carrefour de la compréhension culturelle. ■

1. Voir Javier Pérez de Cuéllar, *Notre diversité créatrice*, UNESCO, Paris, 1995.

# « Le monde des cisterciens » : un ancien monastère devient un musée moderne

Mihail Moldoveanu

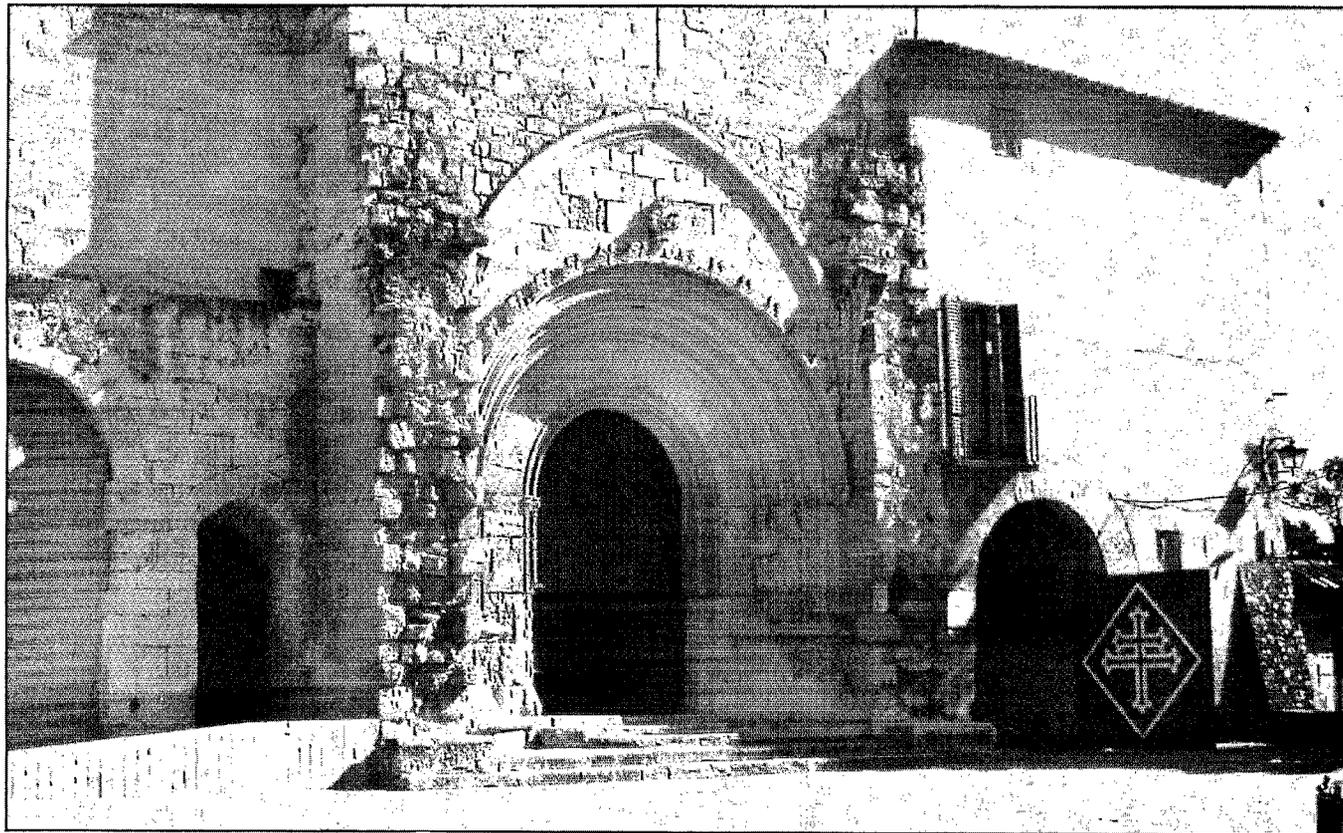
*Les demandes toujours plus insistantes de touristes toujours plus nombreux conduisent parfois à l'apparition bien inattendue d'un musée. Ainsi, le monastère de Santes Creus, en Catalogne, se présente-t-il comme le mélange audacieux d'une production multimédia d'un style très avancé et d'importants vestiges du XIV<sup>e</sup> siècle. Des scénographies, des éclairages et des textes empruntés au théâtre introduisent le visiteur dans la vie quotidienne d'une communauté de cisterciens, l'un des ordres religieux les plus fameux en Europe, au Moyen Âge. Mihail Moldoveanu, écrivain et photographe indépendant, vit à Paris.*

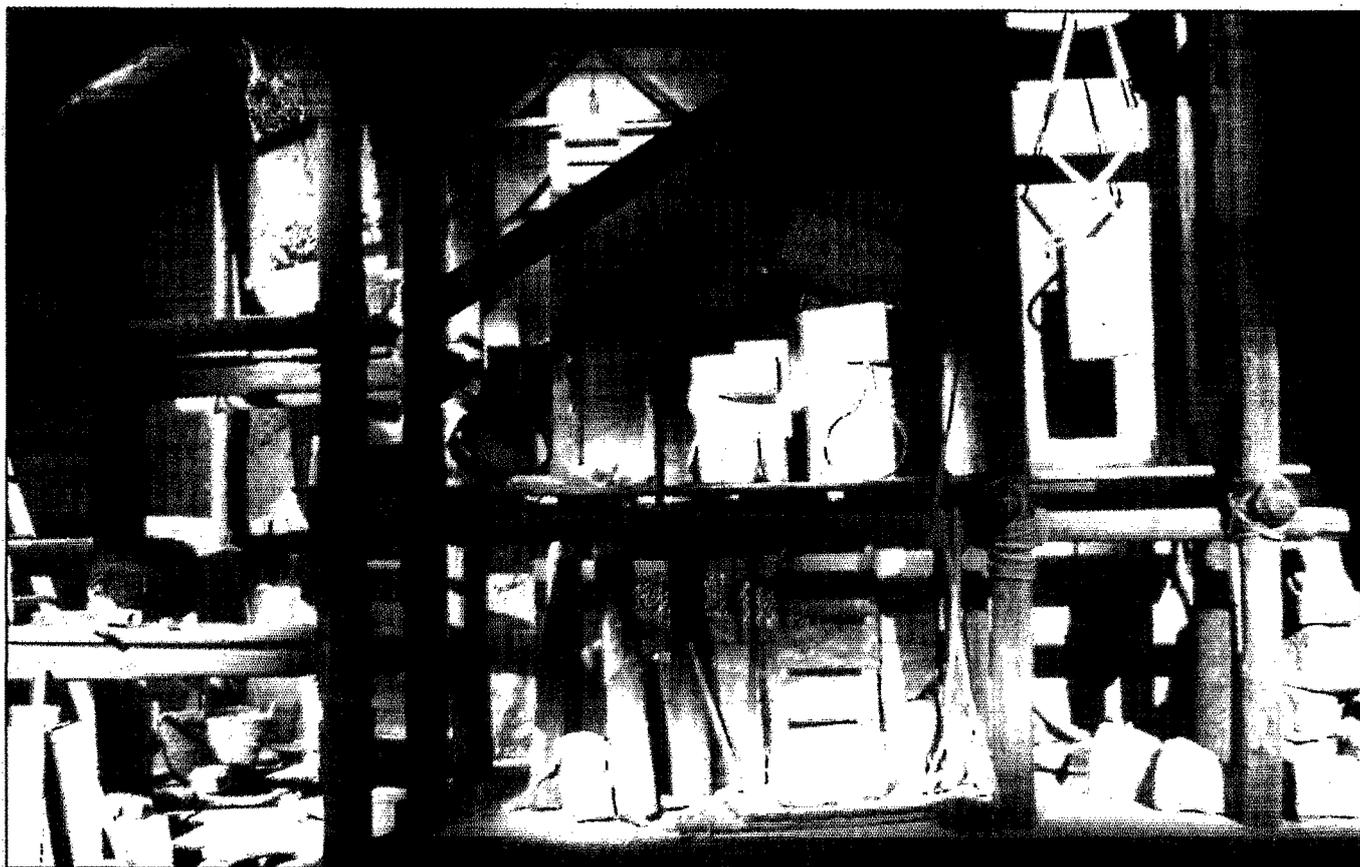
Nombreux sont les monuments anciens qui doivent s'adapter aux réalités du monde contemporain : les quelques rares connaisseurs qui s'y aventureraient jadis sont remplacés aujourd'hui par des groupes compacts de visiteurs déversés consciencieusement par les cars de tourisme devant les portes de la culture.

Il paraît souvent important de concevoir et d'installer une structure muséographique qui permette de situer le monument dans son contexte culturel, ainsi que de mettre en lumière certains de ses aspects les plus significatifs. Une telle structure doit également inclure les fonctions liées à l'exploitation, communes à bien des musées : accueil des groupes,

*Chef-d'œuvre de l'art roman, le monastère de Santes Creus a été édifié par les membres de l'ordre de Cîteaux, les cisterciens.*

Avec l'aimable autorisation de l'auteur





*Dans le cellier, qui laisse voir un grand échafaudage en bois, le visiteur découvre les outils, les matériaux et les techniques de construction des cisterciens.*

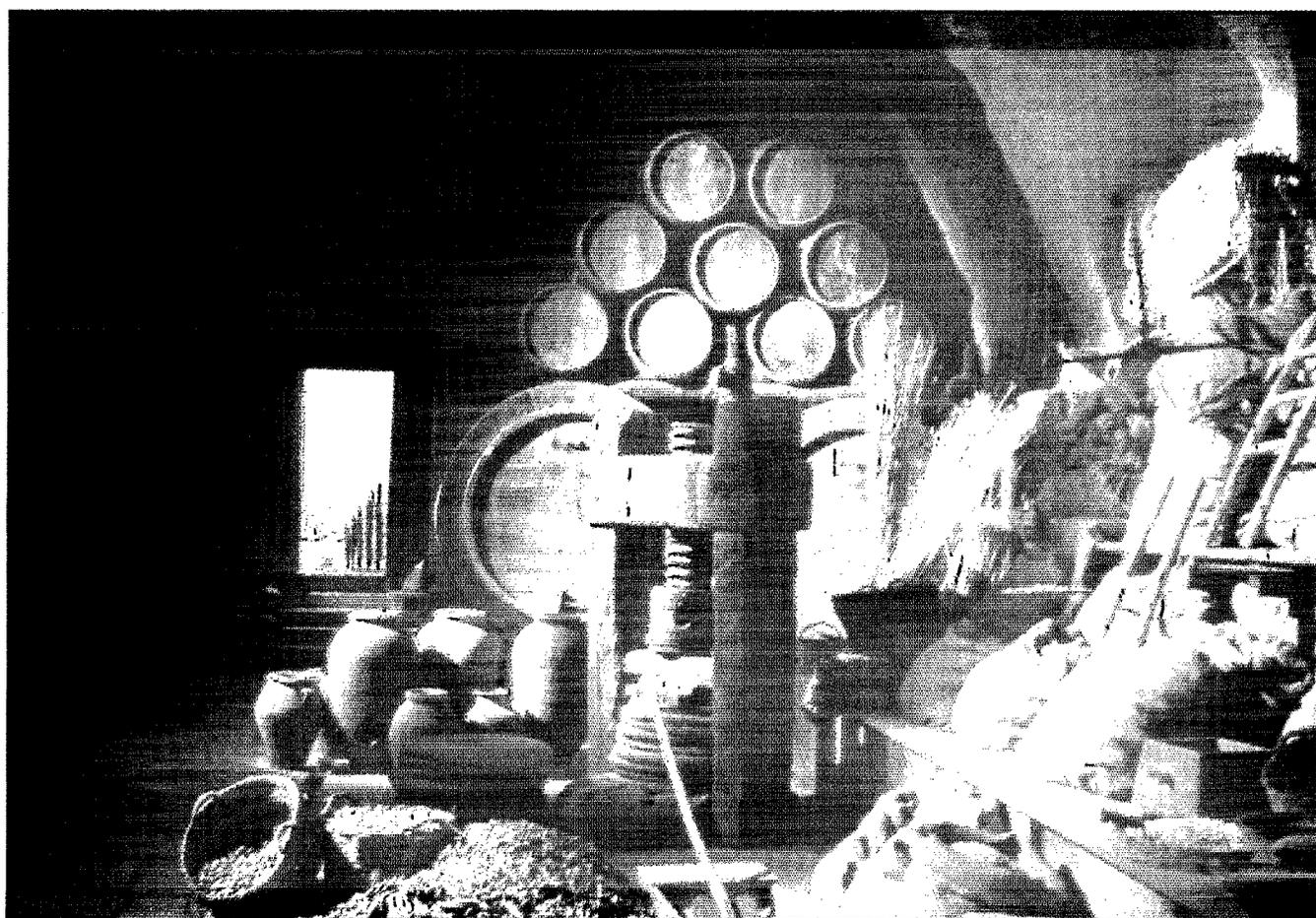
optimisation du flux des visiteurs, librairie, lavabos, etc. Un exemple très réussi de « greffe » de ce type nous est offert par la récente intervention architecturale et muséographique de Santes Creus, en Espagne.

Le monastère de Santes Creus est un chef-d'œuvre de l'art roman construit par les membres de l'ordre de Cîteaux. En Catalogne, dans la province de Tarragone, plusieurs monastères cisterciens étaient très actifs, dont les mieux conservés, outre celui de Santes Creus, sont ceux de Vallbona et de Poblet. Ces trois sites sont aujourd'hui les principales attractions du circuit touristique « La route des monastères ».

Avant la « greffe », la visite à Santes Creus conduisait d'abord dans un grand cloître du XIV<sup>e</sup> siècle qui constitue la pièce la plus impressionnante de tout l'ensemble, pour se poursuivre par des éléments de moins en moins intéressants. L'intervention architecturale de 1995-1996 change ce parcours. Elle est l'œuvre d'un atelier d'architecture de Barcelone, composé de Dani Freixes, Vicente Mi-

randa, Pep Angli, Eulalia González et Vicenç Bou. Dans le nouveau schéma fonctionnel, une autre voie d'accès est proposée au visiteur, qui se voit guidé vers l'insertion muséographique nouvellement créée. A la fin de ce parcours, la visite du monument se poursuit avec une succession d'espaces dont l'intérêt va croissant, pour culminer avec le fameux cloître.

Le modèle de visite continue à être le libre parcours : l'explication collective que le nouveau dispositif dispense n'est pas obligatoire. En revanche, tout est fait pour suggérer qu'elle constitue une clé presque indispensable pour la bonne compréhension du monument. Remarquons que cette explication collective — qui implique une division par groupes dont la taille est déterminée à l'avance — joue aussi le rôle d'un doseur, et cette fonction est loin d'être négligeable : la capacité du nouveau type de visite est de 4 800 personnes par jour, soit 600 visiteurs par heure. Les salles affectées à l'explication collective, ainsi que la zone du libre parcours, sont précédées par un espace destiné à l'accueil, un patio aména-



gé à cet effet. L'accès à ce patio est surprenant, mais très efficace : un souterrain, creusé sous un ensemble de constructions d'importance secondaire, relie l'ancien patio d'entrée à la nouvelle zone d'accueil. La porte du souterrain, modeste mais bien visible, jouxte l'ancienne entrée monumentale — une proximité qui ne manque pas d'humour.

Le parcours souterrain est conçu comme un premier abord didactique : des panneaux d'information élémentaire jalonnent le parcours. Le patio d'accueil partiellement couvert offre de l'ombre et de la fraîcheur en été, un abri en cas de temps défavorable et des toilettes ; c'est

dans cet espace que se forment les groupes de visiteurs. On y trouve aussi un volume fermé, vitré qui abrite la réception, la billetterie, la boutique et le passage qui conduit à la sortie.

La « quantification » du public joue un rôle important dans cette démarche, mais ce n'est là qu'une des conditions nécessaires pour atteindre un niveau satisfaisant d'attention ; la visite libre s'effectue mieux si on élimine les effets négatifs de l'excès d'affluence. D'autre part, l'explication collective — la partie la plus spectaculaire de la rénovation — ne peut être perçue que par un nombre limité de spectateurs simultanément.

*Un faisceau de lumière éclaire lentement chaque élément d'une immense composition scénographique consacrée à la vie quotidienne des cisterciens et à leurs multiples activités.*

Avec l'aimable autorisation de l'auteur



*Un souterrain creusé sous une série de constructions relie l'ancien patio d'entrée et la nouvelle zone d'accueil. Idée originale : des panneaux d'information élémentaire jalonnent le parcours et préparent le visiteur à ce qu'il va découvrir par la suite.*

L'explication collective est en effet une exposition multimédia permanente qui, accessoirement, montre certains objets ou éléments propres au monastère. Ce montage s'adresse à un public très divers par la provenance, le niveau de culture, l'âge ou encore par le degré de familiarité avec le sujet.

Le montage multimédia se fonde, dans ce cas, sur les éléments types de l'architecture cistercienne (très présents dans les salles affectées à l'explication collective), sur des productions audiovisuelles, sur la scénographie et l'éclairage. Il s'agit d'une « initiation », d'une pénétration dans le monde des cisterciens, conçue comme un spectacle.

### Un jeu entre fiction et réalité

Les deux salles qui accueillent l'exposition ne faisaient pas partie du circuit de visite avant l'intervention ; il s'agit en effet de deux espaces de grande qualité architecturale, un cellier avec une très belle structure d'arcs diaphragmés et un *scriptorium* (salle dédiée aux manuscrits) avec des voûtes nervurées, l'une des expressions les plus raffinées de l'architecture cistercienne. Le cellier est utilisé pour la première partie de l'« initiation » : après la projection d'un court film qui situe le monastère de Santes Creus dans le Moyen Age catalan, les écrans disparaissent et l'obscurité laisse percevoir les élé-

ments d'un grand échafaudage en bois. L'éclairage et le son aident les visiteurs à découvrir progressivement les outils, les matériaux et les méthodes de construction des cisterciens. Un autre grand rideau se retire, et le faisceau de lumière met en valeur petit à petit les éléments d'une immense composition scénographique dédiée à la vie quotidienne des cisterciens et à leurs multiples activités, liées au travail de la terre. Une narration accompagne le déplacement graduel — admirablement maîtrisé — du centre d'intérêt. Une fois cette partie terminée, toute la salle est plongée dans l'obscurité ; l'éclairage isole une grande porte qui s'ouvre, invitant le public à entrer.

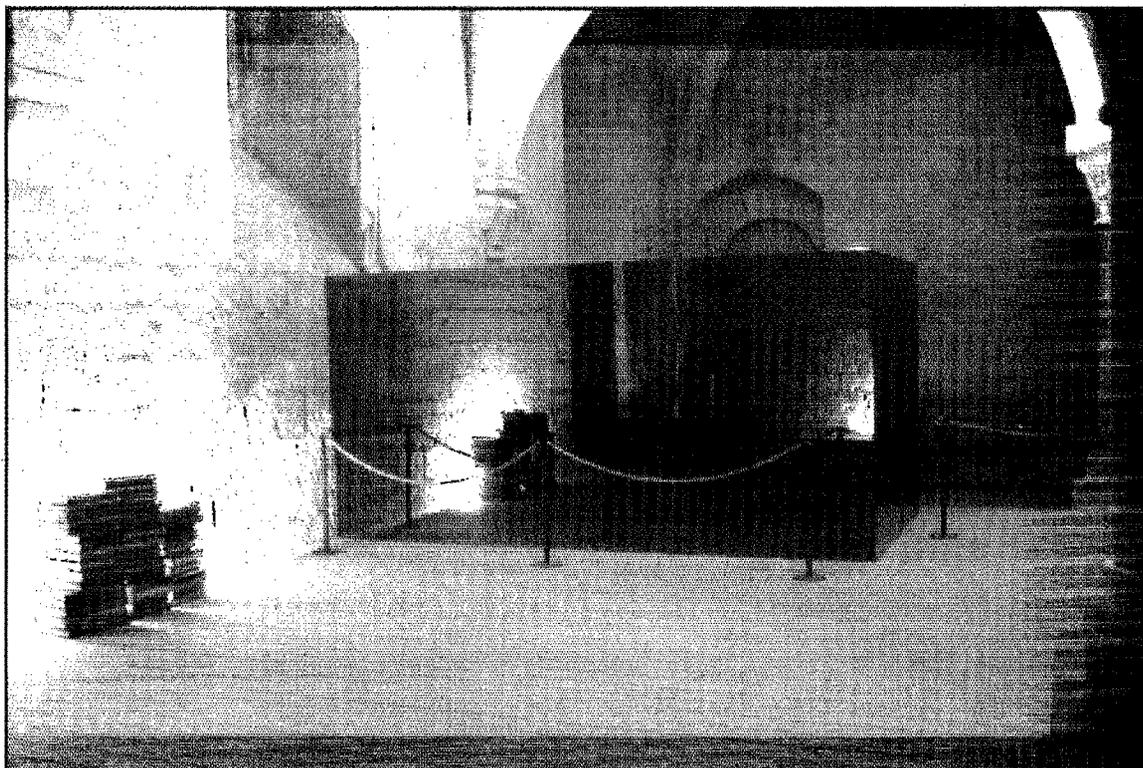
La seconde partie de la présentation — dédiée à l'héritage culturel des cisterciens — se fait dans le *scriptorium*. Ici, la différence avec le traitement de la première salle est évidente : un éclairage discret dévoile tout l'espace au premier coup d'œil. La seule intervention visible est un parallélépipède vitré, réfléchissant ; on admire l'élégance de l'architecture. Après un moment, la lumière normale diminue pour laisser apparaître une scène de « magie » à l'intérieur de l'espace vitré : la table de travail d'un maître dans l'art du manuscrit est reproduite à l'infini grâce à un effet de miroir (obtenu par l'exploitation subtile des propriétés d'un type de verre dit « espion »). La lumière douce qui tombe sur les merveilleuses pièces manuscrites fait penser à l'éclairage des chandelles. Cette image très évocatrice disparaît à son tour, et l'attention du spectateur est dirigée vers les fenêtres aveugles de forme ogivale, aperçues lors de l'entrée dans le *scriptorium* : des images de vitraux appartenant à diverses communautés cisterciennes sont projetées sur ces fenêtres. La rigueur des projections — qui cadrent avec précision les formes existantes — crée la sensation d'une multitude de projets possibles,

conçus spécialement pour ce lieu. Il faut souligner aussi la remarquable inventivité dans le choix des compositions présentées lors des projections, ainsi que la plasticité de leur enchaînement. La fin de la présentation — dans laquelle on redécouvre la salle sous son éclairage initial — met l'accent sur la générosité du phénomène discuté ; elle invite à porter un regard plus averti sur la réalité immédiate : sur le *scriptorium* tel qu'il est et, par la suite, sur toutes les autres richesses que la visite rend accessibles.

Un facteur essentiel du réel succès de cette opération a été le choix des auteurs du projet : Dani Freixes et ses complices ont à plusieurs reprises montré leur talent à « théâtraliser » un espace sans perdre de vue l'aspect fonctionnel de l'ensemble. En effet, le grand intérêt qu'ils portent à la scénographie et à l'éclairage est une caractéristique très peu répandue parmi les architectes d'aujourd'hui. Dans cette intervention de Santes Creus, des éléments réels, d'une grande expressivité, sont amalgamés avec un nombre important d'éléments fictifs afin d'obtenir une évocation puissante, entièrement fidèle à une vision scientifique sur le monde cistercien et, dans le même temps, capable d'émouvoir le public.

La scénographie et l'éclairage permettent d'agrandir l'espace réel, d'animer plusieurs scènes dans le cadre du même espace. Le caractère narratif de la présentation repose beaucoup sur la maîtrise et le dosage subtil des effets de lumière et de son. Parfois, ces effets aident à percevoir certains éléments de scénographie comme des fragments de la réalité du Moyen Âge. Ou bien ces mêmes techniques soulignent — en relation avec la narration — certains aspects de l'architecture visibles dans les salles où se déroule la présentation. Ce jeu entre fiction et réalité entraîne l'adhésion du public, son implication

*Dans le scriptorium, un mystérieux parallélépipède vitré, réfléchissant. Quand la lumière baisse, une scène de « magie » apparaît à l'intérieur.*

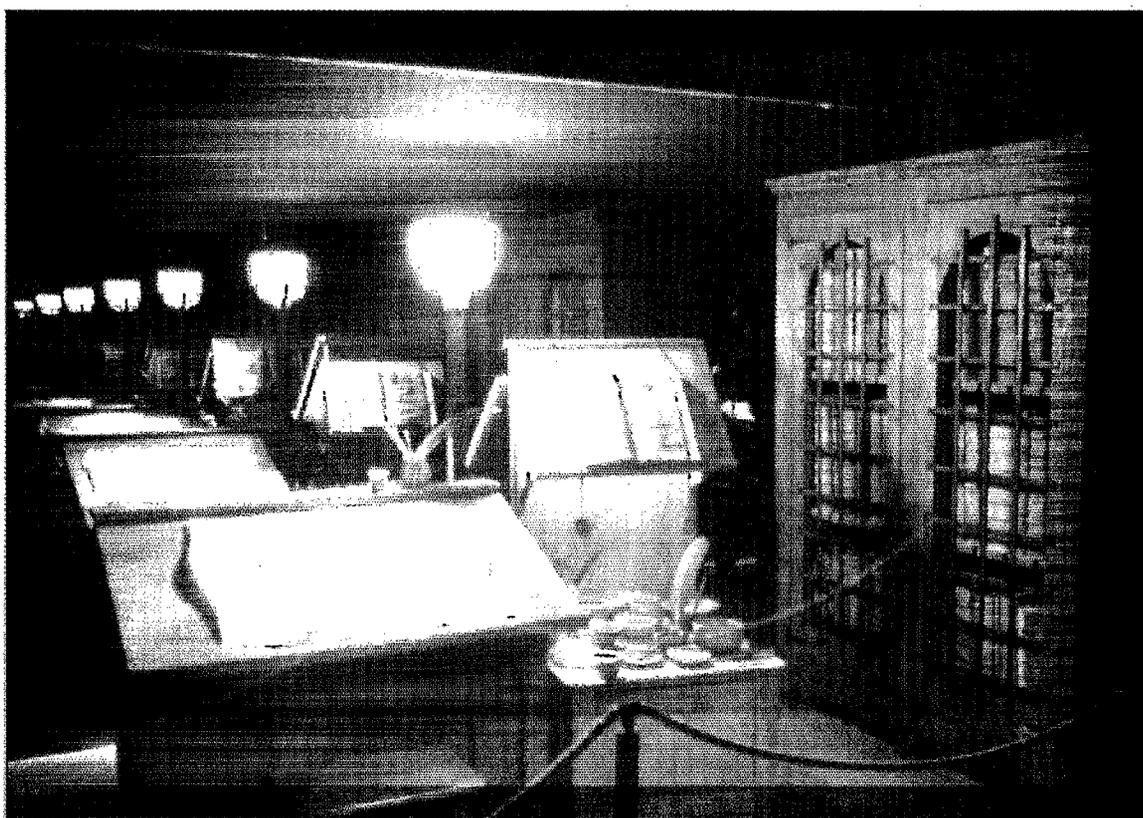


Avec l'aimable autorisation de l'auteur

dans le déroulement des exposés. Sans doute une grande part de la popularité du parcours multimédia — exposition, film, musée et spectacle à la fois — tient aux

qualités poétiques du langage utilisé : en définitive, c'est par la poésie que le visiteur accède au message émotif, au contenu humaniste de l'héritage cistercien. ■

*A l'intérieur du parallélépipède en verre, la table de travail d'un maître dans l'art du manuscrit, reproduite à l'infini grâce à un effet de miroir.*



Avec l'aimable autorisation de l'auteur

# Une aventure qui ne finit pas : la Cité de l'espace de Toulouse

Roger Lesgards

*Un nouveau venu dans le monde des musées de l'air et de l'espace a ouvert ses portes sur le site du plus grand complexe aéronautique et spatial d'Europe occidentale. Chargé de faire connaître l'histoire de la conquête de l'espace aussi bien aux jeunes générations qu'aux spécialistes et doté d'équipements technologiques de pointe, il a le soutien d'une très forte équipe et bénéficie de solides appuis dans la région. Directeur de projet à la Cité de l'espace, Roger Lesgards a été président de la Cité des sciences et de l'industrie de La Villette, à Paris. Il a aussi été secrétaire général du Centre national français pour la recherche spatiale.*

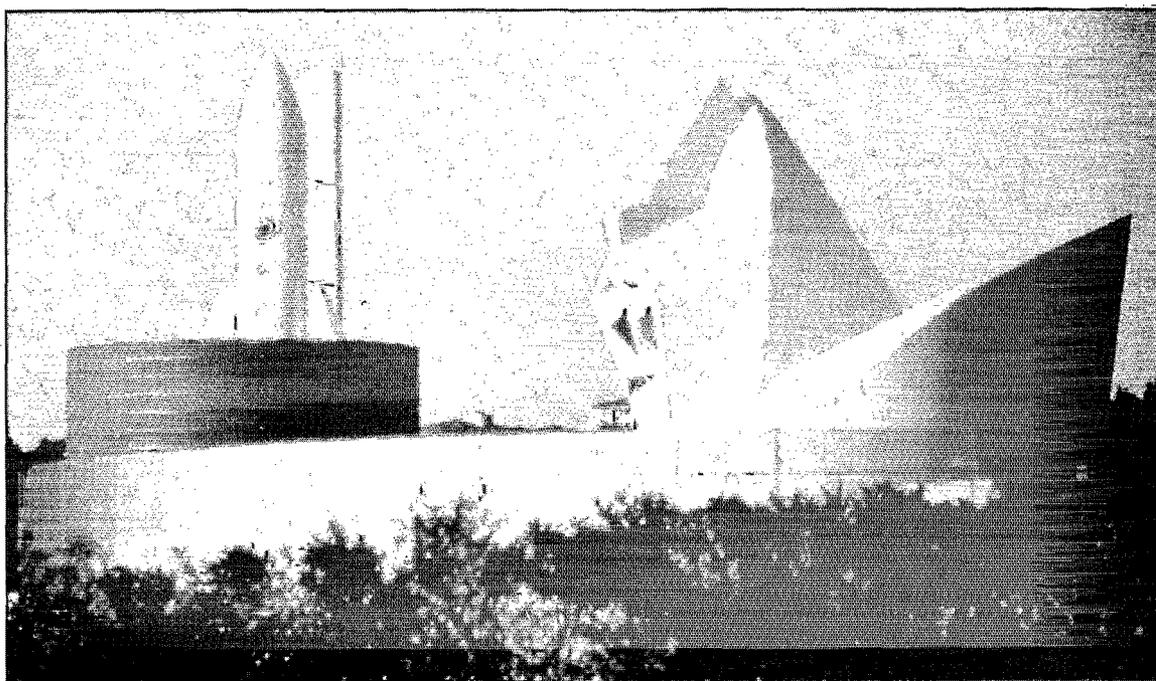
A Toulouse, dans le sud-ouest de la France, la Cité de l'espace a ouvert ses portes au public le 27 juin 1997. Ce parc thématique urbain de 3,5 hectares offre au visiteur des jardins, un pavillon d'exposition, un planétarium et divers services. Quelles en sont les principales caractéristiques ? Selon quel concept a-t-il été imaginé ?

Le mot « espace » doit être entendu ici au sens de milieu extra-atmosphérique (donc sans les activités aéronautiques), dans lequel les hommes, projetant leur insatiable quête de sens et de puissance, tentent de pénétrer soit en s'y risquant eux-mêmes, soit en y expédiant des engins automatiques et des signaux radioélectriques afin d'accroître leur connaissance de l'univers et d'en exploiter les ressources. Quant au mot « cité », il a été préféré à celui de musée, en référence à son sens originel, celui de la cité grecque, d'un « cœur de ville », d'un en-

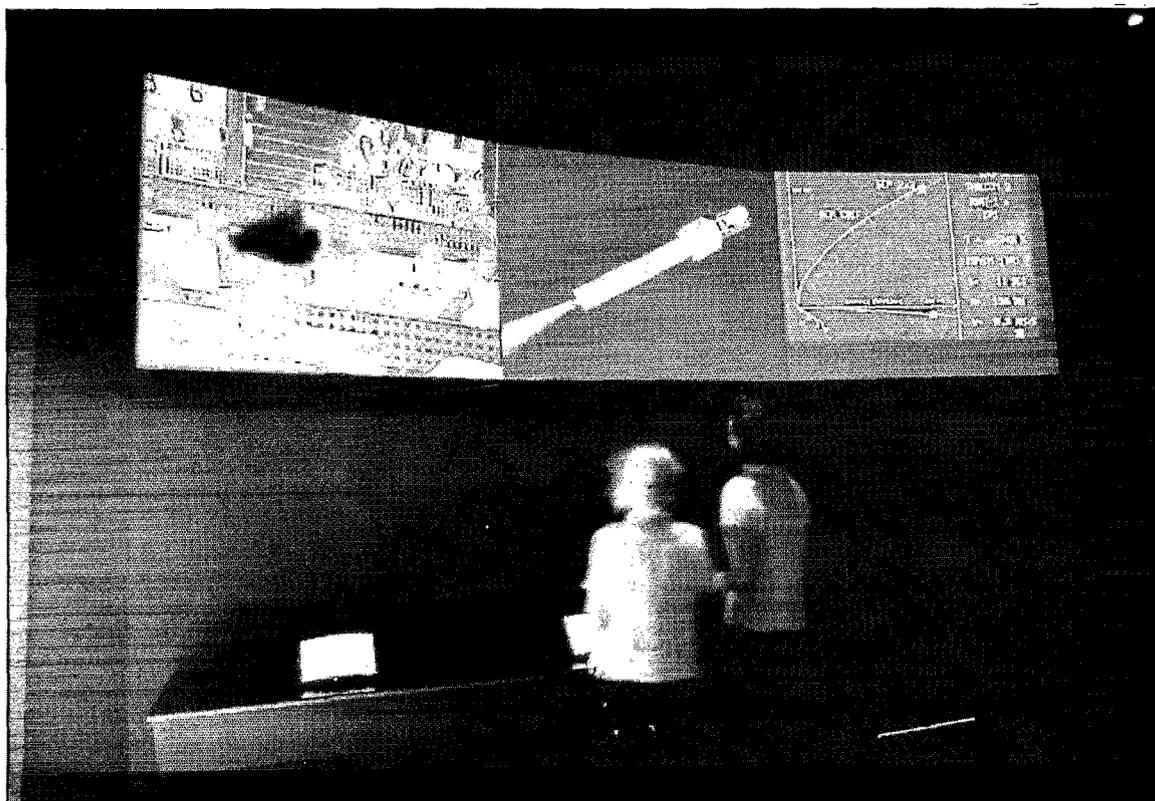
semble de quartiers dans lesquels déambuler, observer, apprendre, rencontrer, discuter et se restaurer. C'est un site vivant, actuel, dont l'objectif n'est pas de présenter des objets dans une perspective historique.

Ainsi la dénomination du lieu, composée de deux termes antinomiques (l'un tire vers l'infini, l'autre évoque la communauté des hommes dans ses murs), dit clairement le but recherché : faire en sorte que le plus grand nombre de citoyens, jeunes ou plus âgés, viennent ici tenter de mieux comprendre l'une des grandes aventures humaines de leur temps, qui contribue à transformer leur vie quotidienne, leur vision du monde et leur rapport au cosmos. Autrement dit, l'objectif est clairement d'expliquer les sciences et les techniques spatiales. Satellites de communication et d'observation, lanceurs et sondes automatiques, stations orbitales habitées : « A quoi ça sert et comment ça

© M. Barbary



*Vue générale  
du bâtiment  
des expositions  
et de la maquette  
grandeur nature  
du lanceur  
Ariane 5.*



*La salle de contrôle, avec simulation des lancements de satellites.*

marche ? » Tel est le propos. L'esprit général des présentations a été délibérément placé sous la référence de l'espace des hommes, à partir de laquelle ont été mis en valeur l'utilité et le fonctionnement des engins spatiaux. La démarche est résolument pédagogique, mais aussi onirique et ludique. Ce n'est pas l'histoire spatiale (aujourd'hui trop brève) qu'il convient de conter, mais une aventure en train d'être vécue, grâce à une présentation thématique claire et aussi complète que possible. Dans cet esprit, six grands thèmes ont été retenus : télécommunications ; météorologie et climatologie ; observation de la Terre ; sciences de l'espace ; l'homme dans l'espace ; lanceurs et lancements.

Chacun d'eux est traité dans un lieu bien identifié. Ils sont précédés, dans des salles proches de l'entrée, de trois exposés qui permettent au visiteur d'acquérir un certain nombre de notions de base utiles pour comprendre ce qui va lui être montré : un avant-propos culturel retrace l'histoire des représentations, des mythes et des connaissances que l'homme a élaborés au fil des âges concernant l'espace ; « anatomie d'un satellite » décompose les différentes parties d'un engin spatial et

permet de commencer à en comprendre les structures et le fonctionnement ; « orbites et trajectoires » expose quelques notions élémentaires de physique : les lois de la gravité, les différents types d'orbites, le vide et l'apesanteur.

Tel est le concept. La « cité », pour justifier pleinement son appellation, a été conçue pour s'ouvrir à un large public dont les connaissances, la culture, les centres d'intérêt et les âges sont multiples. Cette diversité souhaitée des visiteurs — de l'enfant de sept ans à l'expert — exige des modes de présentation qui permettent plusieurs niveaux de lecture. Dans ce but, il a été fait appel aux techniques muséologiques les plus variées, en retenant pour chaque cas de figure celle qui paraissait la plus appropriée. Au total, 160 éléments d'exposition sont répartis dans les jardins du parc et dans le pavillon. Certains sont délibérément spectaculaires, d'autres permettent une approche plus intime et une exploration technique plus profonde. En voici les grandes catégories.

- *Les éléments phares.* En tout premier lieu, dans le parc, se dresse la maquette d'*Ariane 5*, grandeur nature, com-

me prête à décoller sur son aire de lancement. Ce sont de grands signaux qui marquent l'imagination et structurent la visite.

- *Les objets authentiques en situation.* Des propulseurs, des morceaux de lanceurs et de satellites ayant servi aux essais, des antennes, des balises, etc., qui le plus souvent n'ont pas fait le voyage dans l'espace, mais qui ont été utilisés dans la préparation des projets. Ils font office de témoins, en même temps qu'ils constituent des instruments pédagogiques efficaces.
- *Les simulations.* L'une des plus spectaculaires est celle qui reconstitue la salle de contrôle d'un lancement d'*Ariane*. Les visiteurs assistent au compte à rebours, au vol et à la mise en orbite du satellite, dont chacune des phases leur est expliquée. D'autres simulations sont présentées dans le cadre de la météorologie et de l'observation de la Terre, où la fabrication des images et leur interprétation participent de la même approche.
- *Les expérimentations et les manipulations.* Très nombreuses dans tous les espaces d'exposition, elles font largement appel à l'informatique et à la mécanique pour que le visiteur puisse de ses propres mains tracer des orbites et des trajectoires, former des images, mesurer le vide et l'apesanteur, prendre conscience des vitesses, orienter des antennes, établir des liaisons de télécommunication, localiser des objets mobiles, etc.
- *Les observations et les mesures directes en temps réel.* L'astronomie, la météorologie, en particulier, sont mises en valeur de cette manière. Des situations proches de celles qu'on rencontre dans les laboratoires sont ainsi créées.
- *Les modèles réduits et les dioramas.* Instruments classiques des musées, ils

sont utilisés pour conter l'histoire des engins de lancement, présenter des modèles climatiques, des schémas complexes de télécommunication ou d'observation de la Terre.

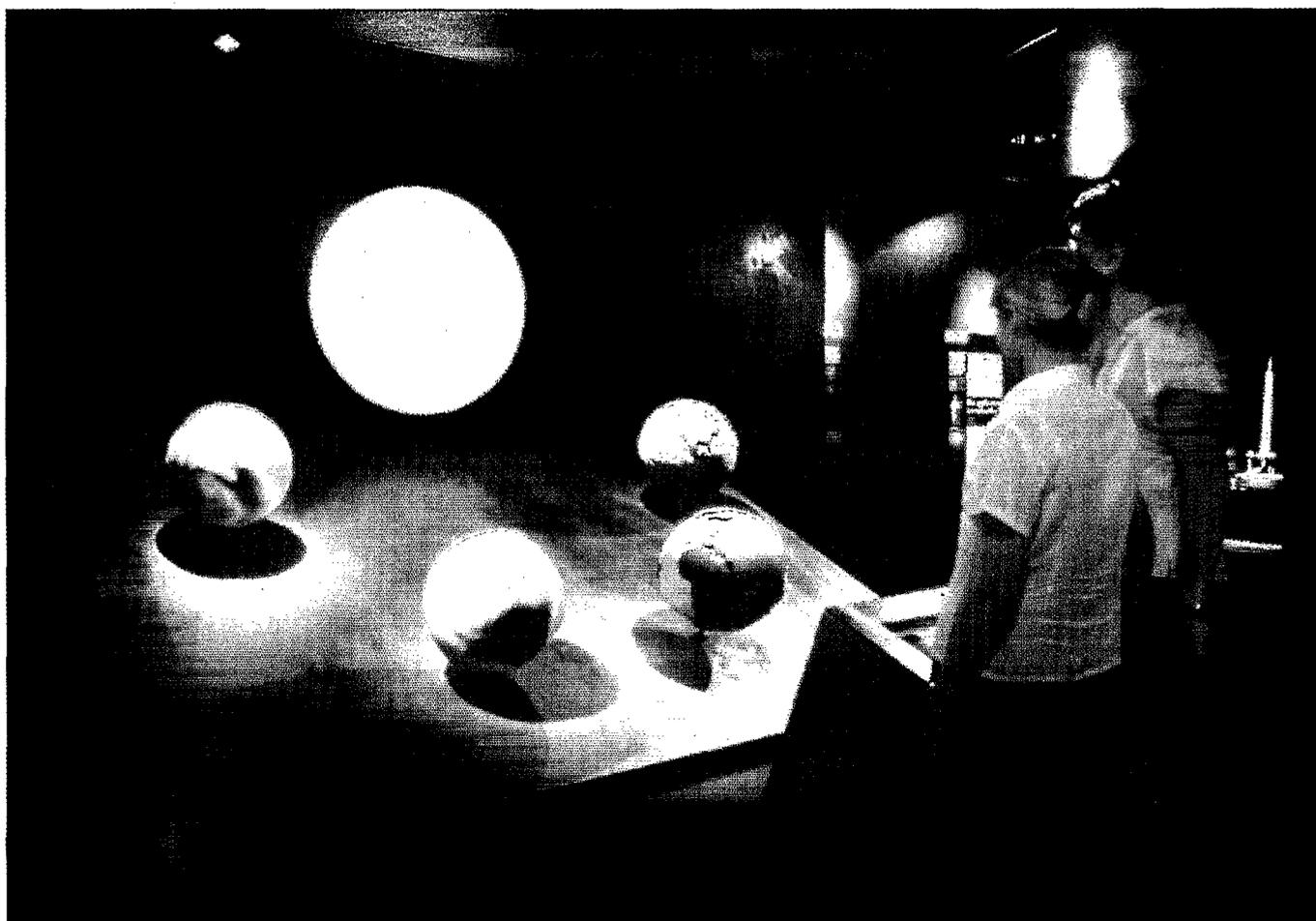
- *Les spectacles.* Ils prennent place, en particulier, dans un planétarium bénéficiant d'une technologie de pointe (Digistar). Cela permet des créations originales qui mêlent différents types d'images et d'effets, qui constituent des programmes pédagogiques, ou bien des spectacles grand public.
- *Les panneaux illustrés.* Brefs, précis, concis, abondamment illustrés et écrits pour être accessibles à tous les publics, ils sont employés si nul autre moyen ne peut être utilisé pour exposer un sujet. Le plus souvent, ils sont associés à d'autres modes de présentation.
- *Les « points-ressources ».* Ils permettent de développer l'information, d'aller plus avant dans l'explication, la compréhension des techniques, des problèmes économiques ou de l'histoire de l'espace.
- *Les animations.* La Cité de l'espace est en permanence rendue plus vivante encore par la présence de médiateurs, d'animateurs qui, dans chaque lieu, aident le visiteur à comprendre, le guident dans ses parcours, dialoguent avec lui, procèdent à des expériences qui s'ajoutent à celles rendues possibles en libre service.

Ces dix modes d'exposition sont pratiquement présents dans chaque îlot du parc et du pavillon. Ils sont intégrés dans une scénographie qui leur donne à la fois cohérence et identité. La présentation et le graphisme ont été travaillés pour permettre de bien articuler les différents lieux, de renforcer la portée des messages et de contribuer à donner à l'ensemble une couleur, une ambiance et une esthétique originales.

### Le tour de table

La réalisation à Toulouse d'un tel lieu était bien légitime. Cette ville est en effet celle qui, en Europe occidentale, regroupe le plus grand nombre d'activités spatiales de caractère scientifique, technique et industriel. Elle éprouvait, depuis quelques décennies déjà, le besoin d'ouvrir portes et fenêtres pour mieux faire connaître l'une de ses plus prestigieuses activités. Une telle situation conduisait tout naturellement à associer un grand nombre de partenaires au projet : collectivités territoriales, ministères, établissements publics, entreprises publiques et privées appartenant à la communauté spatiale. Au centre du dispositif, dès le départ, a pris place la municipalité : très vite, elle prenait la décision de mettre à disposition le terrain nécessaire en même temps qu'elle décidait d'apporter la contribution financière la plus importante pour l'investissement, ainsi que la future subvention d'équilibre pour le fonctionnement de la Cité. Grâce à l'engagement sans réserve et durable ainsi pris par l'opérateur principal, une quarantaine de partenaires ont été assez rapidement trouvés qui, au total, ont rapporté quelque 70 millions de francs (soit un peu plus de la moitié du coût total : 132 millions). Ils ont fourni une aide en argent, en matériels et en prestations diverses. Aucun des éléments d'exposition ne porte leur nom, qui, en revanche, figure sur les documents destinés à la communication et sur un panneau récapitulatif situé dans le hall d'entrée de l'établissement.

Tous ont été associés à la réalisation du projet, au sein d'un groupe des partenaires qui se réunissait tous les deux mois. Ce dispositif a permis une véritable association d'un grand nombre d'acteurs très divers, sans que l'initiative ni la liberté d'exécution de l'équipe-projet en soient



*Machine-Terre : une des présentations interactives de la salle « Orbites et trajectoires ».*

affectées. Aujourd'hui, cette concertation continue au sein de la société d'exploitation, structure « mixte » dans laquelle la municipalité dispose de 51 % des actions. Un contrat d'affermage lie la société exploitante à la ville.

Il est prévu que la fréquentation de la Cité de l'espace sera, à partir de 1998, de 200 000 à 250 000 visiteurs payants par an. Cette estimation se fonde sur de premières études qui prennent en compte : la population locale et régionale pouvant effectuer la visite en une demi-journée ou une journée complète, soit un potentiel de 2 millions de visiteurs (hors scolaires) qui peut générer (si on lui applique des critères, très restrictifs, repris de la fréquentation d'autres lieux à caractère scientifique et technique, moins attractifs) entre 60 000 et 70 000 visiteurs par an ; la clientèle touristique, en provenance d'autres régions françaises et de l'étranger, qui représente une perspective comparable à la précédente ; les visites de type

scolaire qui, compte tenu des seuls écoles, collèges et lycées installés dans la Région Midi-Pyrénées, doivent toucher entre 40 000 et 50 000 jeunes en groupes. Les premiers mois d'exploitation montrent que ces objectifs sont atteints, voire dépassés. En effet, pour le premier semestre d'ouverture (juillet-décembre 1997), la fréquentation a été de l'ordre de 130 000 visiteurs.

Compte tenu des tarifs d'entrée retenus (50 francs pour les adultes individuels, 30 francs pour les adultes en groupes, 25 francs pour les enfants) et des bénéfiques attendus de différentes activités (restaurant, boutique, locations pour colloques et soirées, conventions de partenariat, etc.), les recettes propres de l'établissement se situeront vraisemblablement, en année pleine, à l'intérieur d'une fourchette comprise entre 9 et 12 millions de francs. Elles couvriront environ 45 % des dépenses annuelles. La ville de Toulouse assurera le financement



« Vivre dans l'espace », reconstitution d'un module de la station Mir.

complémentaire pour équilibrer les comptes.

La complémentarité de ces différents modes de financement reflète parfaitement les trois grandes missions qui ont été fixées dès le départ à la Cité de l'espace : lieu de culture scientifique et technique, à vocation pédagogique, relevant d'une mission de service public et justifiant un financement partiel par l'État ;

établissement de loisir culturel dans une ville et une région très actives, et fréquentées par de nombreux touristes français et étrangers, ce qui explique une importante participation des collectivités publiques locales ; lieu de présentation des activités spatiales, en particulier celles qui sont situées dans la région toulousaine, ce qui justifie la contribution des entreprises établies dans ce secteur.

Ainsi fut mise en orbite la Cité de l'espace. Son succès ne sera durablement assuré que si elle maintient une qualité des présentations et de leur contenu, si elle sait se renouveler sans cesse pour suivre l'évolution des activités scientifiques et techniques dont elle entend rendre compte, afin de piquer la curiosité des générations futures. D'ores et déjà, une deuxième tranche est à l'étude. ■

# Pour une muséologie insulaire des Caraïbes

Jean-Philippe Maréchal

*Les difficultés auxquelles ont à faire face les musées des Caraïbes tiennent pour une large part à leur isolement et à l'extraordinaire variété du riche patrimoine qu'ils ont à gérer. Cette situation exige un effort particulier pour coordonner l'action des établissements. Des dispositions utiles ont déjà été prises pour mieux accorder leurs activités, pour les concentrer plus fermement sur la préservation de leur environnement. Maître de conférences à l'Université de Paris-6 et titulaire d'un DEA (diplôme d'études approfondies) de muséologie du Muséum national d'histoire naturelle de Paris, l'auteur est muséologue au sein d'une entreprise privée, le Chalutier Victor-Pleven, actuellement transformé en Musée de la grande pêche, à Lorient, France.*

Les musées des sciences des Caraïbes sont confrontés à des contraintes et à des insuffisances qui freinent leur développement et gênent l'évolution de la muséologie insulaire. Les contraintes, autres que les risques naturels majeurs (cyclones, séismes, tempêtes, etc.), sont de quatre sortes : a) l'éloignement géographique, qui induit un isolement politique et culturel ; b) l'orientation politico-économique des États caraïbes ; c) la recherche scientifique ; d) le multilinguisme. Les insuffisances portent sur les ressources humaines (scientifiques) et les moyens administratifs (législation, financements, formation). Les musées doivent souvent s'accommoder d'un personnel peu compétent, faire face à des problèmes de conservation et de gestion des collections, de statuts, etc. Malgré tous ces problèmes, ce sont des institutions qui « survivent » dans un cadre culturel et naturel riche. La connaissance de leurs difficultés et le développement du soutien international sont essentiels pour assurer leur pérennité.

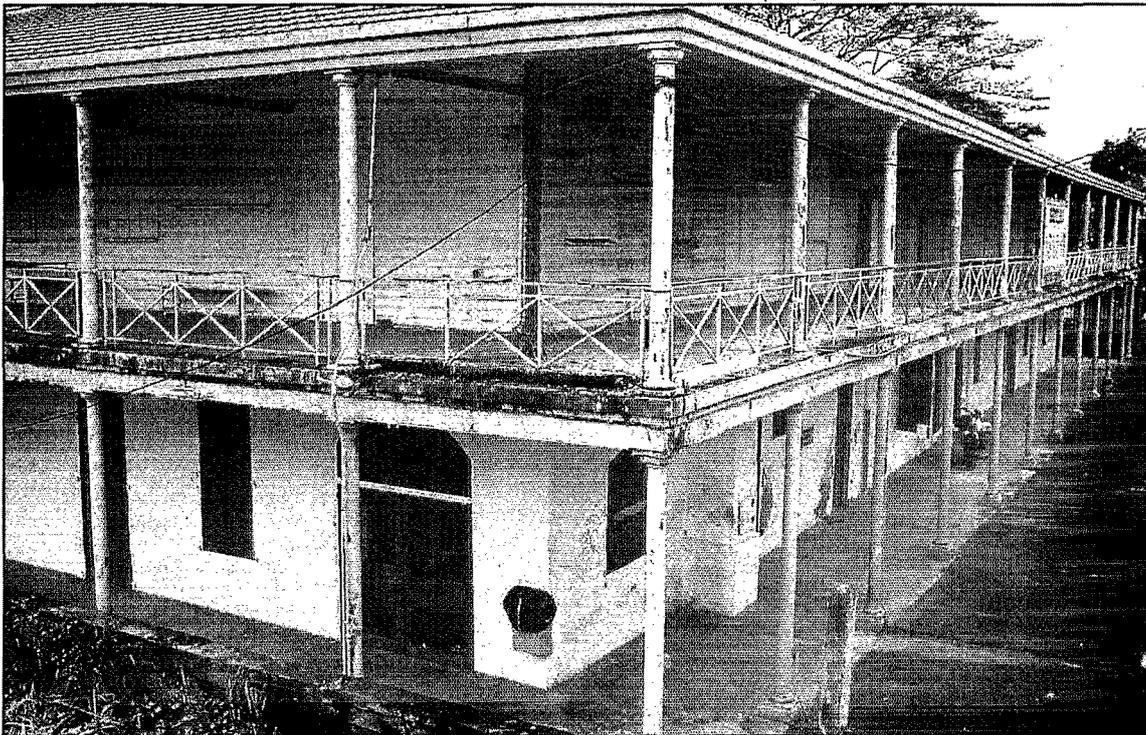
Depuis cinq ans, la MAC (Association des musées des Caraïbes) s'efforce de coordonner les efforts pour améliorer les conditions d'existence des musées, tous témoins d'un patrimoine culturel et naturel, passé ou actuel, tous mémoire de l'évolution de l'humanité dans un lieu. Ils stockent des œuvres ou des objets naturalisés pour servir à la connaissance et combattre l'oubli du passé, culturel, naturel ou historique. Lieux d'« approbation du savoir » et témoignages des époques face à l'évolution culturelle, à l'industrialisation, au progrès et à la modernité, ils sont les reflets de leur action sur les sites naturels. Malgré les efforts de la MAC dans les Petites Antilles, l'absence d'institutions structurées et organisées pour la connaissance et la conservation du patrimoine contribue à la dégradation des lieux d'ex-

position et participe à l'abandon culturel et naturel ressenti par les populations.

Dans les Caraïbes, qui s'étendent des Bahamas à la Guyane, cent trente et un musées ou édifices, consacrés à des thèmes particuliers, sont inscrits à la MAC ; quarante et un sont des musées « scientifiques » ou présentent des collections liées à un domaine particulier des sciences. Parmi l'ensemble de ces structures, vingt-huit ont des collections d'archéologie et d'ethnologie, des périodes précolombiennes à la période historique de la colonisation. Dix-neuf abritent des collections d'histoire naturelle marine ou terrestre concernant la géologie, la faune et la flore ; huit présentent à la fois des collections d'histoire naturelle et d'archéologie ou d'ethnologie. Des musées spécialisés existent dans les Grandes Antilles ; en revanche, dans les Petites Antilles, ce sont surtout des musées généralistes, orientés principalement vers l'archéologie précolombienne. L'amalgame y est fait entre l'histoire des hommes et quelquefois l'histoire naturelle.

La plus ancienne de ces institutions daterait de 1879 (Natural History Division of the Institute of Jamaica) et les plus récentes de 1993 (Écomusée de la Martinique, Grenada Hall Forest and Signal Station de la Barbade, Pigeon Island Museum de Sainte-Lucie). Plusieurs projets sont en cours de réalisation, notamment en Martinique, avec la rénovation du Muséum d'histoire naturelle et, à Sainte-Lucie, avec celui d'un musée national.

Les musées d'archéologie sont en général représentatifs de la culture préhistorique de l'île considérée, mais souvent répétitifs. Leur propos est fondé sur les collections constituées localement. Il existe des musées de site (Centro Ceremonial Indígena de Tibes, Porto Rico) ou d'authentiques musées d'archéologie (Musée d'archéologie de Fort-de-France). Cer-



Avec l'aimable autorisation de l'auteur

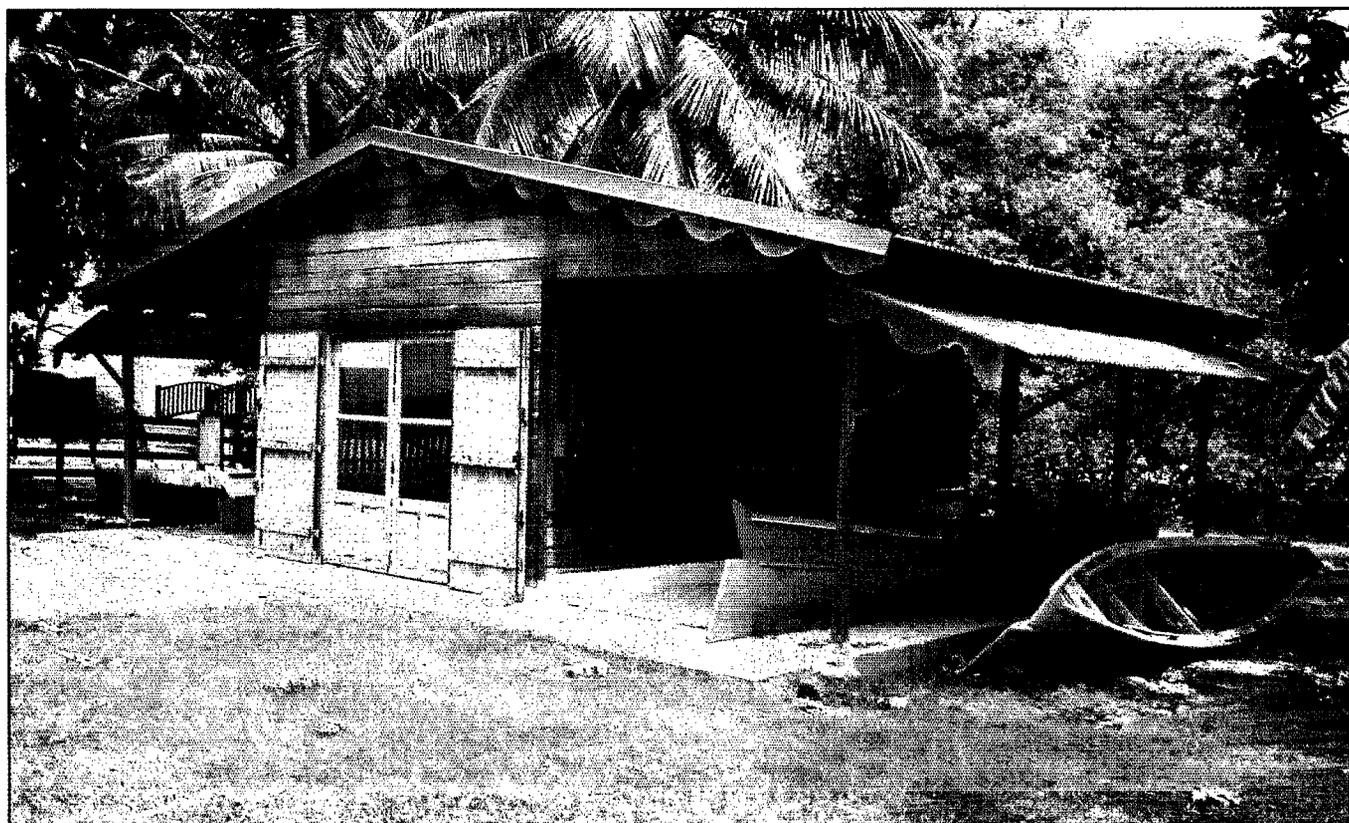
*Le Muséum d'histoire naturelle de Fort-de-France, Martinique.*

taines îles, comme Porto Rico, Cuba, Aruba ou la Martinique, ont développé leurs recherches dans ce domaine, multipliant les relations avec les scientifiques des grandes universités européennes ou américaines. Des travaux importants entrepris dans la plupart des régions des Caraïbes ont permis la tenue de congrès, tels les Congrès internationaux pour l'étude des cultures précolombiennes dans les Petites Antilles. L'étude des expositions de l'ensemble des structures muséales, depuis Trinidad jusqu'à Cuba, permet d'avoir une vision concrète des flux migratoires des populations.

Les musées d'histoire, qui tiennent une place importante dans la mémoire collective, traitent des évolutions propres à chaque île. Leurs exposés sont soutenus par des collections de photos, d'art (gravures, peintures), de cartes, d'objets mili-

itaires (armes), d'objets quotidiens, etc., illustrations d'une revendication identitaire marquée par le caractère spécifique des thèmes proposés : passé maritime des Bermudes au Bermuda Maritime Museum ; esclavagisme au Pompey Museum of Slavery and Emancipation, à Vendue House, aux Bahamas).

A l'exception de quelques îles des Grandes Antilles (Cuba, la Jamaïque), où les chercheurs universitaires sont en mesure d'alimenter et de concevoir des expositions, les musées de sciences naturelles sont rares. Dans les Petites Antilles, certaines institutions présentant des collections naturalistes ne se considèrent pas elles-mêmes comme des muséums (Sainte-Lucie). Les collections de sciences naturelles restent peu nombreuses, et les expositions de coquillages, de coraux, d'éponges ou autres animaux marins sont



Avec l'aimable autorisation de l'auteur

*Une hutte de l'Écomusée de la Martinique, où sont montrées les techniques de pêche de la région.*

peu fréquentes. Ces collections incomplètes, très peu ou mal documentées, sont dénuées de toute valeur scientifique. Les objets réunis sont, pour la plupart, des spécimens non représentatifs des milieux. Par exemple, les coquillages de la collection du père Pinchon (Martinique) proviennent des plages et des zones peu profondes du littoral<sup>1</sup>. Malheureusement, ses objets sont inaccessibles pour le moment, bien que la création d'un musée du père Pinchon soit envisagée : il ferait référence à sa vie et à son œuvre. Seuls quelques oiseaux, quelques planches de papillons, etc., alimenteraient cette exposition. Les autres objets resteraient dans des caisses, peut-être à l'usage des chercheurs. Sa bibliothèque et ses ouvrages constituent une source de données abondantes sur la faune et la flore antillaises. Pour la Martinique, les collections d'histoire naturelle sont réduites à un herbier, une photothèque d'espèces végétales, des collections géologiques et une superbe collection scientifique de mollusques, unique dans les Caraïbes.

Il existe peu de musées spécifiques dans les Petites Antilles. Tous ces établissements présentent des éléments d'histoi-

re, de préhistoire, d'art et quelquefois de sciences naturelles, sans lien transversal. Les collections, placées les unes à côté des autres, constituent des ensembles hétérogènes, chacune faisant référence à une spécificité de l'île considérée.

#### **Le mot clé : diversité**

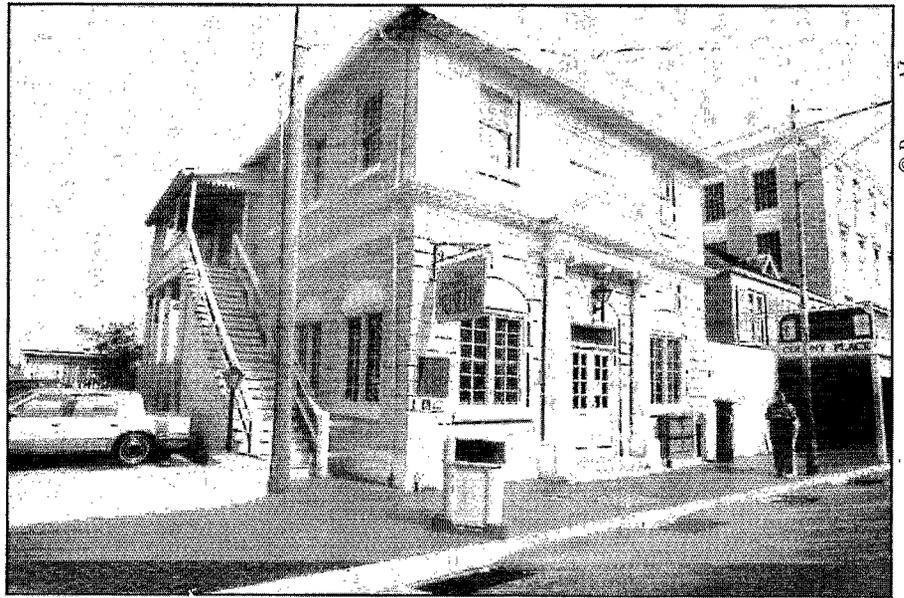
Qu'il s'agisse des équipes qui les animent ou du nombre de leurs visiteurs, les musées présentent des situations très différentes. Certaines institutions, telle la Natural History Division of the Institute of Jamaica, bénéficient du concours de spécialistes dans des domaines de recherche précis (botanique, entomologie, archéologie, etc.), et les personnels comptent plusieurs dizaines d'employés (directeur, conservateurs, chercheurs, agents, etc.). D'autres sont dirigées par une seule personne, sans formation particulière en muséologie, qui assure la gestion globale de l'établissement (musée de Saint-Martin). Il en résulte de grandes différences sur le plan des activités, de l'animation et de l'accueil du public : ainsi, le Bermuda Maritime Museum emploie dix personnes à temps plein, et jusqu'à quarante

ou cinquante en été, avec des bénévoles. Ces moyens humains permettent de développer des politiques et des activités pédagogiques. Le nombre de visiteurs peut atteindre 50 000 au Bermuda Maritime Museum ou 6 000 par an au Museo Arqueológico d'Aruba.

Les musées de la région s'adressent à deux types de visiteurs : les vacanciers et les résidents. Le contenu des expositions doit être attractif pour tous, et l'on peut se demander si une orientation touristique est compatible avec les attentes du public local. Comment définir le discours général de l'exposition si une différence se fait jour entre les attentes d'un public occasionnel à visite unique et celles des habitants de l'île ?

Les départements français des Caraïbes se situent dans une région multiculturelle et polyglotte, élément essentiel pour des musées fortement orientés vers le tourisme. Quatre langues y sont parlées : français, créole, anglais et espagnol.

Dans les musées de sciences naturelles, où les informations sont indispensables, on n'utilise pas les quatre langues, qui surchargeraient les panneaux. La plupart des établissements proposent des panneaux en deux langues : anglais/espagnol, anglais/français. La meilleure solution serait de fournir des plaquettes au visiteur à l'entrée, ou de les placer dans les galeries, à proximité de l'exposé des différents thèmes. Pour la Martinique, le créole reste un moyen de diminuer l'écart entre le discours scientifique et le public local. L'intégration en créole des noms d'espèces, des noms donnés aux différents écosystèmes, de ceux utilisés pour la pêche permet au visiteur antillais de retrouver une partie de ses connaissances exposées dans un langage vernaculaire connu de lui, et c'est une approche exotique des sciences de la nature pour les touristes. La langue — et son utilisation

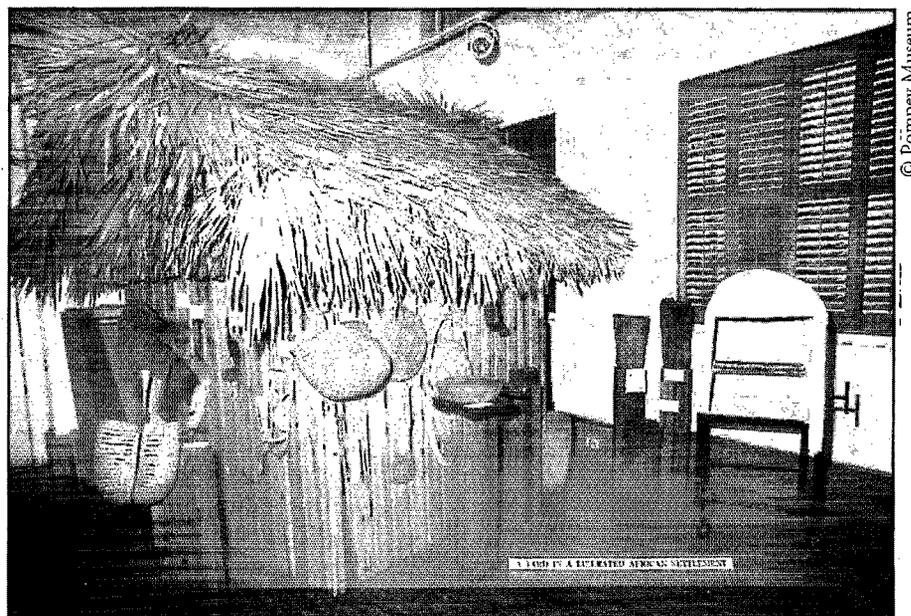


*A Nassau, aux Bahamas, le Musée de l'esclavage et de l'émancipation de Pompey.*

pour nommer des espèces, des milieux — appartient au patrimoine culturel associé à la nature. En exploitant les richesses locales, en en jouant, les musées peuvent trouver la voie originale qui les intégrera le mieux possible dans l'espace culturel des Caraïbes.

Constituée en novembre 1989, la MAC est une structure associative internationale destinée à répondre aux problèmes d'isolement des musées des Caraïbes. Son secrétariat exécutif est installé à la Barbade. Le but de cette association est de coordonner des programmes im-

*Dans cette cuisine ancienne des Bahamas sont exposés des paniers en paille. (Musée de Pompey.)*



pliquant l'ensemble de ses membres pour une évolution des musées adaptée aux besoins, aux moyens, et aux développements économique et culturel des Caraïbes. Cofinancés par l'UNESCO, le CARICOM, le PNUD, l'OEA et le Conseil régional de la Martinique, plusieurs projets ont été mis en œuvre : a) la publication d'un journal de diffusion de l'information, *MAC Newsletter* ; b) le projet CARICOM d'aide aux établissements « en péril » ; c) la formation des personnels des musées ; d) l'édition d'un annuaire et d'un guide des musées des Caraïbes ; e) la mise en place d'un plan de prévoyance des catastrophes naturelles.

Les différences entre les établissements sont importantes. Un musée géré par une municipalité des Grandes Antilles n'a pas les mêmes problèmes qu'un petit musée privé d'une île indépendante des Petites Antilles. Pourtant, leurs missions sont identiques, centrées sur la conservation d'un patrimoine. Dans le premier cas, les structures administratives, financières et politiques permettront de prendre les mesures nécessaires à la préservation du patrimoine ; dans le second, ce sera la perte de celui-ci par dégradation, vente ou vol.

#### Des normes et des modèles

Certains musées des Petites Antilles connaissent de graves problèmes financiers qui conduisent à l'abandon involontaire des collections. La plupart de ces structures associatives ou privées fonctionnent grâce aux dons, aux ventes ou aux emprunts bancaires. Les subventions d'État, une pratique courante en France, n'existent pas dans les îles anglophones, et ces musées sont en danger. Aux problèmes financiers s'ajoute celui du pillage : l'absence de législation pour la sauvegarde des patrimoines des Caraïbes favo-

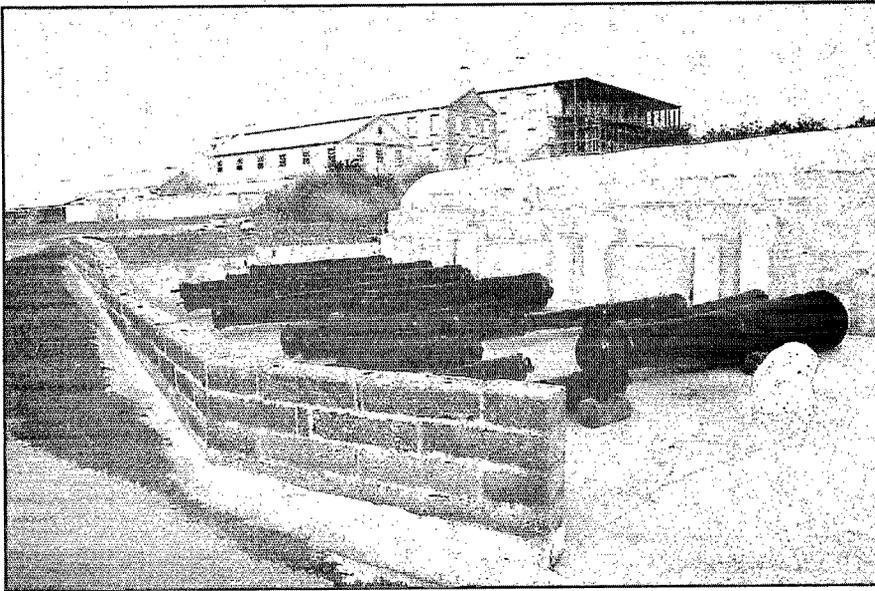
rise les prélèvements abusifs et destructeurs, par exemple dans les sites mayas du Belize.

La MAC tente de prendre des mesures contre ces abus, mais de telles actions ne sont pas toujours évidentes. Dans certains pays, le contexte politique empêche l'élaboration de texte ou de loi pour protéger les biens culturels et naturels : « Il n'existe pas de cadre juridique supranational qui appréhende dans une approche patrimoniale l'ensemble des territoires de la région des Caraïbes. Concernant le droit interne, la protection juridique du patrimoine culturel obéira à des principes divers suivant les traditions juridiques des États (issus directement des institutions des États coloniaux)<sup>2</sup>. »

Toutefois, plusieurs conventions existent, et les Constitutions de certains États formulent des dispositions concernant la protection du patrimoine culturel et de l'environnement<sup>3</sup> : « Outre la dimension culturelle qui peut être amenée à légitimer des orientations politiques, les dispositions constitutionnelles relatives au patrimoine culturel illustrent la volonté des jeunes États d'asseoir leur légitimité sur une identité nationale fortifiée par l'identité culturelle commune et de mettre cette dernière au service de la société et de son développement. » Dans cette optique de développement commun, des programmes globaux renforceront l'appartenance à une identité caraïbe culturelle et naturelle.

Il est compréhensible que certaines îles aient d'autres priorités que la préservation d'un patrimoine culturel depuis longtemps dégradé. Les musées créés grâce à des investissements personnels sont les plus touchés par cette absence d'organisation, de législation ou même d'intérêt de la part de quiconque.

La conservation d'un patrimoine, quel qu'il soit, ne suffit pas : sa mise en valeur



*Le Musée maritime des Bermudes, à Mangrove Cay.*

dans des lieux appropriés est nécessaire. L'absence de moyens financiers conduit souvent à exposer ces collections dans des structures préexistantes (l'ancien arsenal de la marine royale du XIX<sup>e</sup> siècle aux Bermudes, une ancienne distillerie pour l'écomusée de la Martinique, une caserne désaffectée, des bâtiments historiques de toutes sortes) ou à les stocker, en attente d'un lieu approprié (la collection du père Pinchon en Martinique, mise en caisses, est inaccessible). Ces lieux ne sont pas toujours adaptés à recevoir des expositions et les conditions minimales de conservation sont souvent inexistantes. Le manque de communication, qui engendre une mauvaise connaissance des problèmes réels, devrait être l'un des premiers problèmes à résoudre : la création de l'annuaire des musées des Caraïbes par la MAC est un premier pas, mais les musées qui « survivent » sans moyens de développement ont beaucoup de difficultés à prendre part aux échanges.

Les particularités des établissements font que chaque cas doit être traité séparément, bien que des solutions générales puissent résoudre de nombreux problèmes communs. Le manque de formation des directeurs locaux les rend peu sensibles à la problématique des musées insulaires. Sur l'ensemble des musées scientifiques joints par lettre et par fax au cours de cette étude, 20 % ont répondu par courrier, soit dix réponses, dont trois

seulement ont donné des éléments se rapportant aux questions posées.

Un musée n'a pas une rentabilité financière exceptionnelle et il n'est pas perçu comme un outil de développement économique important. Ces deux éléments sont peut-être parmi les raisons qui bloquent les décisions politiques, plus soucieuses des problèmes socio-économiques, et la mission éducative de telles institutions est peu prise en compte.

D'autres contraintes, telles les difficultés de déplacement, vont à l'encontre de l'action des conservateurs des Caraïbes, et les difficultés des services postaux accroissent la mauvaise circulation des informations. La diversité des langues est aussi à l'origine de certains problèmes.

Malgré les efforts de la MAC depuis sa création, la situation des musées des Caraïbes a peu évolué. Certes, quelques projets ont abouti, mais ils n'intéressent pas directement les établissements qui ont de réels besoins. Compte tenu de la participation des « musées des sciences » joints au cours de l'étude, il faut se demander si l'isolement de ces établissements ne conduit pas à un repliement sur soi qui entraîne une politique de fermeture aux demandes d'information, et il semble que la MAC soit tenue pour une source potentielle d'aide financière plutôt que pour un outil utile au développement des musées.

Seules les associations assurent tant bien que mal la défense du patrimoine

*Une exposition d'histoire locale  
au Musée maritime des Bermudes.*



© Bermuda Maritime Museum

naturel. Les problèmes posés constituent un ensemble de réalités qui bloquent le développement et l'amélioration des structures muséales consacrées à l'histoire naturelle. Les orientations politiques et économiques de certaines îles s'ajoutent au débat environnemental, et la croissance économique prime sur la préservation des cultures et du cadre naturel. Quel est l'avenir « écologique » de ces micro-États insulaires si rien n'est fait pour sensibiliser les populations à la protection de leur environnement, notamment grâce au bon fonctionnement des structures muséales ? ■

*Remerciements.* L'auteur tient à remercier de l'aide qu'ils lui ont apportée : Mme de Grandmaison, présidente de la Société des galeries de géologie et de botanique de Fort-de-France, qui a financé cette étude ; le Musée départemental d'archéologie et de préhistoire de Fort-de-France ; l'Écomusée de la Martinique et le Service régional de l'archéologie ; la municipalité de Coamo, Porto Rico ; la Réserve naturelle de Las Cabezas de San Juan, Porto Rico ; le Centro Ceremonial Indígena de Tibes, Porto Rico ; le Walter Roth Museum of Anthropology, Guyana ; le Tobago Museum, Trinité-et-Tobago ; le Département des archives de la Société d'histoire des Bahamas ; le Musée maritime des Bermudes ; le Musée d'archéologie d'Aruba.

Cette étude a été réalisée dans le cadre d'un mémoire de DEA de muséologie du Muséum national d'histoire naturelle de Paris, sous la direction de Jacques Maigret, conservateur en chef à la Grande Galerie de l'Évolution, et de Dominique Jammot, conservateur du Muséum d'Orléans, que je remercie tous deux pour leur soutien et leurs conseils.

1. Communication personnelle de Lesley Sully.
2. V. Négri, « La protection juridique du patrimoine culturel dans la région caraïbe », p. 94-101. *Les musées des départements français d'Amérique* (actes du congrès des 14-18 novembre 1994, Fort-de-France, Martinique), ICOM, 1996, 144 p.
3. Constitutions du Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Haïti, Honduras, Nicaragua, Panama, Venezuela ; Protocole sur les zones et la vie sauvage spécialement protégées à la Convention pour la protection et la mise en valeur du milieu marin dans la région caraïbe, adopté le 18 janvier 1990 à Kingston ; Convention concernant les mesures à prendre pour interdire et empêcher l'importation, l'exportation et le transfert de propriété illicites des biens culturels, UNESCO, 14 novembre 1990, ratifiée par quatorze États d'Amérique centrale et des Caraïbes ; Déclaration de Saint-Domingue créant le statut particulier de la mer des Caraïbes, 9 juin 1970 ; Convention de Lomé IV, dont un chapitre est consacré à la coopération culturelle et sociale, et qui vise à appuyer les politiques et les mesures prises par les États ACP pour promouvoir leur identité culturelle.

# Les musées : une porte ouverte sur le futur

Raili Huopainen

*« Dans le musée du futur » est intitulé d'un projet ambitieux qui visait à esquisser les différentes voies possibles pour assurer le développement des musées finlandais. Comme le souligne Raili Huopainen, qui a joué un rôle de premier plan dans cette entreprise, il s'agissait non pas d'imaginer le « musée de demain », mais d'appliquer les méthodes et les techniques de pointe de la futurologie à la planification muséale. Raili Huopainen, qui dirige le Musée provincial de Laponie, a été lauréate en 1994 du prix du Musée européen de l'année, décerné par le Conseil de l'Europe. Après avoir effectué un certain nombre de travaux consacrés aux activités muséales pour le compte du Conseil national des antiquités de 1995 à 1997, elle met au point un projet sur les investissements culturels en tant qu'éléments de la structure économique de la ville de Rovaniemi.*

La Finlande compte plus de 900 musées, tous gérés conformément au code de déontologie professionnelle de l'ICOM, et peut se targuer de posséder le réseau le plus dense du monde : un musée pour 5 000 habitants. Les collections détenues par ces établissements comptent plus de 35,5 millions d'objets, d'œuvres, d'échantillons et d'images. Fondement même de l'activité muséale, ces collections en sont logiquement devenues la dominante, et leur conservation est assurée par des spécialistes hautement compétents. Mais la médiocrité et le mauvais état des installations dont les musées disposent pour les entreposer, qui s'ajoutent à l'insuffisance des fonds consacrés à la conservation et aux frais de personnel, entretiennent une constante équivoque.

La situation est d'autant plus ambiguë que, depuis quelques années, les musées ont multiplié leurs activités publiques. En l'absence d'une augmentation concomitante des moyens financiers, il a fallu réduire les activités de conservation et de recherche, ou bien tenter de mener de front les fonctions anciennes et les nouvelles avec les ressources existantes. Ces ressources varient considérablement d'un musée à l'autre : certains prospèrent, alors que d'autres parviennent à peine à survivre. En Finlande, leur nombre s'est accru dans de telles proportions que tous ne peuvent fonctionner de façon satisfaisante face à la pression croissante de la demande, tant intérieure qu'extérieure. L'inégalité entre les musées s'accroît, mais ils s'efforcent de répondre au mieux aux attentes du public. Ils peinent à établir un ordre de priorité entre leurs multiples fonctions, même quand les ressources dont ils disposent ne leur permettent pas de s'acquitter de toutes avec la même efficacité. Les musées sont le plus souvent peu aptes à s'évaluer eux-mêmes et, de ce fait,

sont incapables de mettre en valeur ce qui fait leur force.

Dans le même temps, la société évolue à un rythme accéléré sous l'action de forces politiques, économiques, technologiques et sociales — qui s'exercent aussi sur les musées. Dans une société agitée par les remous d'une difficile métamorphose, la situation des musées ne va plus de soi : il leur faut comprendre l'importance des forces de changement, être prêts à affronter de nouveaux défis, et il leur appartient de s'adapter aux exigences du futur.

Recenser les choix que les musées vont tôt ou tard devoir faire, telle était l'ambition essentielle du projet « Dans le musée du futur », entreprise conjointe du Conseil national des antiquités et du Centre finlandais d'études prospectives de l'École des sciences économiques et des hautes études commerciales de Turku. Le projet avait pour objectif non pas de concevoir le « musée de demain », mais d'esquisser un certain nombre de profils d'évolution possible, d'aborder la planification et la prise de décisions muséales du point de vue du futurologue, de faire adopter des méthodes qui aident les musées à préparer leur avenir.

Pour son approche futurologique, l'équipe du projet a eu recours à la méthode d'analyse systématique des services, mise au point par Peter Checkland et perfectionnée par Mika Mannermaa : à partir d'une comparaison de modèles structurels du présent et du futur, imaginer les diverses façons, souhaitables ou non, dont les musées pourraient évoluer.

La première étape consistait à dresser un panorama du domaine muséal actuel et à établir pour ce faire un profil type, à savoir : « L'institution muséale maintient et enrichit les connaissances du plus grand nombre en matière de culture, d'histoire et d'environnement ; elle joue

un rôle actif et de soutien s'agissant de la recherche, de l'éducation et de la diffusion des informations relatives à ces domaines. Les musées acquièrent, mettent en réserve et exposent des objets et autres matériels provenant de leurs propres collections ou de collections qui leur ont été prêtées ; ils s'acquittent des fonctions dévolues aux institutions muséales comme ils l'entendent et selon les ressources dont ils disposent. S'agissant de promouvoir la coopération mutuelle et de développer leur action, les musées sont en possession de réserves et de possibilités inexploitées. »

L'étape suivante consistait à échafauder des scénarios, c'est-à-dire des séquences chronologiques d'images de l'avenir qui décrivent de façon assez détaillée les options qui vont s'offrir aux musées, dans des circonstances sociales, culturelles, économiques et politiques de toutes sortes. Ces scénarios présentent autant d'avenirs possibles, mais pas nécessairement probables. Ils ne sont pas même censés se réaliser exactement comme prévu : ils servent plutôt à faciliter l'élaboration méthodique d'un modèle du futur. Ce sont autant de visions des états futurs possibles, ainsi que de leurs caractéristiques, assorties d'une description claire et logique des modalités d'action conduisant à ces états. Des scénarios différents peuvent trouver à s'appliquer simultanément dans différents domaines, mais tous sont porteurs de caractéristiques à la fois positives et négatives. Dans l'évaluation des scénarios concernant l'avenir des musées, l'accent a été mis sur l'identification du possible, du probable, du souhaitable et du non-souhaitable. Les musées eux-mêmes peuvent contribuer à créer l'avenir en retenant les options qu'ils estiment appropriées, réalisables.

Au terme d'une analyse prenant pour

point de départ les musées existants en Finlande, considérés comme partie intégrante de la société et de tout l'environnement, quatre scénarios se sont imposés. Dans le premier, les musées continuent à fonctionner dans une Finlande où la vie quotidienne suit son cours sans différences qualitatives sensibles. Le second — le scénario « catastrophe » — décrit la situation des musées finlandais dans une société gravement perturbée en même temps que considérablement appauvrie. Le troisième scénario est celui d'un « retour au passé », dans un avenir où le mythe du bon vieux temps devient réalité. Le quatrième est un scénario de changement : il décrit les musées dans une Finlande qui s'est activement employée à relever le défi de la société de l'information.

#### **Ouverture sur l'extérieur ou repli sur soi ?**

L'élaboration de scénarios et la modélisation du futur partent de deux visions complémentaires de ce que pourraient être à l'avenir les activités des musées :

- Le musée est une institution qui maintient, développe et analyse un ensemble de données et de collections culturelles et environnementales, et qui les présente de diverses manières. Membre responsable de la société, il agit de façon à maintenir et à faire progresser le savoir, à entretenir la mémoire de la nation et à mieux faire connaître l'environnement. Ses atouts sont l'authenticité, l'originalité et le sens du développement futur.
- Le musée est une institution qui facilite la survie dans un monde en mutation rapide, grâce à ses bases de données, à ses collections organisées et historiquement exhaustives. Il permet aux gens d'affronter un monde

multiculturel en apprenant à tolérer les différences et à respecter la vie. L'importance du musée tient à sa fonction d'instrument qui contribue à structurer la réalité et à construire une identité culturelle et spirituelle, aidant ainsi les individus à gouverner leur vie.

La première vision de base est un point de vue interne sur l'activité des musées ; la seconde met l'accent sur la situation du musée en tant qu'élément social, en tant que système tourné vers le monde extérieur et axé sur l'individu. L'objectif privilégié, l'état futur souhaitable et réalisable, retenu sur la base des scénarios et du modèle futur, peut s'énoncer ainsi : « Le musée du futur est ouvert et facilement accessible au public ; ce n'est plus un bastion du passé. » Ainsi, ce ne sont plus les collections et la recherche qui priment, c'est le public : les collections sont à sa disposition, et leur accès est facilité par les nouvelles technologies. Les données se rapportant aux collections sont prêtes à être exploitées sous forme de fichiers organisés ; grâce aux réseaux mondiaux d'information, les obstacles géographiques ont disparu. Les musées virtuels viennent enrichir les musées réels, dont ils deviennent partie intégrante.

Les collections ne sont plus une accumulation hétérogène d'objets acquis, entreposés et exposés sans raisons précises, en fonction de critères purement personnels. Les musées ont identifié leurs points forts et se sont spécialisés, chacun développant ses potentialités propres afin de mieux servir les usagers. Cette spécialisation constitue en outre la base de réseaux de coopération mis en place par les musées qui ont identifié le principal domaine qui fait leur force, de façon à intensifier leurs activités, à diversifier leurs services et à améliorer la qualité de leur

action. L'auto-évaluation n'est pas occasionnelle, elle est continue, et les études d'efficacité se fondent sur des méthodes d'évaluation axées sur le futur. Pour obtenir de meilleurs résultats, le travail individuel a fait place au travail d'équipe. Les musées développent et diversifient leurs activités éducatives, mais proposent également au public des expériences récréatives aussi nombreuses que variées ; ils font l'objet d'une promotion commerciale d'autant plus active que, faute de pouvoir compter sur un financement public pour couvrir leurs coûts de fonctionnement, ils doivent pourvoir eux-mêmes à leurs besoins en vendant toutes sortes de produits : commerce et muséologie vont désormais de pair. L'autorisation et les méthodes directoriales du passé ont fait place à un nouvel art du commandement. C'est une nouvelle génération de dirigeants, capables d'animer une équipe et de travailler au sein d'une organisation de type « réseau », qui guide désormais les musées vers l'avenir : les structures hiérarchiques du commandement ont été démantelées.

Les musées ont une clientèle traditionnelle : les nationaux et les touristes étrangers ; le musée du futur travaille avec de nouveaux groupes ethniques et de nouveaux clients. La communauté au sein de laquelle il œuvre n'est plus homogène : il a affaire à des groupes sociaux différents et ne veut pas exister uniquement pour une petite élite. En conséquence, il prend également en compte, dans ses activités et dans la tarification de ses services, les besoins des chômeurs, des pauvres et des marginaux. Il est interactif, et les modalités de son action évoluent sans cesse. C'est un lieu où chacun peut trouver les valeurs qui donnent un sens à la vie, une réelle sécurité d'esprit, une continuité qui transcende le temps et de quoi construire sa propre identité.

Le musée n'entend pas rester passif, en marge de la société. Il réagit et participe au débat public, il ne craint pas d'être la bête noire des puissants, persuadé que sa maîtrise du temps et que sa perception globale du développement historique l'y autorisent. Et c'est dans l'analyse historique de la survie de la race humaine et de l'univers, dans le passé, dans le présent et le futur qu'il puise ses réserves spirituelles, des réserves qu'il partagera avec autrui dans un monde en crise où le manque de vision va de pair avec une confusion croissante. Le musée récrit notre histoire en juste parallèle avec celle de l'humanité, avec celle de la planète entière. Les techniques de survie mises en mémoire dans ses archives sont disponibles, prêtes à servir en temps de crise. Responsabilité, respect de la vie et tolérance sont ses valeurs fondamentales.

Ce seront de plus en plus le consensus, la discussion et la participation — de moins en moins les contrôles et les normes — qui prévaudront dans la gestion des musées. Ceux-ci décideront eux-mêmes de la nature de leurs activités, et leur objectif primordial sera d'aider les gens à mieux vivre leur vie, à structurer le réel, à avoir meilleur moral et à affirmer leur identité de Finlandais.

#### D'autres étapes

Une fois que la comparaison du modèle du futur et de la réalité présente aura permis de mettre en évidence ce qui peut changer dans les structures et les méthodes, dans les attitudes, une autre étape viendra, qui consistera à élaborer une stratégie de développement indiquant, dans ses grandes lignes, la marche à suivre pour donner corps au modèle souhaité. Aussi les directeurs des musées se sont-ils réunis pour explorer l'avenir et adopter le modèle du futur. Quoi qu'il en soit, ce

n'est pas immédiatement, mais progressivement que le modèle deviendra réalité. Les participants à la réunion en sont tombés d'accord : chacun devra, en premier lieu, procéder à un autodiagnostic, de façon à identifier les atouts qui lui sont propres et se demander : « Quel est le sens, quel est le rôle de mon musée — qui est partie d'un tout ? » L'Association des musées finlandais aura son rôle à jouer concernant l'éducation et l'information, et elle gèrera un réseau interactif sur l'Internet ; le Conseil national des antiquités veillera à la perpétuation du processus, et un séminaire consacré au futur se réunira chaque année. Pour petits qu'ils soient, ces premiers pas exigent, de la part des responsables et du personnel des musées, la ferme volonté de mener les changements à bonne fin ; ils devront manifester un esprit d'initiative, car, en dernière analyse, eux seuls peuvent véritablement faire bouger les choses.

Cette étude sur l'avenir des musées a été menée en Finlande, pays de tout temps exceptionnellement homogène du point de vue ethnique, religieux, linguistique, culturel et politique — une situation qui est en train de changer : les gens vivent dans le même monde, mais existent dans des réalités différentes, ce qui exige des réponses culturelles particulières, et tous les musées dans le monde doivent évaluer la mission stratégique qui leur est propre à une époque de changements planétaires. A l'évidence, nous avons besoin de réseaux et de modalités de coopération d'un type nouveau, et il nous faut axer notre recherche sur l'avenir. Peut-être le temps est-il venu de créer un comité international du futur, qui serait chargé de relever les défis inédits auxquels les musées vont être confrontés. Je serais heureuse de savoir ce que les lecteurs de *Museum international* en pensent. ■

# Le Document de Pavie. Pour un profil européen du conservateur-restaurateur

Gaël de Guichen

*Quarante-cinq spécialistes de la conservation et de la restauration, venus de seize pays d'Europe, se sont réunis à Pavie, du 18 au 22 octobre 1997, à l'occasion d'un colloque consacré à la « Sauvegarde du patrimoine culturel. Pour un profil européen du conservateur-restaurateur ». Leurs propos avaient pour objectif de dégager des lignes de conduite communes à destination des diverses institutions de l'Union européenne, en vue de la mise au point de mesures qui définissent clairement la fonction de conservateur-restaurateur. Les délibérations ont conduit à l'adoption, à l'unanimité, du Document de Pavie. Gaël de Guichen, directeur général adjoint du Centre international pour la conservation et la restauration des biens culturels (ICCROM), à Rome, était présent et montre que le colloque a pris un tournant décisif pour la définition et la reconnaissance de la profession de conservateur-restaurateur.*

Le Document de Pavie est bien différent des autres textes déjà parus qui traitent du même sujet — et il va plus avant. La différence tient d'abord au fait qu'il résulte du travail d'un groupe dans lequel tous les spécialistes étaient représentés : conservateur et chercheur, théoricien et praticien, responsable du patrimoine et directeur d'école de conservation-restauration. De plus, ce groupe — volontairement limité à quarante-cinq participants — comptait dans ses rangs des tenants des différentes tendances qui se font jour au sein de la profession, dans les quinze pays de l'Union européenne.

Et puis, on le verra, ce texte, dans plusieurs domaines, marque un pas sur les précédents. Retenons seulement trois points qui, après avoir été l'objet de longues et passionnantes discussions, ont fait l'unanimité : toute intervention, directe ou indirecte, touchant le patrimoine physique est dite action de « conservation-restauration » ; cette discipline doit être enseignée dans les universités et conduire à l'obtention d'un doctorat ; le responsable d'une intervention de conservation-restauration est appelé « conservateur-restaurateur ».

Ce sont là trois dispositions essentielles pour obtenir la reconnaissance d'un statut professionnel qui garantisse la qualité des interventions de conservation et de restauration propres à assurer l'intégrité historique du patrimoine et sa meilleure diffusion possible au sein d'un large public.

## Document de Pavie

*Considérant* que le patrimoine culturel, immobilier et mobilier est fondateur de l'identité culturelle européenne, dans le respect des diversités nationales et régionales ;

*Considérant* la nature particulière de ce

patrimoine, son caractère non renouvelable, l'obligation morale d'en garantir l'accès aux générations présentes et futures et de sensibiliser les professionnels, le public et les décideurs à sa genèse, à son histoire, à sa fragilité et à sa préservation ;

*Considérant* qu'il est nécessaire d'en assurer une conservation-restauration au plus haut niveau, c'est-à-dire capable d'en garantir l'authenticité et d'en prolonger l'existence ;

*Considérant* que cette conservation-restauration de haut niveau doit reposer sur la reconnaissance d'urgence d'un statut professionnel du conservateur-restaurateur au niveau européen ;

*Considérant* que le conservateur-restaurateur doit prendre part aux décisions dès la conception d'un projet de conservation-restauration et qu'il assume, en collaboration avec les partenaires concernés, les responsabilités qui relèvent de sa compétence propre en particulier pour le diagnostic, la prescription, la réalisation et la documentation des traitements ;

Les experts issus des professions concernées par la conservation-restauration du patrimoine culturel, réunis à Pavie, du 18 au 22 octobre 1997, recommandent que, sur la base du document rédigé par les professionnels (« ECCO professionnel guidelines », 11 juin 1993, Annexe 1<sup>1</sup>) et en collaboration avec tous les spécialistes de ce domaine, l'Union européenne encourage les actions suivantes :

1. La reconnaissance et la promotion de la conservation-restauration comme une discipline enseignée pour toutes les catégories de biens culturels au niveau universitaire ou reconnu équivalent, avec accès au doctorat.
2. Le développement de l'interdisciplinarité entre les conservateurs-restaurateurs et les tenants des sciences

- physiques et humaines, à la fois dans l'enseignement et dans la recherche.
3. La promotion du profil du conservateur-restaurateur sur la base des règles professionnelles définies par l'ECCO (1993/1994), de son rôle dans la prise de décisions dès la conception d'un projet et de sa responsabilité dans la communication avec les professionnels, le public et les décideurs.
  4. La définition, au niveau européen, de l'ensemble des compétences professionnelles spécifiques du conservateur-restaurateur.
  5. Une grande vigilance envers la prolifération de formations non qualifiées.
  6. Une juste répartition dans la formation du conservateur-restaurateur des enseignements théoriques et pratiques intégrés, ainsi qu'un enseignement de la stratégie de la communication.
  7. La mise en place d'urgence d'un programme de coopération et d'échanges au sein d'un réseau européen des institutions de formation et de recherche en conservation-restauration.
  8. La réalisation par la profession d'une étude comparative des différents systèmes éducatifs (objectifs, contenus et niveaux).
  9. Une meilleure diffusion de l'information par la publication des travaux en conservation-restauration.
  10. La promotion de la recherche en conservation-restauration.
  11. L'établissement d'un cadre réglementaire garantissant la qualité des interventions sur les biens culturels ou leur environnement, afin d'éviter les effets négatifs des pressions du marché. Ce cadre réglementaire comportera notamment des dispositions concernant :
    - la qualification des entreprises ou équipes professionnelles responsables ;
    - les notifications du cahier des charges pour tout projet de conservation-restauration.
  12. La publication d'un glossaire multilingue élaboré sur la base des définitions conceptuelles figurant dans les ouvrages de référence de la discipline.
  13. La mise à disposition de moyens appropriés pour assurer une meilleure communication entre les professionnels, le public et les décideurs.
- Les experts souhaitent que les institutions de l'Union européenne accordent une importance prioritaire à la traduction de ces recommandations en des actions concrètes et coordonnées.
- Adopté à l'unanimité.  
Pavie, le 21 octobre 1997. ■
1. ECCO : European Confederation of Conservator-Restorers' Organizations. (Ndlr)

# Forum

*Sous une forme légèrement modifiée, Museum international reprend la formule de son forum de réflexion sur les grands problèmes des musées d'aujourd'hui. Nous invitons nos lecteurs à répondre aux questions qui figurent en fin de rubrique pour nous permettre de publier leurs points de vue sur les sujets les plus significatifs, et peut-être aussi les plus controversés, de l'heure. Directeur de l'European Museum Forum et du prix du Musée européen de l'année, auteur de 53 ouvrages sur les musées, sur l'histoire sociale et industrielle et sur la sociolinguistique, dont le célèbre Museum of influence, Kenneth Hudson va de nouveau jouer pour nous les agents provocateurs. Il exposera sa façon personnelle d'aborder les problèmes, afin de susciter débats et commentaires qui devraient constituer une mine d'idées nouvelles pour la communauté muséale internationale. N'hésitez pas à nous écrire !*

## **Faut-il en finir au plus vite avec les expositions permanentes ?**

Tout le monde aura remarqué que les musées les plus fréquentés sont ceux qui proposent régulièrement du nouveau à leurs visiteurs. Les nouvelles expositions et les expositions spéciales semblent être les événements muséographiques le plus à même d'attirer le public et, plus important encore, de le fidéliser. Tout montre en effet que les meilleurs bilans de fréquentation sont dus à l'existence d'un noyau de fidèles qui visitent le même musée deux ou trois fois par an plutôt qu'une seule fois dans leur vie.

Cela n'est guère surprenant. Confrontés aux multiples attractions qui sollicitent le public pour meubler ses loisirs et en tirer bénéfice, les musées sont de plus en plus contraints d'imiter leurs concurrents en jouant la carte de la fraîcheur et de la nouveauté. Certains s'y emploient avec plaisir, d'autres non. La préparation d'une nouvelle exposition est une entreprise laborieuse, coûteuse, et la question se pose forcément de savoir si le jeu en vaut vraiment la chandelle. Les bénéficiaires justifient-ils de tels investissements ? Les gens dynamiques répondront oui, les pa-

resseux seront probablement de l'avis contraire. Or les deux catégories sont représentées au sein des musées, n'en déplaise aux associations professionnelles, qui se doivent de présenter tous leurs membres comme des travailleurs modèles. Les musées ne constituent pas à cet égard un cas particulier.

La question comporte toutefois deux aspects. Le problème est essentiellement posé de la façon suivante : « Faut-il multiplier les expositions temporaires ? » Mais il peut être posé différemment : « L'idée d'exposition permanente est-elle de toute évidence une aberration ? » En l'état actuel des choses, la seconde question est sans doute de nature à susciter des débats plus passionnés que la première. Renoncer au concept d'exposition permanente a quelque chose de révolutionnaire, voire d'impensable pour certains. Depuis des générations, les muséologues ont été conduits à tenir pour article de foi que le musée, c'est en fait l'exposition permanente : une exposition, une fois montée, est laissée en l'état le plus longtemps possible, idéalement *ad vitam aeternam*. Quelques instants de réflexion objective suffissent pourtant pour voir qu'une telle attitude n'a pas grand sens. Toute exposition repose sur trois éléments essentiels : les objets exposés, les opinions de ceux qui les choisissent et les mettent en place, l'attitude du public qui les contemple. A eux seuls, les objets ne forment pas une exposition : ils sont montrés et interprétés dans un contexte humain qui change d'une année sur l'autre, à mesure que la société elle-même évolue. Le public de 1990 n'est pas le même que celui de 1980 ou de 1970. Sa composition sociale, son niveau d'éducation, les données politiques et économiques de son existence, tout a évolué, de même que ses convictions et ses préjugés.

Pour être efficace, une exposition, comme toute campagne publicitaire, doit prendre en compte ces facteurs. Le muséologue doit parfaitement connaître le public auquel il s'adresse pour avoir une chance d'attirer des gens qui ne sont plus aujourd'hui ce qu'ils étaient jadis. Ne pas s'assurer, au moyen d'enquêtes d'opinion préalables, que la démarche entreprise est

de nature à intéresser, non pas un public imaginaire, mais des êtres réels, c'est courir à l'échec — qu'il s'agisse de montrer et d'expliquer des outils paléolithiques ou des tableaux de Rembrandt, aussi bien que de vendre des vêtements ou des meubles. Le langage de la communication évolue sans cesse au rythme des goûts et des capacités intellectuelles des destinataires. Peut-être n'est-il pas d'exercice plus salubre aujourd'hui pour un directeur, pour un conservateur de musée que de reconnaître qu'il a affaire non à des visiteurs, mais à des consommateurs, qu'il a quelque chose à vendre et qu'un musée est d'abord un marché qui doit écouler ses produits. C'est ce que trop longtemps a fait oublier l'accent mis sur la conservation.

Voilà pourquoi je serais tenté d'affirmer que toute exposition a une durée de vie effective de cinq ans au maximum. Au-delà, elle accuse terriblement son âge, et son impact social diminue régulièrement d'année en année. En d'autres termes, on pourrait dire que le coût d'une exposition doit être amorti au bout de cinq ans ; après quoi, il est temps de repartir à zéro et de consentir un nouvel investissement. Un musée qui refuse cette

évidence ou estime ne pas être en mesure d'agir en conséquence se condamne à une inévitable désaffection du public, c'est-à-dire à une diminution du nombre de visiteurs adultes non experts, non spécialistes, qui se rendent au musée par choix, à la différence des enfants des écoles que l'on y fait défiler en groupes organisés.

C'est là une réalité que dissimulent souvent des statistiques malhonnêtes qui font l'amalgame entre les visiteurs des expositions permanentes et ceux des expositions temporaires. Dissociés, les deux chiffres font apparaître que les choses sont bien différentes, que les expositions temporaires sont la confiture sur le pain sec, l'appât qui attire le poisson.

Voilà pourquoi je propose de renoncer aux termes « exposition permanente » et à la philosophie qui les sous-tend, pour considérer désormais toutes les expositions comme temporaires, étant entendu que certaines peuvent rester en place plus longtemps que d'autres. Pour moi, la distinction traditionnelle entre expositions « permanentes » et « temporaires » est aujourd'hui dépassée, elle constitue un obstacle au progrès.

*Kenneth Hudson*

### Questions au lecteur

1. Pensez-vous que les expositions « permanentes » constituent l'essentiel de votre musée ?
2. Si vous avez répondu « Oui », quelle est votre définition de « permanent » ?
3. Quelle est la durée de vie de votre plus ancienne exposition « permanente » ?
4. Combien d'expositions temporaires avez-vous organisées au cours des deux dernières années ?
5. L'organisation d'expositions temporaires est-elle vécue par vous et par vos collègues comme exigeant un très gros effort ?
6. Si vous aviez davantage de moyens, modifieriez-vous le rapport actuel entre expositions permanentes et expositions temporaires au sein de votre établissement ?

Merci d'adresser vos réponses, avec la référence « Expositions permanentes », à :

*Museum international*

UNESCO

7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP (France).

# Technologies avancées

CD-ROM, CD-Portfolio, sites Web, autant de supports de diffusion qui ont pour objet de faciliter l'appropriation du contenu qu'ils véhiculent. L'interactivité est le pivot de cette croyance, à laquelle les éditeurs et les détenteurs de contenu vouent une attention grandissante. Et qu'est-ce que l'interactivité, sinon l'échange ? Pourquoi un tel engouement pour ces mises en relation, pour ces mises en réseau ? Parce qu'elles créent de l'intelligence. L'Intranet, en permettant l'échange par la mise en réseau directe et ciblée, optimise le travail consacré au patrimoine. Les différents acteurs qui participent à l'élaboration d'un discours autour d'une notion, d'un objet ou d'un fait culturel, sont souvent disséminés et d'origines diverses. L'Intranet les rassemble virtuellement et met à leur disposition les outils spécifiques dont ils ont besoin pour accomplir leur tâche et pour travailler ensemble.

Intrinsèquement parlant, l'Internet est un réseau interne de communication construit autour de personnes qui travaillent sur un même secteur, dans une même entreprise, et qui, en somme, ont des intérêts communs pour faciliter les échanges entre elles. Techniquement parlant, un Intranet est un système de communication utilisant la technologie et les outils de l'Internet, avec pour particularité de permettre un accès strictement contrôlé et réservé aux salariés ou aux partenaires d'une unité de production.

L'Intranet n'est pas né de la découverte que l'accès au Web peut être limité, mais de l'aptitude à mieux formuler l'information diffusée. En bref, la manière la plus efficace est le *brainstorming*, la mise en relation de plusieurs cerveaux. Pour les institutions culturelles, cela consiste souvent à présenter sous un angle nouveau des œuvres d'art, des documents et des vidéos. Grâce à un Intranet, des espaces virtuels de travail autour de bases de données peuvent être construits, qui permettent à des groupes de personnes de monter un projet sans se trouver dans le même bureau au même moment.

La Direction des Musées de France a mis en place un Intranet, de même que le Guggenheim, à New York. Un nombre

croissant d'entreprises privées mettent ainsi leur patrimoine à la disposition de leurs salariés ou de leurs partenaires pour développer leur culture interne et, par là même, parfaire leur image et les messages qu'ils véhiculent à l'extérieur.

## **Quelles sont les applications essentielles des Intranet culturels ?**

Les institutions utilisent leurs Intranet pour enrichir les échanges d'informations de tous types, pour limiter les coûts de communication et pour élargir le territoire de travail quotidien.

### *L'Intranet stimule la créativité*

Quoi de plus important pour améliorer l'efficacité d'un message, l'impact d'une exposition que le travail de groupe ? Dans tout projet, les parties les plus fastidieuses sont la description des objectifs, la définition des publics et la récolte des éléments. La facilité d'emploi d'un Intranet permet à tous les intervenants d'un projet d'avoir un accès aisé aux bases d'information. Avec l'architecture Intranet, toute personne équipée d'un micro-ordinateur et d'un modem a accès au système d'information de l'Intranet. Quel que soit l'endroit, salariés ou partenaires peuvent consulter les bases d'information de l'institution à un coût très réduit. De surcroît, tout nouveau participant pourra se connecter à l'Intranet et être associé, de manière permanente ou temporairement, à un projet et à la vie du groupe via le réseau Internet : scénaristes ou experts extérieurs, prestataires, organismes extérieurs, éditeurs, etc. La facilité d'accès à l'information augmente la réactivité des décisionnaires, accélère la diffusion du savoir-faire. Les idées générées par un groupe pourront être plus facilement évaluées et éventuellement mises en place. Les processus de prise de décisions sont alors raccourcis.

### *L'Intranet limite les coûts de l'institution*

L'utilisation massive du papier pour informer les différents interlocuteurs est à la fois limitée, trop centralisée, vite périmée,

trop lente et au total trop coûteuse. Avec l'Intranet, la notion de localisation géographique du document disparaît, chacun utilise la même information. Ainsi, l'Intranet permet la normalisation de production de documents.

Les coûts informatiques et de communication sont réduits (matériels, logiciels, supports, formation, impression et distribution de l'information moins coûteux). De plus, mettre en place un Intranet permet de valoriser et de rentabiliser le capital humain, les infrastructures des réseaux existantes et, enfin, un patrimoine pour les institutions culturelles. Les entreprises déjà équipées d'ordinateurs peuvent installer des serveurs Web internes comme des moyens faciles de partage d'informations pour leurs équipes. Le coût marginal est pratiquement nul. L'Intranet est en fait une structure qui coiffe le système d'information existant et qui s'intègre pleinement aux équipements en place.

La facilité de développement des contenus d'un Intranet permet donc d'améliorer les temps de réaction et la compétitivité des institutions : le développement d'applications est moins coûteux que pour des applications d'échanges d'information traditionnelles, car il est plus rapide.

#### *L'Intranet ouvre la production d'information interne vers l'extérieur*

Un Intranet conçu pour diffuser de l'information au sein d'un musée peut facilement relier des ordinateurs à distance grâce au réseau global Internet. Les musées d'une même région peuvent alors être connectés les uns avec les autres par le biais d'un Intranet. Ces réseaux permettraient de mener des actions promotionnelles communes, par exemple de définir des parcours culturels — un type de projet qui demande un investissement logistique humain que l'Intranet comble parfaitement. Grâce à lui, on pourra imaginer de réduire les risques d'extinction de certaines institutions, dus à l'isolement.

Les informations échangées peuvent être hiérarchisées, c'est-à-dire regroupées

par niveaux d'accès. Généralement, l'ensemble des informations contenues sur un Intranet est accessible depuis un seul site et présente la vie du comité d'entreprise, les actions menées auprès des écoles, les documents administratifs, la charte graphique, etc. De plus en plus souvent, une des parties de chaque Intranet, comme le planning des manifestations, est accessible par d'autres entités, par exemple l'ensemble des musées d'une ville. Grâce à lui, les institutions prennent l'habitude de mener des actions communes. Elles se connectent au serveur du siège via l'Internet en passant par le réseau téléphonique ; on parle alors d'« Extranet ».

#### **Quelles sont les étapes pour la mise en place d'un Intranet ?**

En premier lieu, l'institution devra définir les objectifs de cet outil, en répertoriant les différentes tâches et fonctions qui nécessiteraient une optimisation de leur diffusion ou de leur partage. Elle devra également cerner clairement ses publics pour améliorer, plutôt que de changer, leurs méthodes de travail. Enfin, une définition de l'image et de l'éthique de l'institution devra être reprise pour cadrer les échanges générés sur l'Intranet.

Dans un deuxième temps, elle pourra choisir de développer l'application en interne ou auprès d'un prestataire. Dans les deux cas, l'implication des utilisateurs dans l'élaboration du projet sera une clef de réussite du projet.

Acteurs ultimes et piliers de l'organisation, les hommes sont à l'origine de la reconnaissance d'un objet, d'une idée et de sa diffusion. La mise en commun de plusieurs esprits optimisera l'adéquation de la formulation d'un message avec son public et, on peut l'espérer, garantira ainsi la sauvegarde du patrimoine culturel.

*Rapport de Marine Olsson, chef de projets multimédias pour une agence de communication d'entreprise à Paris et ancienne technicienne au Centre national d'étude et de recherche en technologies avancées de Dijon, France.*

# Informations professionnelles

## Cours sur la gestion des musées

« Comment gérer les musées plus efficacement ? » Tel a été cette année le thème des cours de gestion organisés par l'Université du Colorado, à Boulder (États-Unis), du 28 juin au 2 juillet 1998. Cette douzième édition d'un stage intermédiaire de cinq jours, organisé chaque année à l'intention des administrateurs de musées, devait être ponctuée par 14 interventions de 7 spécialistes éminents. Parmi les sujets abordés, citons : planification stratégique à long terme ; comment gérer l'expansion ; gestion des ressources humaines ; structures et fonctions du conseil d'administration ; gestion financière ; innovations pédagogiques ; applications de la technologie ; appréciation de la dimension pédagogique des musées ; maîtrise de la concurrence et quelques idées prometteuses en matière de gestion.

Pour plus de renseignements, s'adresser à :

Victor J. Danilov  
Directeur, Museum Management Program  
250 Bristlecone Way  
Boulder, CO 80304 (États-Unis)  
Tél. : (1-303) 473-9150  
Télécopie : (1-303) 443-8486

Pour la neuvième année, le Deutsches Museum propose un cours d'une semaine sur les principes et méthodes de gestion des musées, animé par les responsables de l'institution. Le cours de 1998 a été donné en anglais du 27 septembre au 2 octobre ; en allemand, du 19 au 24 juillet et du 6 au 11 décembre. Entre autres sujets, il a porté sur le financement, l'architecture, la conception et l'installation des expositions, la gestion des collections, la conservation, la gestion des projets, la rédaction et la production du matériel d'étiquetage, les publications et la sécurité.

Pour plus de renseignements, s'adresser à :

Hauptabteilung, Programme  
Deutsches Museum  
D-80538 Munich (Allemagne)  
Tél. : (49.89) 217-9294  
Télécopie : (49.89) 217-9273

Courrier électronique :

H.A.Programme@extern.Lrz-muenchen.de

Le Musée d'anthropologie de l'Université de Colombie britannique, à Vancouver (Canada), propose un nouveau certificat d'études muséales destiné aux spécialistes en milieu de carrière. Dès sa première année (1997), ce programme a attiré des participants appartenant à un large éventail d'institutions de toute l'Amérique du Nord, séduits par la formule associant l'enseignement à distance et un stage estival de deux semaines au musée. Les organisateurs s'efforcent activement d'attirer des participants exerçant leur profession en dehors de l'Amérique du Nord. Le nouveau certificat bénéficie de la longue expérience du musée en matière de cours et de stages dans les domaines de l'administration artistique, de l'interprétation des expositions, de l'ethnologie et de la conservation, et de son statut de principal musée pédagogique du Canada.

Pour plus de renseignements, s'adresser à :

Kersti Krug, Program Director  
UBC Museum of Anthropology  
6393 NW Marine Drive  
Vancouver, BC V6T 1Z2 (Canada)  
Tél. : (604) 822-9859  
Télécopie : (604) 822-2974

Courrier électronique :

krug@unixg.ubc.ca

## Réunions et expositions

C'est à Amsterdam, dans le cadre de « Restauration 98 », exposition internationale sur les techniques de restauration et de conservation du patrimoine culturel, que s'est tenu du 10 au 12 décembre 1998 la foire commerciale « Art Collecting and Protecting », organisée jusqu'ici à Maastricht. Le regroupement de ces deux salons professionnels devrait permettre d'élargir considérablement la portée de la manifestation aussi bien pour les exposants que pour les visiteurs, en particulier ceux qui appartiennent au monde des musées et des galeries.

Cette intégration ne signifie pas la disparition d'« Art Collecting and Protec-

ting », qui conservera son identité propre et fera l'objet d'une exposition distincte. Une partie du programme de « Restauration 98 » était consacrée aux services et techniques de restauration et de conservation, et aux fournisseurs de matériaux, avec des expositions d'entreprises spécialisées et de laboratoires, ainsi que de fondations, d'organismes gouvernementaux et d'établissements d'enseignement.

Pour plus de renseignements, s'adresser à :

« Restauration 98 »

Europaplein, NL-1078 GZ Amsterdam (Pays-Bas)

Tél. : (31-0-20) 549.12.12

Télécopie : (31-0-20) 644.50.59

Courrier électronique : press@rai.nl

Internet : <http://www.raai.nl>

La première d'une série de trois « Rencontres francophones, nouvelles technologies et institutions muséales » s'est tenue à Dijon (France) les 18 et 19 mars 1998. Les deuxième et troisième rencontres sont prévues à Montréal en 1999 et à Bruxelles en l'an 2000. Ces réunions sont l'aboutissement d'une étroite collaboration entre trois organismes : l'Office de coopération et d'information muséographiques (OCIM), à Dijon (France), la Société des musées québécois (SMQ), à Montréal, et le Ministère de la communauté française de Belgique-Wallonie, à Bruxelles. L'objectif est de montrer tout ce que les nouvelles technologies de l'information et de la communication peuvent apporter au musée dans ses divers secteurs d'activité, en s'appuyant sur l'ensemble d'expériences et d'approches adoptées par différents types d'institutions muséales des pays francophones : musées d'art, d'histoire et d'ethnologie, musées des sciences et des techniques ou sites du patrimoine. Le programme de chaque réunion prévoit plusieurs types d'activités : 32 ateliers sur divers thèmes (expositions, diffusion du savoir, collections et recherche, action culturelle et éducation), visite d'un cybermusée consacré aux produits de pointe tels que CD-ROM et sites Internet ; enfin, une Place des technologies, où les entreprises et les consultants présentent leurs produits et leurs services.

Pour plus de renseignements,  
s'adresser à :

OCIM — Université de Bourgogne  
36, rue Chabot-Charny  
21000 Dijon (France)

Société des musées québécois  
Case postale 8888  
Montréal, Québec (Canada) H3C 3P8

Ministère de la communauté française  
de Belgique-Wallonie  
Service général du patrimoine culturel  
et des arts plastiques  
Boulevard Léopold II, 44  
B-1080 Bruxelles (Belgique)  
Internet :  
[www.unites.uqam.ca/rencontres](http://www.unites.uqam.ca/rencontres)

#### Nouveaux musées

Les autorités israéliennes ont posé la première pierre du futur musée-mémorial d'Yitzhak Rabin, qui doit être édifié sur les hauteurs de Tel-Aviv. Conçu sur le modèle des bibliothèques présidentielles aux États-Unis, l'ensemble abritera un musée consacré à la vie et à l'action de Rabin, un auditorium, un institut de recherche sur l'histoire de la période, une bibliothèque et un fonds d'archives, ainsi qu'une vaste salle polyvalente. Le complexe sera situé au nord de Tel-Aviv sur un escarpement qui surplombe une centrale électrique construite pour la défense civile et aujourd'hui désaffectée : c'est un point de vue splendide sur l'horizon et sur le littoral. La grande salle vitrée sera équipée d'un système de protection solaire dynamique, qui comporte un toit triangulaire de 23 m actionné par des contrepoids et qui peut s'ouvrir et se fermer à volonté, en fonction de la saison et de l'heure. Un jardin aménagé sur le toit, avec vue sur la ville, pourra également accueillir certaines activités. Les travaux de construction, qui devaient débiter à l'été 1998 pourraient être achevés en l'an 2000. Le projet retenu est celui du cabinet d'architecte de Moshie Safdie et associés, qui a également dessiné le tombeau d'Yitzhak Rabin, situé sur le mont Herzl, dans le cimetière national de Jérusalem.

#### Nouvelles publications

*Preventing the illicit traffic in cultural property — A resource handbook on the implementation of the 1970 UNESCO Convention*, rédigé et édité par Pernille Askerud et Étienne Clément, publié par l'UNESCO, Division du patrimoine culturel, 1, rue Miollis, 75732 Paris Cedex 15, France, 1997, 178 pages.

Ce manuel est essentiellement destiné aux autorités nationales des pays qui ont ratifié la Convention concernant les mesures à prendre pour interdire et empêcher l'importation, l'exportation et le transfert de propriété illicites des biens culturels (1970). Il vise à faciliter la mise en place d'un pouvoir institutionnel national pour protéger le patrimoine culturel des risques de trafic illicite et promouvoir la coopération internationale dans ce domaine. Conçu comme instrument de planification et d'exécution des programmes nationaux de formation de spécialistes de la protection et de la préservation du patrimoine culturel, il expose le problème du trafic illicite et les grandes lignes de la Convention de 1970, avant d'énoncer les mesures détaillées qui s'imposent pour assurer la mise en œuvre effective de celle-ci. Pour faciliter la compréhension des problèmes, le manuel propose divers matériels de formation mettant l'accent sur les concepts et techniques essentiels et destinés à des groupes spécifiques de personnes confrontées quotidiennement au trafic illicite, tels les agents de la police et des douanes. Enfin, le manuel contient un recueil des principaux documents de référence mentionnés dans le texte. Les trois sections de l'ouvrage proposent à la fois un cadre de discussion et une base pour les activités de formation.

*World cultural heritage — A global challenge*, recueil des actes du Colloque international organisé à Hildesheim (Allemagne) du 23 février au 4 mars 1997, établi sous la direction d'Annamaria Geiger et Arne Eggebrecht. Publié par la ville d'Hildesheim, Markt 1, D-31134 Hildesheim (Allemagne), 1997, 275 pages.

Cette publication rassemble les com-

munications et résolutions du colloque d'Hildesheim, auquel ont participé quelque cent cinquante spécialistes de l'archéologie, des musées, de la restauration, de la préservation des monuments, de la documentation et de la gestion représentant plus de trente pays. Elle expose les dernières techniques, procédures et méthodes en date, afin de montrer ce qui peut être fait pour combattre les dangers auxquels est confronté le patrimoine culturel et naturel.

L'ouvrage fournit également des informations détaillées extraites de sept études de cas portant sur la protection de sites menacés : la partie islamique du Caire, riche de plus d'un millier de monuments architecturaux, le champ des pyramides de Sipan, dans le nord du Pérou, le tombeau du premier empereur de Chine, les peintures rupestres aborigènes du parc de Kakadu, en Australie, les églises de la partie bombardée de Dubrovnik, les fresques de Piero della Francesca à Arezzo, en Italie, enfin les cimetières juifs de Hanovre et de Berlin.

*Protecting cultural objects in the global information society : the making of object ID*, par Robin Thornes, publié par le Getty Information Institute, 1200 Getty Center Drive, Suite 300, Los Angeles, California 90049-1681 (États-Unis), 1997, 81 pages (ISBN 0-89236-495-5).

Il aura fallu quatre années à un ensemble d'organismes internationaux spécialisés (UNESCO, ICOM, Conseil de l'Europe, Union européenne, INTERPOL, Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe et Getty Information Institute) pour mettre au point une norme des données essentielles de description des biens culturels meubles qui permet de les identifier en cas de vol ou de perte. Cette carte d'identité des objets d'art, dite « Object ID », qui s'inspire des systèmes d'inventaire existants, est particulièrement commode dans les situations où des objets culturels non encore répertoriés doivent l'être très rapidement (par exemple, risques de destruction ou de pillage en cas de catastrophe naturelle ou de conflit, ou déménagement d'urgence de biens pour les mettre à l'abri). D'autre

part, la norme « Object ID » pourrait constituer une référence permettant d'élaborer des formats d'échange compatibles entre diverses bases de données. Cette publication explique le projet en détail, montrant comment la norme « Object ID » fonctionne et comment elle peut être utilisée par les musées sans rien changer à leurs pratiques habituelles. Le formulaire d'une page « Liste de contrôle de la norme Object ID » est déjà disponible en anglais, français, espagnol, néerlandais et allemand, et l'UNESCO a entrepris sa traduction en arabe, en chinois et en russe ; l'Université d'Europe centrale, à Budapest, s'est chargée de traduire le texte dans les langues d'Europe centrale et orientale. La publication (anglais uniquement) et les formulaires (liste de contrôle de la norme Object ID) en anglais, français et espagnol peuvent être demandés à l'UNESCO, Division du patrimoine culturel.

*Emergency response and salvage wheel*, publié par le Getty Conservation Institute, Los Angeles, Californie.

Cette carte à glissière de forme circulaire, destinée aux personnels des institutions culturelles, permet à ceux-ci de connaître immédiatement les mesures à prendre pour préserver les collections dans les premières quarante-huit heures suivant une catastrophe naturelle (ouragan, inondation, incendie ou séisme). La réalisation de cette « Roue » est le résultat d'un travail collectif au sein de la National Task Force on Emergency Response (États-Unis), groupe de réflexion mixte associant la Federal Emergency Management Agency, le National Endowment for the Humanities, le Getty Conservation Institute et le National Institute for the Conservation of Cultural Property. Cette « Roue » va être systématiquement expédiée à quelque 45 000 bibliothèques, musées, établissements d'archives, organismes et sites historiques des États-Unis. Pour en obtenir gratuitement un exemplaire, s'adresser au département Public Affairs du J. Paul Getty Trust, 1200 Getty Center Drive, Suite 400, Los Angeles, California 90049-1681 (États-Unis).

# **museum** *international*

Revue trimestrielle publiée  
par l'Organisation des Nations Unies  
pour l'éducation, la science et la culture,  
*Museum international* est une tribune  
internationale d'information et de réflexion  
sur les musées de tous genres, destinée à  
vivifier les musées dans le monde entier.

Les versions espagnole et française  
sont publiées à Paris ; la version anglaise  
à Oxford ; la version arabe au Caire ;  
la version russe à Moscou.

N° 199 (vol. 50, n° 3, 1998)

Couverture, p. I :  
Athènes, l'Acropole.  
© UNESCO/Dominique Roger

Directrice de la publication :  
Milagros Del Corral Beltrán  
Rédacteur en chef : Marcia Lord  
Secrétaire de rédaction : Christine Wilkinson  
Iconographie : Carole Pajot-Font  
Rédacteur : Fawzy Abd El-Zaher  
(version arabe)  
Rédactrice : Tatiana Telegina (version russe)

## COMITÉ CONSULTATIF

Amareswar Galla, Australie  
Gaël de Guichen, ICCROM  
Yani Herreman, Mexique  
Nancy Hushion, Canada  
Jean-Pierre Mohen, France  
Stélíos Papadopoulos, Grèce  
Manus Brinkman, Secrétaire général  
de l'ICOM, *ex officio*  
Roland de Silva, Président de l'ICOMOS,  
*ex officio*  
Tomislav Šola, République de Croatie  
Shaje Tshiluila, République démocratique  
du Congo

Composition : Éditions du Mouflon,  
94270 Kremlin-Bicêtre

Impression : Imprimerie Jouve,  
53100 Mayenne, France

© UNESCO 1998

CPPAP n° 74565

Les articles signés expriment l'opinion de  
leurs auteurs et non pas nécessairement celle  
de l'UNESCO ou de la rédaction.

Les appellations employées dans *Museum  
international* et la présentation des données  
qui y figurent n'impliquent de la part du  
Secrétariat de l'UNESCO aucune prise de  
position quant au statut juridique des pays,  
territoires, villes ou zones, ou de leurs  
autorités, ni quant au tracé de leurs frontières  
ou limites.

Il est interdit de reproduire intégralement  
ou partiellement sur quelque support que ce  
soit le présent ouvrage sans autorisation de  
l'éditeur (loi du 11 mars 1957, art. 40-41 ;  
Code pénal, art. 425).

## CORRESPONDANCE

Questions d'ordre rédactionnel  
*Museum international*  
UNESCO  
7, place de Fontenoy  
75352 Paris 07 SP, France  
Tél. : (33.1) 45.68.43.39  
Télécopie : (33.1) 45.68.55.91

Abonnements (anglais)  
Blackwell Publishers  
108 Cowley Road  
Oxford OX4 1JF  
Royaume-Uni

## Abonnements (français et espagnol)

Jean DE LANNOY  
Service abonnements  
202, avenue du Roi  
B-1060 Bruxelles, Belgique

## Abonnement institutionnel 1998

Les quatre numéros : 436 FF  
Prix au numéro : 130 FF

## Abonnement individuel 1998

Les quatre numéros : 216 FF  
Prix au numéro : 64 FF

## Pays en développement

### Abonnement institutionnel 1998

Les quatre numéros : 198 FF  
Prix au numéro : 55 FF

### Abonnement individuel 1998

Les quatre numéros : 126 FF  
Prix au numéro : 39 FF

Exemplaires d'articles parus dans *Museum*  
Institute for Scientific Information  
Att. of Publication Processing  
3501 Market Street  
Philadelphia, PA 19104  
États-Unis d'Amérique

Éditions  
UNESCO

# L'Histoire générale de l'Afrique

une collection unique pour comprendre un continent  
façonné par un passé tumultueux et pour saisir les enjeux  
du XXI<sup>e</sup> siècle

Édition abrégée  
Coédition Éditions UNESCO / EDICEF / Présence Africaine  
70 FF le volume

## Histoire générale de l'Afrique



### Vol. I Méthodologie et préhistoire africaine

Directeur : J. Ki-Zerbo

Développement de l'historiographie africaine à la lumière des techniques archéologiques récentes et de la tradition orale. Plusieurs chapitres consacrés à l'art préhistorique, aux techniques agricoles et au développement de la métallurgie.

## Histoire générale de l'Afrique



### Vol. II Afrique ancienne

Directeur : G. Mokhtar

Environ 9 000 ans d'histoire, de la fin du Néolithique jusqu'au VII<sup>e</sup> siècle avant l'ère chrétienne, période dominée par l'apogée des anciennes civilisations égyptiennes. Analyse des civilisations de la vallée du Nil et des hauts plateaux éthiopiens, du Sahara, d'Afrique du Nord, du reste de l'Afrique et de certaines îles de l'Océan Indien.

## Histoire générale de l'Afrique



### Vol. III L'Afrique du VII<sup>e</sup> au XI<sup>e</sup> siècle

Directeur : M. El Fasi

La propagation de l'islam et ses interactions avec les traditions africaines, la transformation de la carte démographique et linguistique de l'Afrique centrale et australe du fait de l'expansion bantu. Multiplication des contacts entre l'Afrique et le reste du monde, analyse de la présence d'une diaspora africaine en Asie.

## Histoire générale de l'Afrique



### Vol. IV L'Afrique du XII<sup>e</sup> au XVI<sup>e</sup> siècle

Directeurs : J. Ki-Zerbo et D.T. Niane

Période cruciale pour l'Afrique avec le développement de l'islam et des grands empires et royaumes, occasionnant des échanges commerciaux et culturels accrus. Analyse de l'ensemble des civilisations africaines de l'époque dans leur diversité culturelle, religieuse et linguistique.

### Vol. V L'Afrique du XVI<sup>e</sup> au XVIII<sup>e</sup> siècle

Directeur : B. A. Ogot

La plupart des habitants des diverses régions d'Afrique se regroupent et forment les ensembles sociaux, économiques, religieux, culturels et politiques qui constituent les peuples africains d'aujourd'hui. Début de la traite négrière. Coexistence des religions traditionnelles avec le christianisme et l'islam.

### Vol. VI L'Afrique au XIX<sup>e</sup> siècle jusque vers les années 1880

Directeur : J. F. Ade Ajayi

Grandes transformations économiques et sociales résultant de l'émergence des nouveaux États africains. Impact du Mfecane sur la colonie du Cap, abolition de la traite des esclaves, nouvelles formes d'intervention européenne au Maghreb et révolutions islamiques en Afrique de l'Ouest.

### Vol. VII L'Afrique sous domination coloniale, 1880-1935

Directeur : A. Adu Boahen

Le partage du continent et ses répercussions sur le développement socioculturel, démographique, économique de l'Afrique. La montée des mouvements anticolonialistes, le renforcement des nationalismes, les interactions avec les populations noires d'Amérique du nord et la situation des deux pays indépendants de l'époque, le Liberia et l'Éthiopie.

### Vol. VIII L'Afrique depuis 1935

Directeur : A. A. Mazrui,

Codirecteur : C. Wondji

L'invasion de l'Éthiopie par les troupes de Mussolini et le conflit international. L'histoire contemporaine abordée sous un angle culturel, politique et économique. Analyse de l'effort de l'Afrique pour se libérer des relations de dépendance à l'égard des anciennes puissances coloniales.

## Histoire générale de l'Afrique



## Histoire générale de l'Afrique



## Histoire générale de l'Afrique



## Histoire générale de l'Afrique



ÉDITIONS UNESCO

7, place de Fontenoy  
75352 Paris 07 SP, France  
Fax: +33 1 45 68 57 37

Internet : [www.unesco.org/publications](http://www.unesco.org/publications)  
E-mail : [publishing.promotion@unesco.org](mailto:publishing.promotion@unesco.org)

