

## Contempler, apprendre et s'émouvoir

Claire Merleau-Ponty

Volume 3, numéro 2, printemps 2009

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1033558ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1033558ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

### Éditeur(s)

Association Québécoise de Promotion des Recherches Étudiantes en  
Muséologie (AQPREM)

### ISSN

1718-5181 (imprimé)

1929-7815 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

### Citer ce document

Merleau-Ponty, C. (2009). Contempler, apprendre et s'émouvoir. *Muséologies*, 3(2), 14–21. <https://doi.org/10.7202/1033558ar>

Préface



Contempler, apprendre  
et s'émouvoir

CLAIRE MERLEAU-PONTY S'INTÉRESSE À LA MÉDIATION DANS LES MUSÉES ET TRAVAILLE À SON DÉVELOPPEMENT DEPUIS LES DÉBUTS DE SA VIE PROFESSIONNELLE. SON OBJECTIF EST DE FAIRE DES MUSÉES DES LIEUX CULTURELS ACCUEILLANTS POUR LE PLUS GRAND NOMBRE ET DE TRANSFORMER LEUR DÉCOUVERTE EN SOURCE DE PLAISIRS POUR TOUS. ELLE A FONDÉ À PARIS, AVEC SYLVIE GIRARDET ET ANNE TARDY, LE MUSÉE EN HERBE, UN MUSÉE POUR LE JEUNE PUBLIC DONT LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES ONT FAIT ÉCOLE DANS LE MONDE DES MUSÉES. PUIS ELLE A CRÉÉ LE SERVICE JEUNE PUBLIC DU CENTRE CULTUREL TJIBAOU À NOUMÉA. ENSUITE, ELLE A DIRIGÉ LE DÉPARTEMENT D'ACTION CULTURELLE AU MUSÉE DES ARTS D'AFRIQUE ET D'OcéANIE AINSI QU'AU MUSÉE GUIMET À PARIS. ENFIN, ELLE A PARTICIPÉ À DE NOMBREUSES EXPOSITIONS ET ÉCRIT UN OUVRAGE SUR LA MÉTHODOLOGIE DE L'EXPOSITION. ELLE EST ÉGALEMENT L'AUTEURE D'UN GRAND NOMBRE DE LIVRES POUR ENFANTS SUR L'ART, LES SCIENCES OU L'ETHNOLOGIE AINSI QUE D'ÉCRITS PROFESSIONNELS DE MUSÉOLOGIE. ELLE DIRIGE ACTUELLEMENT LE SERVICE DES PROGRAMMES ET ÉCHANGES INTERNATIONAUX DE L'ÉCOLE DU LOUVRE OÙ ELLE TRANSMET SON EXPÉRIENCE AUX NOUVELLES GÉNÉRATIONS DE MUSÉOLOGUES.

[[claire.merleau-ponty@ecoledulouvre.fr](mailto:claire.merleau-ponty@ecoledulouvre.fr)]

Contemplation et éducation sont les deux plaisirs, car il s'agit bien de plaisirs, que le visiteur trouve ou devrait trouver au musée. De cette réflexion est né le programme du séminaire « Les missions du musée : entre contemplation et éducation. » Le sujet s'est imposé comme une évidence, ces deux vocations des musées faisant l'objet d'un questionnement constant dans l'ensemble du monde muséal. Cependant leur cohabitation n'est pas toujours évidente dans le cadre des programmations culturelles et de leur organisation. Le mot « entre » traduit la complexité de la question et des réponses que tentent ou devraient tenter de lui donner les responsables des institutions patrimoniales.

Les statuts du Conseil international des musées (ICOM) disent bien que les musées doivent exposer en gardant à l'esprit la délectation et l'éducation du public, idée que reprend Jean Davallon quand il affirme que « l'exposition commence là où l'objet, destiné à être vu par le public, se présente à lui pour lui procurer du plaisir et lui tenir un discours »<sup>[1]</sup>. Les notions de jouissance et de pédagogie sont définitivement, l'une et l'autre, liées au musée et représentent une question centrale de la politique culturelle de ces établissements.

[1]

DAVALLON, Jean (dir).  
*Claquemurer pour ainsi dire tout l'univers*. Paris : Centre de création industrielle, Centre Georges Pompidou, 1986.

## Se délecter

Dès les origines, la notion de délectation est attachée aux collections. Les premiers cabinets de curiosités sont créés par des amateurs, pour satisfaire leur plaisir esthétique et leur goût de l'étrangeté. Au cours de cette « préhistoire » des musées, l'imaginaire, l'émotion et la curiosité motivent les collectionneurs alors que la pensée scientifique est en cours d'édification. Après la Révolution française, puis avec les grandes expositions universelles et internationales, le peuple, invité à fréquenter ces lieux érigés et organisés à la gloire des nations et des empires, vient s'instruire, s'étonner, mais aussi et peut-être surtout se régaler. Les musées du siècle dernier accueillent, à leur tour, des visiteurs désireux de savourer des objets réputés pour leur beauté (relative), leur rareté ou leur étrangeté (elle aussi toute relative), tandis que d'autres amateurs viennent faire au musée une démarche d'apprentissage dans le but d'un gain culturel.

## Contempler

Il semble que la délectation des visiteurs passe, dans un premier temps, par la contemplation, cette « action de considérer attentivement par la vue et par la pensée »<sup>[2]</sup>. Aristote la décrit comme étant en opposition à la quête ou au désir de savoir et du côté de la jouissance. Le philosophe grec lui donne une place élevée dans l'échelle des sentiments humains : la « pleine suffisance appartiendra au plus haut point à l'activité de contemplation ». Sous cet angle, et dans nos cultures, la contemplation est considérée comme une élévation de l'esprit et des sentiments. Pour cette raison, les professionnels des musées tiennent à ce que les institutions patrimoniales soient des lieux où puisse s'exprimer et surtout s'épanouir la contemplation pour le plus grand bonheur du visiteur.

L'idée que le musée contient des chefs-d'œuvre dignes d'être admirés et capables de provoquer une émotion esthétique pure est assez récente et voit le jour à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle et au début du XX<sup>e</sup>. Jusque-là, la société avait été plutôt tournée vers l'admiration des biens précieux et des richesses accumulées et émerveillée par l'habileté technique des artistes capables de représenter la nature, de raconter les mythes, les légendes, les chroniques et les fables de l'histoire collective.

[2]

<<http://www.mediadico.com>>

Quant à l'art contemporain, présenté dans un musée, surtout dans un musée de beaux-arts, considéré plus que les autres institutions patrimoniales comme un lieu de contemplation où s'élève l'âme, il y prend une valeur marchande qui brouille parfois sa dimension artistique.

## Inviter

Depuis plus d'un quart de siècle désormais, les professionnels s'intéressent à leur public autant qu'à leurs collections, comme le préconisait le mouvement de la nouvelle muséologie dans les années 1980, considérant que le musée est un lieu social important où le public doit s'améliorer en tant que citoyen. Ils s'inquiètent désormais de la psychologie de leurs contemporains et s'interrogent sur le rôle de l'environnement spatial et de l'atmosphère qui accompagnent les œuvres et le public au sein de leur établissement.

Les experts se questionnent sur l'influence de ces différents facteurs sur le plaisir que peut éprouver le public au moment de sa visite au musée. S'active-t-il de façon automatique, à la faveur d'un choc esthétique, d'une rencontre unique, exceptionnelle, quels que soient le cadre et les conditions de la rencontre objet visiteur ? Ou bien peut-on créer des conditions qui favorisent cette rencontre ? Si oui, quelles sont ces circonstances et peut-on les favoriser ou même les créer ? Les responsables de musées, de collections et de monuments utilisent des outils de médiation de plus en plus complexes et raffinés pour inviter à la contemplation. Des agencements architecturaux adaptés et subtils mettent le visiteur en condition ; la Fondation Beyeler, à Bâle, conçue par Renzo Piano, où nature et œuvres d'art communiennent remarquablement, en est un exemple émouvant. Des dispositifs scénographiques surprenants et inventifs magnifient les objets : le décor de l'exposition du musée du quai Branly *Upside Down - Les Arctiques*, due à Doug Wheeler, est une œuvre d'art en soi qui stimule l'émerveillement pour les objets. Le travail de la lumière nourrit et renouvelle le regard sur l'œuvre, provoquant souvent admiration et surprise, comme l'a montré la mise en espace imaginée par les élèves de l'École nationale supérieure d'architecture de Lyon dans l'exposition *Sur les traces du serpent*<sup>[3]</sup>, conçue par les élèves de l'École du Louvre et de l'École normale supérieure lettres et sciences humaines, dans laquelle les visiteurs découvrent les objets à l'aide d'une lampe-torche, avant qu'ils ne sortent de l'ombre quand la salle entière se met en lumière.

Quant au public lui-même, souhaite-t-il simplement passer au musée un moment de contemplation puis de délectation, ou attend-il autre chose<sup>[4]</sup> ?

Un bien célèbre visiteur de musée confie son désarroi :

Je n'aime pas trop les musées. Il y en a beaucoup d'admirables, il n'en est point de délicieux. Les idées de classement, de conservation et d'utilité publique, qui sont justes et claires, ont peu de rapport avec les délices.

Bientôt, je ne sais plus ce que je suis venu faire dans ces solitudes cirées, qui tiennent du temple et du salon, du cimetière et de l'école... Suis-je venu m'instruire, ou chercher mon enchantement, ou bien remplir un devoir et satisfaire aux convenances ?

Même si les musées ne sont plus, pour la plupart, « des solitudes cirées », Paul Valéry pose la question qui nous intéresse : « Suis-je venu m'instruire ou chercher mon enchantement<sup>[5]</sup> ? »

Certains, dont le fameux peintre Victor Vasarely, apportent une réponse sans ambiguïté : « Je veux finir avec tout ce qui fait le musée : l'œuvre unique et irremplaçable, le pèlerinage, la contemplation passive du public. »

**[3]**

Exposition au musée des Confluences, 28, boulevard des Belges, 69006 Lyon, du 6 novembre au 20 décembre 2008.

**[4]**

EIDELMAN, Jacqueline et Michel VAN PRAËT (dir.). *La Muséologie des sciences et ses publics. Regards croisés sur la Grande Galerie de l'Évolution du Muséum national d'histoire naturelle*. Paris : Presses universitaires de France, 2000, 341 p.

**[5]**

VALÉRY, Paul. « Le problème des musées ». In. *Œuvres*, tome II, Pièces sur l'art. Paris : Gallimard, Nrf, Bibl. de la Pléiade, [1923] 1960.

Quant au grand public, qu'en pense-t-il ? Enquêtes, livres d'or, témoignages nous disent bien qu'il a quelques idées sur ce qu'il souhaite trouver au musée<sup>(6)</sup>. S'il s'attend presque unanimement à se régaler (bien qu'il redoute parfois l'ennui), il souhaite aussi tirer un profit culturel de sa sortie au musée, s'enrichir sur le plan intellectuel, comprendre des mécanismes artistiques, culturels et sociaux.

## Apprendre

L'idée du musée source de connaissances ne date pas d'hier ; les institutions patrimoniales sont, depuis la Révolution, et même bien avant avec la chapelle Sixtine, des lieux d'apprentissage pour les jeunes artistes. Au cours du XIX<sup>e</sup> siècle, aux États-Unis et en Grande-Bretagne, quelques-uns sont considérés comme des lieux d'expérimentation et d'apprentissage plus ouverts que les écoles ; ils s'appuient sur l'expérience sensorielle selon la méthode « hands-on ». Certains, tel le Brooklyn Children's Museum, se consacrent au jeune public.

[6]

EIDELMAN ET VAN PRAËT,  
*op. cit.*; GOTTESDIENER, Hana.  
« La lecture des textes dans  
les musées d'art », *Publics et  
musées*, no 1, 1992.

En France, ce n'est que bien plus tard que les instances culturelles s'intéresseront ouvertement et légalement aux fonctions éducatives du musée. Il faut attendre 1949 pour que Georges Salles, alors directeur des musées de France, donne naissance à un service éducatif au sein des musées nationaux. Des initiatives en direction des enfants, tels que l'atelier des enfants du Centre Pompidou et le Musée en Herbe, naissent dans les années 1970. Le musée d'Orsay, à son ouverture en 1986, bénéficie d'un espace important consacré à la pédagogie ; il disparaît et réapparaît beaucoup plus modeste en 2006. L'inauguration de la Cité des enfants à la Cité des sciences de la Villette, en 1992, est un évènement important dans le domaine de l'éducation et de la pédagogie dans les musées. Enfin, c'est avec la loi du 4 janvier 2002 que les musées français se dotent d'un véritable appareil éducatif mettant la mission d'éducation des musées au même niveau que celle de conservation : la loi stipule que « chaque musée de France dispose d'un service ayant en charge les actions d'accueil des publics, de diffusion, d'animation et de médiation culturelle ». En 2008, le Muséum national d'histoire naturelle de Paris décide de se doter d'un espace de plusieurs centaines de mètres carrés consacré au jeune public, une vraie reconnaissance pour les musées comme lieux d'apprentissage. Les musées français reconnaissent désormais urbi et orbi leurs missions d'information, de formation, d'éducation, tout en restant des lieux de délectation et de plaisir.

Cette mission d'éducation que les professionnels, en grande majorité, reconnaissent aux musées représente un grand pas vers la démocratisation culturelle, même si certains croient au choc esthétique universel. Elle mène vers le partage des plaisirs que procure la découverte des collections de musées, qu'elles soient artistiques, ethnographiques, technologiques ou scientifiques.

L'éducation des citoyens passe par de nouvelles attentes auxquelles les établissements patrimoniaux sont capables de répondre. Ils participent à l'édification des racines culturelles et font prendre conscience de l'importance du patrimoine pour la construction de l'identité. Le musée est une projection de l'identité culturelle.

La visite au musée favorise l'ouverture vers l'extérieur et va dans le sens des méthodes éducatives qui font de plus en plus appel à l'expérience vécue. Enfin, le développement des loisirs dans nos sociétés définit le musée comme un lieu privilégié de divertissement intelligent.

Dans les établissements patrimoniaux, l'apprentissage et la découverte de la connaissance se font « sur le terrain », comme on dit en ethnologie. Ils sont des lieux d'expérimentation, de confrontation avec la matérialité des objets, des œuvres, des monuments, eux-mêmes expressions de la réalité de la vie culturelle, sociale, politique et économique. Ils enrichissent l'éducation scolaire, universitaire et familiale. Leur champ d'action au cœur de nos sociétés, et des sociétés en général, est vaste. Dépôts du patrimoine culturel, les musées ont pour mission, outre de séduire le public, d'enrichir son savoir, de modifier son comportement social, de développer sa curiosité, d'encourager sa créativité et d'activer son esprit critique. La question est de savoir quels sont les outils à développer pour atteindre les visiteurs et ainsi mener à bien toutes ces ambitions. Il semble que le meilleur moyen, incontestable désormais, soit de susciter son fonctionnement intellectuel et affectif<sup>[7]</sup>. Ce fonctionnement, source de plaisir, lui permet alors de s'épanouir et de tirer profit d'une visite au musée.

**[7]**

DUFRESNE-TASSÉ, Colette.  
*Psychologie du visiteur de musée*, Montréal: Hurtubise  
HMH, 2000.

## Transmettre

La médiation, cette méthode de transmission de l'information concernant les collections des musées, est l'outil qui permet aux établissements patrimoniaux de remplir leurs missions d'émerveillement, d'information, et d'éducation du public. Les objectifs de cette médiation passent, comme nous venons de le voir, par l'épanouissement des visiteurs devenus réceptifs grâce à une réaction émotive et cérébrale. Elle doit les sensibiliser à la notion de diversité et de relativité des valeurs morales et esthétiques, attirer leur attention sur la notion d'évolution et de fragilité de la nature et des cultures, transmettre le patrimoine naturel et culturel comme base de l'identité. Dans le cas du patrimoine dit « immatériel », son rôle sera de transmettre directement les connaissances et les pratiques traditionnelles.

[8]

EIDELMAN, Jacqueline,  
Hana GOTTESDIENER,  
Jacqueline PEIGNOUX,  
Mélanie ROUSTAN *et al.*

L'exposition *La Mort n'en saura rien* et sa réception. Enquête réalisée auprès des visiteurs de l'exposition du Musée national des arts d'Afrique et d'Océanie. Rapport de synthèse. Paris : Centre de recherche sur les liens sociaux (CERLIS), 2000.

Les modes de médiation doivent proposer une expérience sensible, car c'est elle qui active le raisonnement et la mémoire. La médiation humaine est efficace et souhaitée par de nombreux visiteurs, l'écrit est toujours demandé<sup>(8)</sup>, l'appel aux sens autres que la vue – le son, le toucher, l'odorat ou le goût – active l'émotion et la réflexion et les outils multimédia sont d'une grande richesse. Quant à la scénographie, elle est un mode de médiation visuelle irremplaçable qui permet de faire passer des messages sans avoir recours à l'écrit. Cela peut être précieux pour des publics qui ne souhaitent pas ou qui ont des difficultés à lire dans des lieux tels que les musées. En outre, elle permet au public de s'adonner à la contemplation tout en proposant la découverte de connaissances, deux sources d'émotion et de plaisir.

Pour remplir leur double mission, permettre la contemplation et l'éducation, les musées ont de multiples réponses. La séduction et l'émotion et leurs conséquences sur le comportement intellectuel et psychologique du visiteur restent, nous semble-t-il, au centre de la réflexion. Les articles de cet ouvrage fourniront, nous l'espérons, de nombreuses pistes de travail.



**Summary**

[Translated by Micheline Giroux-Aubin]

Enjoying and learning are the pleasures that the visitor finds, or should find, at the museum. Museum and heritage institution professionals now convincingly make every effort possible to fulfil a double mission: create delight and promote learning. They develop mediation tools such as architectural arrangements, space-setting, lighting, written and multimedia information, inviting contemplation, arousing curiosity, or allowing transmission. Public seduction and education are at the centre of the workshop entitled “the missions of the museum: between contemplation and education.”