

LA MEDIATION DANS LES MUSEES EN FRANCE

LUGEZ Adeline

Sous la direction de Anne – Pascal Seynhaeve
Responsable du Service culturel pour les publics aux musées d'Angers



Résumé :

La médiation dans les musées en France correspond à l'ensemble des actions mises en place afin de faciliter et optimiser la rencontre entre l'œuvre et le public. Elle s'inscrit dans le cadre d'une réflexion sur le musée, ses missions et sa place dans la société et les pratiques culturelles des Français. Celle-ci a notamment conduit à un début de reconnaissance professionnelle des compétences réclamées et à la rédaction et l'application de la loi n°2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux Musées de France. Aujourd'hui la médiation occupe une place incontournable dans le musée de par sa vocation de diffusion et de mise à disposition des collections. Elle recouvre différents champs d'action et de compétences : connaissance des collections et des visiteurs, mise en place de dispositifs de médiation et animations adaptés, définition d'une programmation et d'une politique des publics, muséographie et scénographie.

Descripteurs :

Médiation – Médiation culturelle – Médiation muséale

Musée(s) – Exposition(s)

Public(s) – Visiteur(s)

France

Toute reproduction sans accord express de l'auteur à des fins autres que strictement personnelles est prohibée.

Abstract :

Mediation in French museums squares with whole the actions made to facilitate and strengthen the meeting between the visitor and the work of art. It is in keeping with a reflection about museums and art galleries, their functions and roles in society and cultural practices of French people. This reflection has especially induce to the beginning of the professional recognition of abilities and to the writing and enforcement of the law n° 2002-5 signed the January 4th 2002 and connected with the "Musées de France". Nowadays mediation has a central role in museums thanks to its aptitude for spreading and because it places the collections at the visitors' disposal. It covers up different kinds of animations and abilities : knowledge of collections and visitors, putting into practice animations, definition of a programme planning for visitors, museography and scenography.

Keywords :

Mediation – cultural mediation

Museum(s) – Art Gallery(ies) – Exhibition(s)

Public – Visitor(s)

France

Sommaire

INTRODUCTION.....	9
PARTIE 1 : MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE DOCUMENTAIRE.	12
1. NATURE DE LA RECHERCHE	12
1.1. Contexte et limites de la recherche	12
1.1.1 Définition du sujet et contexte de la recherche	12
1.1.2 Les limites de la recherche	12
1.1.3 Les objectifs de la recherche	13
1.2. Stratégie de recherche	14
1.2.1 Analyse de l'existant	14
1.2.2 Définition des mots-clés et descripteurs.....	14
1.2.3 Le choix et la consultation des sources	15
2. EXPLOITATION DES SOURCES D'INFORMATION	16
2.1. Les sources papiers	16
2.2. Les OPAC (Open Public Access Catalogue).....	17
2.2.1 Le SUDOC	17
2.2.2 La BN-Opale Plus de la Bibliothèque Nationale de France	19
2.2.3 Le catalogue de l'Ecole du Louvre	20
2.2.4 Le catalogue des bibliothèques municipales de Lyon.....	21
2.3. Les bases de données sur CD-ROM	22
2.3.1 Francis	22
2.3.2 CD-Rap	23
2.4. Les bases de données en ligne.....	24
2.4.1 Electre.....	24
2.4.2 L'OCIM	25
2.5. Les autres ressources Internet	27
2.5.1 Les outils du Web.....	27
2.5.1.1 Les annuaires.....	27
Yahoo ! France	27
Muséofile	29

2.5.1.2 Les moteurs de recherche.....	30
Altavista.....	30
Google.....	30
2.5.1.3 Les méta moteurs.....	31
Kartoo	31
Ixquick	31
2.5.1.4 Les moteurs de recherche spécialisés	32
Erudit.org	32
LégiFrance	32
2.5.2 Quels types d’information et quels sites retenir ?.....	33
2.5.2.1 Les institutions françaises.....	33
Le Ministère de la Culture et de la Communication	33
La Direction des Musées de France.....	35
L’OCIM	35
L’OPC	36
Le Département Arts et Culture du SCEREN.....	37
2.5.2.2 Les organismes internationaux.....	37
L’ICOM	37
L’ICHIM	38
2.5.2.3 Les associations de professionnels.....	38
L’Association Médiation Culturelle Rhône-Alpes.....	38
L’AFAA	39
3. BILAN	40
3.1. <i>Bilan de la recherche documentaire</i>	40
3.1.1 Sélection des références	40
3.1.2 Localisation et consultation.....	41
3.1.3 Présentation des références.....	41
3.2. <i>Evaluation du temps et des coûts de la recherche</i>	42
3.2.1 Le temps.....	42
3.2.2 Les coûts de la recherche.....	42
PARTIE 2 : SYNTHÈSE.....	44

1.	HISTOIRE ET ENJEUX D'UNE MISE EN RELATION DES ŒUVRES ET DES PUBLICS...	44
1.1.	<i>Définition de la médiation</i>	45
1.2.	<i>Emergence et enjeux de la médiation</i>	46
1.3.	<i>Actualité de la médiation : la loi musée du 4 janvier 2002</i>	47
2.	CONNAISSANCE DES PUBLICS ET ACTION POUR LES PUBLICS.....	49
2.1.	<i>Comment connaître ses publics actuels et potentiels ?</i>	49
2.2.	<i>Cibler ses actions et construire une politique des publics</i>	51
2.3.	<i>Formes et principes de la médiation</i>	53
3.	MISE EN PLACE DE LA MÉDIATION ET DE SES DISPOSITIFS.....	54
3.1.	<i>La médiation humaine</i>	54
3.2.	<i>Les réponses muséographiques</i>	56
3.3.	<i>Nouveaux outils de médiation</i>	58
	CONCLUSION.....	61
	BIBLIOGRAPHIE	63
1.	LA MÉDIATION DANS LE MUSÉE ET L'EXPOSITION	63
1.1.	<i>Le musée</i>	63
1.1.1	Ouvrages généraux	63
1.1.2	Articles de périodiques	64
1.1.3	Colloques et conférences	64
1.2.	<i>L'exposition</i>	65
1.2.1	Ouvrages généraux	65
1.2.2	Articles de périodiques	65
1.2.3	Colloques et conférences	65
1.3.	<i>La médiation</i>	66
1.3.1	Ouvrages généraux	66
1.3.2	Articles de périodiques	66
1.3.3	Colloques et conférences	67
1.4.	<i>Approche sociologique de la médiation</i>	68
1.4.1	Ouvrages généraux	68
1.4.2	Articles de périodiques	69

2.	CONNAÎTRE SES PUBLICS	69
2.1.	<i>Publics et pratiques culturelles</i>	69
2.1.1	Ouvrages généraux	69
2.1.2	Colloques et conférences	70
2.1.3	Articles de périodiques	70
2.2.	<i>Evaluation et techniques d'enquête</i>	71
2.3.	<i>Publics particuliers</i>	71
2.3.1	Publics handicapés	71
2.3.2	Enfants et adolescents	72
2.3.3	Scolaires et groupes	73
2.3.4	Personnes âgées	74
3.	L'OFFRE MUSÉALE : ACCOMPAGNER SES PUBLICS	74
3.1.	<i>Politique culturelle et action culturelle</i>	74
3.2.	<i>La visite comme expérience</i>	76
3.3.	<i>Muséographie, muséologie et scénographie</i>	76
3.4.	<i>Le texte dans le musée et l'exposition</i>	77
3.5.	<i>Technologies de l'information et de la communication dans les musées.</i>	78
3.5.1	Interactivité et Technologies de l'information et de la communication	78
3.5.2	Internet culturel	80
3.5.3	Edition multimédia	80
3.5.4	Musée et audiovisuel	81
3.6.	<i>Le musée hors les murs</i>	81
3.7.	<i>Les politiques tarifaires</i>	81
4.	ETUDES ET ENQUÊTES MENÉES DANS LES INSTITUTIONS CULTURELLES	82
4.1.	<i>Etudes menées dans les musées parisiens</i>	82
4.1.1	Centre Georges Pompidou	82
4.1.2	Cité des Sciences et de l'Industrie	82
4.1.3	Musée du Louvre	83
4.1.4	Musée National des Arts d'Afrique et d'Océanie	83
4.1.5	Muséum National d'Histoire Naturelle	83

4.1.6	Musée en Herbe.....	84
4.1.7	Musée du Luxembourg.....	84
4.2.	<i>Etudes menées dans les musées de province.....</i>	84
5.	TEXTES OFFICIELS.....	85
5.1.	<i>Rapports ministériels.....</i>	86
5.2.	<i>Textes juridiques, sources législatives</i>	86
5.3.	<i>Sur la loi du 4 janvier 2002 relative aux musées de France</i>	88
	LISTE DES SIGLES.....	89
	TABLE DES ANNEXES	90

Introduction

Effectuer une recherche documentaire dans le domaine des musées relevait en partie de ma double compétence puisque j'ai suivi des études d'histoire et d'archéologie, d'histoire de l'art et de muséologie. Toutefois je cherchais à réaliser une recherche dans un secteur de cette activité différent de ceux que j'avais pu aborder auparavant. Je me suis donc tournée vers la prise en compte des publics dans les institutions muséales plutôt que vers l'étude des collections. Dans la même perspective, j'avais déjà réalisé des études sous la direction de professeurs d'université et conservateurs de musées et souhaitais désormais le faire au service d'autres professionnels de ce domaine.

Aborder cette thématique, que je ne connaissais que par mes propres expériences de visite, du point de vue de la documentation m'intéressait à plusieurs niveaux. J'espérais qu'une telle recherche me permettrait de renouveler mon regard sur le musée et sur les études menées en rapport avec lui, de mener plus en confiance mon premier exercice de documentation. Elle a en fait été une source de surprises et m'a vraiment permis de mettre à l'épreuve mes capacités d'adaptation à l'étude d'un secteur nouveau.

J'ai donc pris contact avec Madame Anne – Pascal Seynhaeve pour évoquer avec elle ce projet. Responsable du service culturel pour les publics aux musées d'Angers, elle dirige une unité jeune et dynamique, récemment créée et qui doit faire face à la mise en place d'une politique centralisée au service de plusieurs musées et galeries et à la perspective de la réouverture prochaine du musée des Beaux Arts. Lorsqu'elle m'a donné son accord, nous avons choisi de mener une étude générale sur la médiation dans les musées en France, avec pour objectif de mettre notamment en lumière la dynamique et de dégager des expériences innovantes.

Revenons un instant sur la situation de ce service, le cadre dans lequel il s'inscrit et les missions qui sont les siennes. Dès 1998, le conseil municipal de la ville d'Angers approuvait un double projet scientifique et culturel d'une part, visant à valoriser le patrimoine de la cité en travaillant sur la mise en valeur des collections, la mise en place d'une politique des publics et le développement des

services de documentation, architectural et muséographique d'autre part, afin de rénover plusieurs monuments historiques dont le Logis Barrault qui abrite le Musée des Beaux Arts et de développer les espaces ouverts aux publics. Ce projet s'inscrit dans un contexte plus général de rénovation et mise en valeur de musées de Beaux Arts dans diverses villes de province (Lyon, Lille, Arras, Amiens, etc.), eux aussi créés lors de la Révolution et installés dans des monuments historiques. Le Service culturel pour les publics a été créé dans ce contexte et cette perspective de mise en valeur et mise à disposition. Il met en œuvre et prend en charge les opérations de médiation dans plusieurs institutions culturelles de la ville d'Angers.

- Le Musée Jean Lurçat et de la Tapisserie Contemporaine est installé dans un ancien orphelinat du 17^{ème} s. attenant à l'ancien hôpital Saint-Jean, bâtiment du 12^{ème} s. Il a été créé en 1986 par la municipalité qui souhaitait constituer et mettre à disposition des publics un fonds de tapisseries contemporaines comme pendant à la célèbre *Apocalypse* médiévale. Les collections permanentes, constituées essentiellement des donations Lurçat et Gleb, sont complétées par deux expositions temporaires par an.
- Le Musée Pincé est installé depuis 1889 dans un logis Renaissance construit dans les années 1520-1530 pour Jean de Pincé, ancien maire d'Angers, et offert à la ville en 1861. Ses collections sont composées des legs Turpin de Crissé en 1859, comportant des antiquités grecques, étrusques, romaines et égyptiennes, et Saint-Genys, constitué d'estampes japonaises. S'y sont ajoutés des dépôts, notamment du musée du Louvre, et divers dons. Une partie de ses collections prend actuellement part à une exposition itinérante sur la céramique grecque dans divers musées des pays de la Loire.
- La Galerie David d'Angers présente de nombreuses œuvres du célèbre sculpteur né dans la ville en 1788. Elles sont composées de dessins, moulages en plâtre, modelages et œuvres en marbre et en bronze, et abritées depuis 1984 dans l'ancienne abbatale Toussaint, magistralement restaurée et voisine du Musée des Beaux Arts.

- Ce dernier est donc situé dans le Logis Barrault, un hôtel particulier du 15^{ème} s. Créé en 1796, c'est un musée municipal depuis 1805. Ses collections sont composées de nombreux dons du Muséum Central de la fin du 18^{ème} s. et de donations de grandes collections angevines jusqu'à la fin du siècle suivant. D'une variété et d'une qualité exceptionnelles, elles seront à nouveau visible à partir du 19 juin prochain. L'exposition inaugurale portera sur l'œuvre sculptée de Niki de Saint Phalle.
- S'y ajoute le musée – château de Villevêque, proche d'Angers et doté de collections d'œuvres du Moyen Âge et de la Renaissance.

Toutes ces institutions, à l'exception du Musée Jean Lurçat sont d'ores et déjà des Musées de France. Le Service culturel pour les publics doit donc prendre en charge les animations et dispositifs de médiation en direction de publics divers dans des institutions aux collections tout aussi variées (archéologie, beaux arts, art textile et contemporain, etc.). Il a pour objectif de rendre aux angevins l'accès à leur patrimoine, de mener des opérations dynamiques et adaptées en direction des scolaires et publics avertis, d'établir des liens solides et durables avec les écoles d'art et universités, d'asseoir son image et son importance et de participer au rayonnement national.

Partie 1 : Méthodologie de la recherche documentaire

1. Nature de la recherche

1.1. Contexte et limites de la recherche

1.1.1 Définition du sujet et contexte de la recherche

Elisabeth Caillet et Michel Van Praët définissent ainsi la médiation dans les musées : *La médiation comporte l'ensemble des fonctions relatives à la mise en relation des œuvres proposées par une structure avec les populations, c'est-à-dire les publics actuels et potentiels. Elle détermine le lieu, le temps et les moyens de la rencontre entre les œuvres et les destinataires* [5, p.32-35].

Aujourd'hui les publics sont en effet mis au cœur de la vocation des musées. Dans cette perspective, il s'agit de privilégier l'accessibilité physique, intellectuelle et émotionnelle aux collections et aux savoirs, de produire des outils et actions adaptés et d'instaurer un dialogue entre musée et visiteurs. Les projets scientifique et culturel du musée sont donc indissociables. Le champ d'intervention de la médiation muséale et de ses professionnels est particulièrement large. Un effort de réflexion et d'élaboration important s'est ainsi développé à Angers dans le cadre de la rénovation du Musée des Beaux Arts, dont la réouverture est prévue le 19 juin 2004, et de la réorganisation plus générale de la politique culturelle de la ville sous-tendue par la volonté des élus de mettre en relation différentes institutions.

1.1.2 Les limites de la recherche

Les premiers efforts de réflexion puis d'effectuation en terme de médiation culturelle ont été menés dans des musées nord-américains. Cette dynamique ne s'est développée en France qu'à partir des années 1960 avec une volonté politique marquée de démocratisation culturelle et le développement des expositions temporaires. Depuis la fin des années 1980 et le début de la décennie suivante, les

outils de connaissance des publics, initiatives et expérimentations se sont multipliées dans diverses institutions muséales. Désormais la dynamique française est incontournable dans ce domaine et s'affirme face à ses voisins européens et au Canada. Toutefois dans le cadre de cette recherche, nous avons opté pour une étude de la situation française uniquement pour mieux répondre aux besoins du commanditaire et faire face à l'ampleur du sujet.

Les limites chronologiques, du début des années 1990 à aujourd'hui, ont été établies dans une volonté de mettre en lumière la dynamique du domaine et d'en retirer, si possible, des opérations novatrices, et aussi parce qu'elles correspondent à la réelle reconnaissance des professionnels de la médiation. Sporadiquement quelques études et opérations antérieures à ces dates sont prises en compte afin de ne pas omettre l'évolution du secteur et son contexte. Les études fondatrices de la sociologie de la culture, menées par P. Bourdieu [59], P. Francastel [62] ou encore J. Duvignaud [60], ne pouvaient être écartées, ce qui est apparu clairement dès la définition du sujet et les premières recherches. Il en va de même pour quelques publications et rapports effectués à la Cité des Sciences et de l'Industrie [242 ; 251] ou au Centre Georges Pompidou [239 à 241] dans les années 1980 par exemple.

1.1.3 Les objectifs de la recherche

Les objectifs issus de la définition du sujet et de la prise en compte des besoins du commanditaire peuvent être définis en quatre points :

- Offrir un panorama dynamique et représentatif, mais non exhaustif bien sûr, de l'ampleur des champs d'intervention et de recherche de la médiation culturelle, ainsi que mettre en avant les innovations et opérations originales mises en œuvre.
- Rendre compte des études menées depuis une quinzaine d'années dans ce domaine et des principaux aspects abordés, de leur évolution.
- Mettre la médiation dans les musées français en contexte par rapport aux récentes décisions politiques et juridiques.
- Fournir des « outils pratiques » à un Service pour les publics jeune et devant faire face à une politique ambitieuse.

1.2. Stratégie de recherche

1.2.1 Analyse de l'existant

Avant d'entamer mes propres recherches, j'ai voulu savoir s'il existait d'ores et déjà des bibliographies sur le sujet. Celui-ci étant large et transversal, les résultats ont été peu nombreux. En réalité seuls trois ouvrages font véritablement le point sur un aspect de la question : les politiques culturelles et les études de publics.

Le premier, publié en 1986 sous la direction de Dominique Jamet et Geneviève Gentil, est intitulé *Politiques culturelles, études et documents, 1976-1983* [151]. Il est extrêmement complet et fait le point sur les publications au tournant des années 1970-1980. Il ne concerne pas que les musées et leurs visiteurs. Le vocabulaire parfois employé et l'organisation même de l'ouvrage montrent bien que la médiation ne fait pas encore partie du paysage muséal. En effet, les chapitres qui nous concernent sont relatifs à la politique culturelle, à la vie associative, aux animations socio - culturelles et, enfin, aux modes de vie et comportements culturels (dont les pratiques culturelles du public des musées et expositions temporaires, la fréquentation des équipements culturels et les animateurs culturels).

Le second ouvrage est plus récent : il s'agit de *Publics des équipements culturels : méthodes et résultats d'enquêtes* publié par Olivier Donnat et Sylvie Octobre en 2001 [83]. On y trouve une très abondante bibliographie recensant des articles de périodiques, études et monographies réalisés depuis la fin des années 1980. Toutefois, bien qu'il ait l'avantage de rassembler de nombreuses études menées dans ou par différents musées, cet ouvrage ne concerne que les études de publics et des pratiques culturelles et donc un aspect seulement du sujet. J'y ajouterai la synthèse réalisée par D. Samson et B. Schiele en 1989 intitulée *L'évaluation muséale – publics et exposition : Bibliographie raisonnée* qui fournit le même type de ressources, sur un aspect plus précis encore cette fois [105].

1.2.2 Définition des mots-clés et descripteurs

Le sujet étant à la fois large et transversal et le domaine récent, j'ai eu quelques difficultés à mettre au point les mots-clés qui allaient m'aider à effectuer des recherches pertinentes. Les thésaurus, notamment celui de l'UNESCO, la liste

d'autorité - matière RAMEAU et la classification Dewey m'ont fourni quelques indices pour commencer cette opération. Je me suis rapidement aperçue que les requêtes que je devais effectuer étaient essentiellement binaires et alliaient des termes relevant des institutions muséales, d'une part, et d'autres se référant aux publics et pratiques culturelles, tous pouvant être associés au nom « France » ou aux adjectifs dérivés. Avec l'aide et les conseils de Mme Seynhaeve j'ai donc établi la liste suivante :

Musée	Public(s)
Exposition (temporaire / permanente)	Visiteur(s)
Collection	Utilisateur des musées
Médiation	Visite
Médiation culturelle	Animation
Médiation audiovisuelle	Atelier
Médiation orale	Conférence
Médiation écrite	Visite - conférence
Médiation visuelle	Pratiques culturelles
Muséologie	Enquêtes
Muséographie	Etude de public
Scénographie	Evaluation
Politique culturelle	Fréquentation
Politique des publics	Sociologie
Diffusion	
Aspect éducatif	

1.2.3 Le choix et la consultation des sources

Par souci d'efficacité et d'économie, j'ai commencé par consulter les sources disponibles à Lyon, essentiellement dans les bibliothèques municipales et dans celles de l'ENSSIB. Parallèlement, j'ai pu jusqu'en décembre continuer à effectuer mes recherches à la bibliothèque de l'Ecole du Louvre où de nombreuses sources étaient disponibles. Enfin, la Bibliothèque Publique d'Information m'a aidé à compléter mes recherches.

D'autre part, j'ai trouvé diverses ressources en accès libre et en texte intégral sur Internet, lectures que j'ai complétées par la consultation de nombreux sites Internet afin d'améliorer ma vision des offres de médiation dans les musées.

2. Exploitation des sources d'information

2.1. Les sources papiers

J'ai d'abord commencé par consulter quelques dictionnaires et encyclopédies afin de cerner le sujet et de le définir. Cette première étape m'a notamment permis de marquer les limites chronologiques du sujet en faisant le bilan de ce qui avait été publié avant les années 1990. Ainsi un ouvrage que j'ai évoqué plus haut, publié en 1986 et intitulé *Politiques culturelles, études et documents, 1976-1983* [151], fait le point sur les publications dans ce domaine jusqu'au début des années 1980. Dans la mesure où il est extrêmement complet et où le sujet est vaste, il apparaissait clairement que je pouvais commencer mes recherches après cette date.

Pour m'attacher plus particulièrement à définir le terme de médiation culturelle je me suis reportée à l'Encyclopaedia Universalis de 1990. Celle-ci ne comporte pas d'article sur la médiation. J'y est consulté l'article « Musée »¹ rédigé par Gilbert Lascaut qui permet de faire le point sur la situation et la notion de musée à l'aube des années 1990, les missions qui lui sont attribuées, les conceptions que l'on s'en fait. L'article « Muséologie » qui lui fait suite est l'œuvre commune de Germain Bazin et André Desvallées². Le premier fait le point sur la muséologie dans le cadre du musée, en relation avec les collections et les missions de l'institution muséale, tandis que le second s'attache à la définition de la nouvelle muséologie. Enfin, je me suis attachée à regarder de plus près l'article « Public et Art » réalisé par Nathalie Heinich³. Cette sociologue française, ancienne élève de Pierre Bourdieu, travaille essentiellement sur la sociologie de la culture. Elle renverse ici le raisonnement avec lequel on abordait jusqu'à ce jour la question du public des musées. Elle entérine le passage de la notion de public à celle de publics et pose

¹ Encyclopaedia Universalis, corpus 15, p. 914-918.

² Encyclopaedia Universalis, corpus 15, p. 918-924.

³ Encyclopaedia Universalis, corpus 19, p. 270-274.

des questions essentielles sur la perception de l'art et le rapport qui s'établit entre ce dernier et les publics : L'art continue-t-il d'exister si la personne qui le regarde ne le considère pas comme art ? Comment envisager le regard de valeur, la vision d'appréciation que nous posons sur l'objet muséal ? ...

Enfin, le *Dictionnaire des politiques culturelles en France depuis 1959* [158] publié sous la direction de Emmanuel de Waresquiel en 2001 a constitué un point de départ essentiel dans ma recherche. Je me suis particulièrement penchée sur quatre articles : en premier lieu, celui qui s'intitule « Médiation / médiateurs culturels », celle-ci apparaissant clairement pour la première fois dans ce type d'ouvrage, puis les articles « Action culturelle », « Pratiques culturelles » et « Education culturelle et artistique ». La lecture de cet ouvrage peut être complétée par celle des *Politiques culturelles en France* [155] publié en 2002 et rédigé sous la direction de Philippe Poirrier.

2.2. Les OPAC (Open Public Access Catalogue)

2.2.1 Le SUDOC

URL : <http://www.sudoc.abes.fr>

Le Service Universitaire de Documentation offre un accès gratuit sur Internet à l'ensemble des fonds documentaires des bibliothèques de l'enseignement supérieur localisés et recensés par l'ABES (Agence Bibliographique de l'Enseignement Supérieur). Etablissement Public Administratif créé en 1994 et placé sous la tutelle du Ministère chargé de l'enseignement supérieur, elle a notamment pour mission de recenser et localiser les fonds documentaires de ces bibliothèques et de les centraliser dans une base unique. Pour y parvenir, elle met à leur disposition les outils nécessaires et se charge de la mise en place et de la gestion du SUDOC, créé en avril 2000. Elle veille ensuite à la coordination du traitement documentaire des collections, à la normalisation du catalogage et de l'indexation, et gère une application de prêt entre bibliothèques.

Grâce à cette organisation le SUDOC est un outil de recherche performant, riche et facilement accessible. En effet, il recense environ cinq millions de référence de tous types (monographies, thèses, documents audiovisuels, ressources électronique, périodiques, etc.) et offre plusieurs possibilités de recherche. Grâce à

trois menus déroulants, la recherche simple peut-être précisée en tenant compte, d'une part, des opérateurs booléens « et » et « ou » et, d'autre part, de l'option « feuilleter », de la clé de recherche sur laquelle on situe la requête (avec dix neuf possibilités dont les mots du titre, du sujet, les noms de personnes, etc.) et, enfin, de l'ordre dans lequel on souhaite faire apparaître les résultats de la recherche (par pertinence ou par année de publication). Par exemple, on peut procéder ainsi :

The image shows a search interface with the following elements:

- A search bar containing the text "recherche (et)".
- A dropdown menu next to it with "Mots sujet" selected.
- The text "trié par" followed by another dropdown menu with "pertinence" selected.
- A second search bar containing the text "médiation + culturelle".
- A button labeled "Recherche" to the right of the second search bar.

La recherche avancée, que j'ai choisi de privilégier, propose quatre champs de recherche. La recherche par index et tri offre quatre espaces pour entrer les descripteurs en les combinant à l'aide de menus déroulants pour situer les clés de recherche, identiques à celles précédemment décrites, et quatre possibilités de tri (par pertinence, année de publication, auteur ou titre). Les filtres concernent, ensuite, l'année ou la fourchette chronologique de publication, la langue et le pays. Les documents peuvent aussi être recherchés par type de publication. Enfin, les filtres de localisation permettent de limiter la recherche aux ouvrages disponibles dans un département, un établissement documentaire ou un centre de ressources particulier.

Bien que le SUDOC constitue un outil indispensable de recherche en sciences humaines et qu'il m'a permis de sélectionner de nombreuses références, le mode d'interrogation a parfois montré des faiblesses. En effet, il m'a été difficile d'éviter le bruit sans risquer le silence. Au début de mes recherches j'ai donc procédé par tâtonnements, confrontant les résultats en recherche simple et en recherche avancée afin de tester les descripteurs avant de parvenir à faire des interrogations plus satisfaisantes.

Requête et mode d'interrogation (RS/RA) ⁴	Mot titre	Mot sujet	Références obtenues	Références pertinentes
Médiation + culturelle (RS)		X	13	0
Médiation + culturelle (RA)		X	12	0
Médiation + culturelle (RS)	X		26	5

⁴ RS : Recherche Simple ; RA : Recherche Avancée

Médiation + culturelle (RA)	X		25	3
Médiation + musée* (RS)	X		6	2
Médiation + musée* (RA)	X		5	1
Médiation + musée* (RS)		X	1	0
Médiation + musée* (RA)		X	1	0
Musée* + public* (RS)		X	70	27
Sociologie de la culture + musée* + France (RS)		X	10	2
Exposition* + public* (RS)		X	25	3
Musée* + animation* (RS)		X	3	2
Évaluation* + musée* (RS)		X	13	2
Éducation + musée* (RS)		X	28	5

2.2.2 La BN-Opale Plus de la Bibliothèque Nationale de France

URL : <http://catalogue.bnf.fr>

Cette base bibliographique, constituée à partir de divers fichiers couvrant des périodiques, monographies et documents numériques ou enregistrés sur de multiples supports, français et étrangers, est librement accessible sur Internet depuis mai 1999 et comprend plus de sept millions de références.

Trois modes de recherche sont disponibles. Le premier est la Recherche Simple qui ne permet de faire une requête que sur un seul champ au choix entre « Auteur, interprète, ... », « Titre » et « Sujet ». On peut aussi limiter la recherche en fonction du type de document. Le second mode correspond à la Recherche avancée ou experte qui offre deux champs d'interrogation combinés par l'un des opérateurs booléens ET, OU, SAUF. Ici la requête peut être précisée en fonction de la date de publication, du type de document, de la langue du document, du pays ou de la ville de publication. Enfin, le mode d'interrogation Equation est intéressant car il offre une plus grande liberté à la requête en respectant la syntaxe d'interrogation. Malheureusement il fonctionne parfois mal. Cette fois, la saisie de la requête peut être secondée par des critères complémentaires (type de document et collection).

Pour pallier aux difficultés d'interrogation et mener malgré tout une recherche approfondie afin d'obtenir des résultats aussi complets et pertinents que possible, une solution peut être de compléter une recherche simple sur un sujet par une autre

sur le titre. Une autre possibilité est de confronter les recherches faites en mode avancé sur plusieurs champs avec les même descripteurs. Toutefois ces solutions sont longues et fastidieuses et, en conclusion, beaucoup de notices obtenues ainsi avaient pu être trouvées par l'interrogation d'autres catalogues, notamment le SUDOC.

A titre d'exemple, voici quelques uns des résultats obtenus par l'interrogation en mode avancé, en limitant la recherche aux ouvrages en français et publiés en France depuis 1990 :

Requête	Notices obtenues	Notices pertinentes	Notices nouvelles
Sujet : musée ET Sujet : public	54	2	1
Sujet : musée ET Sujet : médiation	0	0	0
Titre : musée ET Titre : médiation	1	1	0
Sujet : musée ET Sujet : visite	0	0	0
Titre : musée ET Titre : visite	161	0	0
Sujet : musée ET Sujet : évaluation	2	1	1
Titre : musée ET Titre : évaluation	1	0	0
Titre : pratiques ET Titre : culturelles	60	10	0

2.2.3 Le catalogue de l'Ecole du Louvre

URL :

[http://www.ecoledulouvre.fr/cgi-bin/wwwisis/\[in=/home/louv/isis/interro.in\]/](http://www.ecoledulouvre.fr/cgi-bin/wwwisis/[in=/home/louv/isis/interro.in]/)

L'Ecole du Louvre est un établissement public administratif d'enseignement supérieur placé sous la tutelle du Ministère de la Culture et de la Communication. Elle dispense notamment un enseignement de muséologie associé au thème de la médiation culturelle. Il m'a donc semblé indispensable d'interroger le catalogue de la bibliothèque, d'autant que celle – ci est riche d'environ cinquante mille ouvrages. Ce fonds a aussi l'avantage d'être extrêmement varié : on y trouve entre autres ouvrages généraux, catalogues d'exposition, actes de colloques et conférences, de nombreux périodiques, mais aussi des mémoires de troisième cycle et monographies de second cycle. Ces dernières sont nombreuses en ce qui concerne la médiation (notamment parce qu'elles sont souvent l'occasion de mener des études de publics lors d'expositions comme celles du Grand Palais) mais j'ai

choisi de les délaissier dans la mesure elles sont difficilement accessibles et ne constituent pas une ressource indispensable dans le contexte qui nous concerne.

L'interrogation du catalogue est assez rigide lorsque l'on a recours au champs « Noms communs (sujets) ». Il est en effet préférable de passer par un index dans lequel se trouve cinq entrées concernant la médiation. On obtient les résultats suivants :

Entrées	Références obtenues	Références pertinentes
Médiation culturelle	57	23
Médiation audiovisuelle	11	2
Médiation écrite	30	7
Médiation orale	9	2
Médiation visuelle	1	0

2.2.4 Le catalogue des bibliothèques municipales de Lyon

URL : <http://www.bm-lyon.fr>

Le catalogue collectif des quinze bibliothèques municipales lyonnaises est librement accessible en version électronique sur Internet. Il donne accès à de très nombreuses ressources : périodiques, monographies, documents multimédias, etc. La richesse exceptionnelle du fonds en fait un espace de recherche incontournable, d'autant plus que Lyon et la région Rhône-Alpes sont un foyer de réflexion dynamique et d'expérimentations innovantes dans le domaine de la culture, et plus particulièrement de la muséologie et de la médiation, notamment grâce aux études menées dans les universités, à l'Ecole Normale Supérieure et dans les différents musées de la région. Cette dynamique est par ailleurs en partie visible à travers les publications des Presses Universitaires de Lyon et Grenoble.

Au niveau des modes d'interrogation, deux possibilités de requête sont offertes : la première en mode simple, la seconde en mode combiné. Pour la première, l'interrogation se fait sur un champ unique, avec une possibilité de recherche par mode alphabétique ou par mots clés et des critères complémentaires en fonction de la langue du document, de la collection, du support, de la date de publication. Il est aussi possible de choisir d'interroger uniquement le catalogue de l'une des bibliothèques. Pour le second mode, trois champs peuvent être combinés par les opérateurs booléens ET, OU et SAUF et associés aux mêmes critères

complémentaires que dans le précédent. Ces modalités permettent notamment de mener des recherches sur plusieurs champs puis d'effectuer une interrogation complémentaire par champ pour valider ou invalider la pertinence de la première. L'interrogation de ce catalogue a fourni de très nombreuses références, notamment en ce qui concerne les périodiques, que j'ai confrontées petit à petit avec les résultats obtenus lors de l'interrogation des catalogues du SUDOC et de l'Ecole du Louvre afin d'en retirer les doublons et de mettre en avant les éléments les plus pertinents.

2.3. Les bases de données sur CD-ROM

2.3.1 Francis

Francis est une base de donnée produite par l'INIST en collaboration avec DOGE (centre d'étude et de recherche appliquée à la gestion), PRODIG (laboratoire de communication et de documentation en géographie) et le Getty Information Institute. Elle offre des possibilités de recherche sur plus d'un million et demi de références bibliographiques, une grande majorité étant dotée de résumés des auteurs. Elle fournit ainsi une couverture pluridisciplinaire renforcée de la littérature française et européenne dans des domaines variés, dont l'art et l'archéologie, l'histoire de l'art, la sociologie, les sciences de l'information, etc. Elle a, enfin, pour avantage d'offrir un panel de quatre mille périodiques analysés. D'emblée, la recherche peut être limitée du point de vue chronologique en sélectionnant les secteurs de la base que l'on souhaite interroger de la manière suivante :

- FRANCIS (2001/12-2003/11) ⓘ
- FRANCIS (1998-2001/11) ⓘ
- FRANCIS (1995-1997) ⓘ
- FRANCIS (1991-1994) ⓘ
- FRANCIS (1987-1990) ⓘ
- FRANCIS (1984-1986) ⓘ

Pour ma part, j'ai ensuite choisi de mener ma recherche en mode expert et en ayant notamment recours aux opérateurs booléens, troncatures limitées ? ou illimitées *, opérateur de proximité, d'union ou d'exclusion. Parallèlement, diverses possibilités pour limiter la recherche sont offertes : année de publication (par tranches chronologiques), lieu de publication (par pays), langue de publication et langue du résumé, type d'ouvrage (actes de conférence, catalogues, etc.), nature du contenu (article, atlas, bibliographie, etc.) ou encore domaine d'intervention.

En conclusion, j'ai mené cette recherche après avoir consulté le SUDOC et force est de constater qu'elle a été relativement fastidieuse car il a fallu passer par des termes généraux et éliminer de nombreux doublons. Les résultats obtenus constituent donc un bon complément aux autres modes de recherche mais n'ont pas été aussi riches que je l'espérais. Les requêtes trop précises ne fournissaient que peu ou pas de résultats, tandis que d'autres beaucoup plus larges étaient plus prolixes mais m'obligeaient à opérer un tri « manuel ». En effet, le recours à des termes précis relatifs à la médiation culturelle ou à des combinaisons utilisant ce terme n'ont pas fourni de résultats. Le bruit était quant à lui lié à l'emploi incontournable du terme « Musée » ou « Museum » qui aboutissait à la proposition de nombreux guides, essentiellement touristiques, d'institutions ou expositions. Seule une douzaine de références a donc été retenue.

Par exemple, voici les résultats obtenus pour quelques requêtes :

Museum ? AND mediation	0
Mediation AND culture	0
Museum? OR musée?	518
Musée? AND france	122
Museum? AND France	4750
Musée? AND public?	19
Museum? AND public?	1232
Museum? AND public? AND France	237

2.3.2 CD-Rap

La base de données CD-Rap, consultable grâce à l'abonnement de la bibliothèque de l'ENSSIB, est issue de la participation d'une cinquantaine de bibliothèques municipales, universitaires ou spécialisées, au dépouillement de plus de 175

périodiques. Editée par la bibliothèque municipale de Lyon, elle m'a permis de vérifier les références déjà obtenues par le biais d'autres recherches plus que d'en découvrir de nouvelles. Cela peut aussi être attribué au fait que nombre de références sont trop anciennes ou issues de périodiques généralistes par rapport à ce que je recherchais. Les modalités d'interrogations simples et par mots-clés m'ont permis d'obtenir les résultats suivants :

Requêtes	Références obtenues et pertinentes	Références nouvelles
Médiation musée*	3	1
Musée* public*	2	2
Musée* public* France	3	2
Musée* aspect éducatif	5	2
Musée* enfant*	1	0
Musée* service* public*	1	0
Musée* multimédia	7	1

2.4. Les bases de données en ligne

2.4.1 Electre

Cette base de données, normée et structurée, consultée à la Bibliothèque de l'ENSSIB, fournit des notices de livres en langue française, disponibles ou épuisés, avec un résumé pour tous les ouvrages postérieurs à 1984. Elle constitue une filiale commerciale du Cercle de la Librairie, organisme interprofessionnel de promotion du livre créé en 1847 et une base bibliographique incontournable aujourd'hui. Par son affiliation avec le Cercle de la Librairie, elle est composée de la collecte des programmes des éditeurs et ouvrages eux-mêmes dans le but de produire une notice bibliographique complète, la possibilité de mise à jour après parution et d'atteindre l'exhaustivité. Les ouvrages pris en considération sont publiés en langue française dans soixante seize pays ou en France quelle que soit la langue. On peut donc dire qu'Electre constitue aujourd'hui un moteur de recherche puissant, grâce à une description précise des ouvrages, une fenêtre ouverte sur le monde de l'édition et un moyen de trouver rapidement, complètement et directement les livres recherchés.

Néanmoins, du point de vue méthodologie, la recherche simple s'est révélée peu adaptée dans la mesure où elle manquait de finesse lorsque j'utilisais mes descripteurs, ne me permettait pas de faire la part entre le bruit et le silence. La recherche avancée a quant à elle fournit des résultats satisfaisants. En utilisant les champs de recherche, on peut entrer cinq termes issus de champs différents en les combinant par les opérateurs ET, OU, SAUF. On peut aussi y ajouter les mentions « orthographe incertaine » et « étendre aux formes féminines et plurielles ». En dernier lieu, et dans les deux modes de recherche, on peut limiter la requête par le statut, le type ou la catégorie de l'ouvrage, la date de publication, le prix, le public auquel l'ouvrage s'adresse, ou encore la nationalité de l'auteur et la langue. J'ai ainsi obtenu par des formulations simples et clairement articulées des résultats certes peu nombreux mais pertinents :

Requêtes	Références obtenues	Références pertinentes
SUJET : médiation ET SUJET : musées	3	3
SUJET : atelier ET SUJET : musées	21	2
SUJET : musées ET SUJET : public ET SUJET : visiteur	15	9
SUJET : musées ET SUJET : visite ET SUJET : France	36	0
SUJET : musée ET SUJET : exposition ET SUJET : muséographie	32	12
SUJET : musées ET SUJET : culture ET SUJET : pratique	14	2
SUJET : musée ET SUJET : province	37	2

2.4.2 L'OCIM

URL : <http://www.ocim.fr/sommaire/centre/recherche.html>

L'OCIM, Office de coopération et d'information muséographiques, est un service général de l'Université de Bourgogne créé en 1985 et dépend du Ministère de la Jeunesse, de l'Education Nationale et de la Recherche. Il s'agit d'un centre spécialisé en muséologie et muséographie des sciences et techniques au service des musées, centres de culture scientifique et technique, d'établissements

d'enseignement supérieur et autres acteurs de la culture scientifique et technique. Il s'investit dans quatre domaines en particulier : le développement professionnel, la documentation, l'édition et l'assistance aux professionnels.

Il met à disposition du public depuis 1985 une importante documentation spécialisée, notamment par le biais d'une base de données bibliographique comportant plus de 3400 notices, dont plus de la moitié correspond à des ouvrages, associés à 150 périodiques environ et 500 dossiers thématiques. J'ai interrogé ce fonds pour plusieurs raisons : il est destiné principalement à un public de professionnels et constitue une référence dans la profession. Qu'il relève d'une organisation traitant principalement de culture scientifique et technique n'est pas un problème. En effet il s'agit d'un domaine muséal extrêmement dynamique et innovant, qui se place au cœur de la réflexion sur la médiation et ses techniques et, enfin, de telles sources pouvaient intéresser ma commanditaire. A cela s'ajoute le fait que le fonds documentaire comporte malgré tout des références très générales autant que spécialisées.

On peut interroger la base de deux manières distinctes. D'une part, on peut effectuer une recherche par mots-clés, en texte libre, les différents mots étant simplement séparés par des espaces. On peut aussi procéder en consultant la liste complète des ouvrages du centre de documentation, organisée par thèmes, chacun étant disponible au format PDF. Sur les dix huit thèmes proposés, j'ai retenu les suivants : Culture, Exposition, Musée, Muséographie, Muséologie et Public. J'ai ensuite combiné les deux modes de recherche afin de confronter leurs résultats et d'en tirer le profit maximum, tout en tenant compte de la présence de doublons et afin de mieux compléter les références déjà obtenues par d'autres recherches.

Recherche	Références obtenues	Références pertinentes	Références nouvelles
Mot-clé « médiation »	20	13	8
Mot-clé « atelier musée »	7	2	2
Mot-clé « animation musée »	7	2	1
Thème « Culture »	27	1	0
Thème « Exposition »	161	14	11
Thème « Muséologie »	120	9	6

Thème « Muséographie »	100	4	2
Thème « Musées »	281	13	6
Thème « Public »	153	12	11

2.5. Les autres ressources Internet

Je tiens avant tout à rappeler que mener une recherche exhaustive sur Internet est impossible car aucun annuaire ne recense tous les sites existants et aucun moteur de recherche n'indexe toutes les pages disponibles. Ma recherche allait par ailleurs engendrer du bruit puisqu'elle nécessite d'employer les termes « musée » et « médiation ». Le premier a pour conséquence d'attirer de nombreux sites d'institutions muséales et guides touristiques ou programmes culturels sur des sites commerciaux. Le second ne s'est pas encore imposé en terme d'indexation dans le domaine culturel et fait plus souvent appel à la médiation juridique ou sociale.

Aussi je me contenterai de mettre en lumière les résultats les plus satisfaisants que j'ai pu obtenir au terme de recherches parfois fastidieuses, en faisant appel aux outils d'interrogation les plus appropriés et en montrant une grande attention lors de la validation des résultats. Par la consultation d'Internet j'espérais pouvoir compléter les recherches bibliographiques menées en parallèle sur des bases de données ou catalogues de bibliothèques et trouver des références de sites de groupes de recherche ou d'échanges entre professionnels sur mon sujet, d'une part, et de sites de musées mettant en lumière des initiatives intéressantes et originales dans ce domaine, d'autre part.

2.5.1 Les outils du Web

2.5.1.1 Les annuaires

Les annuaires sont des répertoires de sites Internet organisés par catégories. Ce ne sont pas des pages mais des sites qui sont référencés, généralement accompagnés d'une courte description. Dans la mesure où le fonctionnement et l'indexation des annuaires sont basés sur l'humain, ils ne peuvent prétendre à l'exhaustivité mais leur offre revêt une qualité exceptionnelle dans le monde de l'Internet.

Yahoo ! France

URL : <http://www.yahoo.fr>

Yahoo est un annuaire lancé en 1994 par deux étudiants de l'université de Stanford et qui est associé à Google. C'est aujourd'hui l'outil le plus ancien et le mieux connu de l'Internet. Chaque site présent dans sa base est au préalable visité, évalué et catégorisé, ce qui en fait un outil d'une grande qualité autant que richement fourni (plus de 2 millions de sites sont indexés). J'y ai mené des recherches de deux types : en me déplaçant dans l'arborescence des catégories et sous-catégories proposées, d'une part, et en interrogeant l'index, d'autre part.

Le premier mode de recherche correspond donc au « Guide Web – Classement thématique des sites Web ». Les principaux résultats sont ressortis de la recherche dans la rubrique « Arts et Culture » de la façon suivante :

- Associations et organismes
 - o Musées et galeries : l'ICOM (<http://www.icom.fr/>), l'OCIM (<http://www.ocim.fr/>) et l'association Vidéomuséum (<http://www.videomuseum.fr/>)
 - o Histoire de l'art : Louvre.edu, site accessible par abonnement (<http://www.louvre.edu.fr/>)
- Musées et centres culturels
 - o Portails et annuaires : Musées d'art en France (<http://www.french-art.com/musees/>)
 - o Par pays et régions (en sélectionnant la France) : Printemps des Musées (<http://printempsdesmusees.culture.fr/>)
- Salons, colloques et conférences
 - o Rencontres francophones internationales : les rencontres sur les technologies de l'information et de la communication et la culture de l'OCIM (<http://www.ocim.fr/RencontresNTIC/>)

En interrogeant l'index de Yahoo à l'aide de mots-clés et en recherche avancée, les résultats se sont révélés complémentaires et m'ont permis de sélectionner des adresses de sites comprenant des bibliographies sur le sujet ou actes de colloques et conférences et de centres de recherche. Pour la requête « médiation musées France », les résultats retenus sont les suivants :

- Le Laboratoire Information, Communication et Enjeux Scientifiques du CNRS qui publie la revue Hermès depuis 1989 dont les numéros 11-

12 intitulé *A la recherche du Public. Réception, télévision, médias* (1993) et 20 sous le titre *Toutes les pratiques culturelles se valent-elles ? Création artistiques, développement culturel et politique publique* (1997) peuvent être intéressants pour moi. Sur le site, les résumés de chaque article sont disponibles respectivement aux adresses suivantes : http://www.wolton.cnrs.fr/hermes/b_11_12ft_resume.htm et http://www.wolton.cnrs.fr/hermes/b_20ft_resume.htm

- L'Association des musées suisses, dotée d'un cycle de muséologie en langue française, propose une bibliographie classées à la fois de façon thématique et selon le type de document qui m'a permis de mettre à l'épreuve les références que j'avais déjà collectées : <http://membres.lycos.fr/museologams/Pages/biblio.html>
- Le Laboratoire Culture et Communication de l'Université d'Avignon est dirigé par Daniel Jacobi et mène des recherches sur les institutions et les publics de la Culture. Sur le site (http://www.univ-avignon.fr/recherch/Rapportactiv/R_cultucom.pdf) j'ai notamment pu trouver des informations relatives aux différentes enquêtes de publics menées par le laboratoire.
- Les jeudis de l'université Paris I – Panthéon – Sorbonne ont été en 2001 l'occasion d'échanges sur le thème « Beaux Arts et Multimédia » : http://www.univ-paris1.fr/jeudis/08_2001.html
- Le site de l'association Vidéomuséum propose des éléments de bibliographie sur le thème « Usages du multimédia et patrimoine actuel » datant d'octobre 1996 déjà : <http://www.videomuseum.fr/magnt/magnt1/7-bibuse.htm>

Muséofile

URL : <http://museofile.culture.fr/>

Il s'agit du répertoire des musées français mis en place par la Direction des Musées de France du Ministère de la Culture et de la Communication, en collaboration avec les DRAC et les directions chargées des musées au Ministère de la Jeunesse, de l'Education et de la Recherche et au Ministère de la Défense. C'est donc la base

nationale de références permanentes sur les musées (1285 institutions sont recensées) : elle contient les « Musées de France » au sens de la loi n° 2002-5 du 4 janvier 2002 placés sous le contrôle scientifique et technique de l'Etat et d'autres institutions muséales ne relevant pas du contrôle de l'Etat.

On peut y faire des recherches dans la base ou par un accès cartographique par régions et départements. Chaque référence est accompagnée d'une fiche descriptive fournissant des informations pratiques (localisation, horaires d'ouverture, tarifs, etc.), sur les collections, les activités culturelles et la programmation, les services et équipements proposés aux visiteurs. Toutefois elles restent sommaires et cet outil m'a essentiellement permis de me familiariser avec certains musées et d'en découvrir d'autres, de me faire une idée de la dynamique qui peut exister dans certaines régions ou dans certains types d'institutions.

2.5.1.2 Les moteurs de recherche

Les moteurs de recherche collectent et indexent des pages web et les proposent en fonctions des mots clés de la requête, classées de la plus à la moins pertinente selon un algorithme propre à chacun.

Altavista

URL : <http://www.altavista.fr>

Avec Altavista, moteur de recherche francophone créé en 1995, les recherches s'effectuent sur le texte intégral des documents indexés et les résultats sont présentés par ordre de pertinence. J'ai effectué ma recherche en mode avancé en faisant appel aux termes « musée* exposition* franc* » et « médiation culturelle » dans le champ *phrase exacte* et en la limitant au domaine **.fr**. Parmi les résultats obtenus figuraient des pages issues des sites de l'OCIM, du CEREM, du Ministère de la Culture et de la Communication, du Laboratoire Culture et Communication de l'Université d'Avignon, de l'ICOM, de l'Assemblée Nationale et du Sénat, notamment le rapport du député A. Recours.

Google

URL : <http://www.google.com/>

Google est un moteur de recherche plus récent, créé en 1998, et considéré comme le plus performant aujourd'hui. Il indexe plus de 3 milliards de pages web.

Lorsqu'une requête est proposée il effectue des recherches en texte intégral dans son index et classe les résultats en fonction d'un « indice de popularité » notamment. Ici aussi j'ai travaillé en mode avancé et proposé la même requête qu'à Altavista afin de comparer les résultats. Ceux-ci différaient légèrement, ce qui m'a permis d'utiliser de façon complémentaire les deux outils. Google m'a ainsi fournit des liens avec des pages issues des sites de l'AFAA, du Ministère de la Culture et de la Communication, de l'Association des Musées Suisses et de l'Association Médiation Culturelle Rhône – Alpes.

2.5.1.3 Les méta moteurs

Kartoo

URL : <http://www.kartoo.fr>

Il s'agit d'un méta moteur de recherche créé en 2001 qui présente les résultats sous forme de cartes de connaissances HTML ou flash et indique par des éléments visuels la pertinence des sites proposés. Il utilise de nombreux outils associés : Altavista, Voilà, Yahoo, Wisenut, MSN, Hotbot, Lycos, toile du Québec, Nomade, Exalead, Teoma et Looksmart. Après avoir formulé une requête, notamment « médiation culturelle musées France », j'ai affiné ma recherche par les mots-clés associés.

Travailler avec Kartoo m'a ainsi permis de trouver de nombreuses références : sites de musées, d'institutions, pages pertinentes des ministères de la Culture et de l'Education Nationale, de l'Assemblée Nationale et du Sénat, bibliographies disponibles en ligne, etc. C'est ainsi que j'ai découvert notamment le site de l'Association Médiation Culturelle Rhône-Alpes, sur laquelle je vais revenir plus loin, de nombreux rapports ou initiatives de médiation menées dans des musées français.

Ixquick

URL : <http://www.ixquick.com>

Ixquick se présente comme le méta moteur le plus puissant du monde. Doté d'une gestion intelligente de la recherche et associé à de nombreux outils, il traduit, avant de l'envoyer aux moteurs adéquats, la syntaxe de la requête. Il a aussi pour avantage de présenter les résultats avec un « top 10 » pour les plus pertinents.

Deux requêtes ont donné des résultats différents et intéressants, complétant mes autres recherches : « médiation + culture* + musée* + franc* » et « médiation + animation* + musée* + franc* ». Toutes deux m'ont permis de vérifier la pertinence et l'exhaustivité des textes de droit et travaux préparatoires à la loi n°2002-5 du 4 janvier 2002 et la première a été l'occasion de découvrir le CEREM de l'Université de Saint-Etienne.

2.5.1.4 Les moteurs de recherche spécialisés

Erudit.org

URL : <http://www.erudit.org/>

Erudit est un outil de promotion et de diffusion de la recherche universitaire créé en 1998 à l'initiative des Presses Universitaires de l'Université de Montréal. C'est donc un site de diffusion numérique de revues, livres, thèses et prépublications. Il met aujourd'hui à disposition des internautes en texte intégral environ 6000 revues, 6 livres numériques et plusieurs centaines de prépublications et thèses. Dans la mesure où il s'agit d'un site réalisé en partenariat par les universités de Montréal, de Laval et de Québec à Montréal, il propose essentiellement des sources nord-américaines. Aussi j'ai dû prendre garde à ne pas tenir compte des titres portant sur des recherches menées dans ou sur des musées canadiens et québécois, non que leur qualité soit à négliger, bien au contraire, mais parce que ma recherche se concentre sur la médiation dans les musées en France.

Grâce à des modalités d'interrogation simples et efficaces j'ai pu obtenir quelques références inédites et intéressantes, qui sont venues compléter celles dont je disposais déjà puisque j'ai découvert cet outil à un stade avancé de mes recherches. Les requêtes s'effectuent en langage libre, en combinant les termes par les opérateurs booléens « et » +, « ou » |, « sauf » - . On peut aussi établir des priorités dans ses opérations de recherche à l'aide de parenthèses et utiliser les troncatures * et ?. Ainsi l'équation « musée ? + médiat* + fran* » m'a fourni 22 notices dont 5 pertinentes et 3 nouvelles.

LégiFrance

URL : <http://www.legifrance.gouv.fr/>

Il s'agit de l'outil le plus couramment utilisé en matière de recherche de textes de droit (lois, décrets, arrêtés, codes, Constitution, rapports du Parlement, statuts de la fonction publique, etc.). J'y ai donc fait appel afin de trouver les textes juridiques existant en ce qui concerne les musées et plus particulièrement ceux contenant des aspects relatifs aux politiques des publics. La recherche a été aisée dans la mesure où je connaissais déjà pour l'essentiel ces documents, au moins leurs dates ou intitulés. J'ai donc procédé par Recherche Simple, mode d'interrogation qui permet de sélectionner le type de document en premier lieu, ou par accès thématique. En effectuant des recoupements et en me reportant aussi aux sites de l'Assemblée Nationale et du Sénat, j'ai rapidement rassemblé un corpus de textes aussi pertinent que possible. Enfin, il faut souligner que LégiFrance a pour avantage d'offrir la possibilité de copier ou envoyer par e-mail les documents, de les consulter en fac-simile ou de les télécharger en format RTF.

2.5.2 Quels types d'information et quels sites retenir ?

2.5.2.1 Les institutions françaises

Le Ministère de la Culture et de la Communication

Je tiens à mentionner en premier lieu deux sites dépendant du Ministère de la Culture et de la Communication qui ont constitué, pour moi, des ressources d'information indispensables, riches et variées.

- Le premier est le site du ministère à proprement parler.

URL : <http://www.culture.gouv.fr/>

Il m'a permis de faire le point pendant les quelques mois de cette recherche sur l'actualité des musées, y compris en région, les événements en relation avec le ministère, sa politique culturelle, mais aussi les expositions virtuelles qu'il propose, ainsi que diverses informations pratiques et contacts. Force est aussi de constater qu'un effort inégalable est fait pour mettre à disposition des internautes de nombreuses publications en ligne, discours et communiqués de presse, liens, etc. Il offre aussi des entrées pour consulter 65 bases de données élaborées par le Ministère ou en partenariat avec lui. Certaines concernent les collections publiques françaises, d'autres la politique culturelle et les musées en tant qu'institutions, et

enfin d'autres correspondent aux catalogues de bibliothèques. Voici les plus intéressantes dans le domaine qui me concerne :

- o Catalogue collectif des Bibliothèques des Musées Nationaux, en cours de constitution et concernant les livres et périodiques conservés dans 24 bibliothèques de Musées Nationaux.
- o Bibliothèque Publique d'Information : catalogue des ouvrages en accès libre.
- o BN-Opale Plus : Imprimés de la Bibliothèque nationale de France Catalogue des livres et périodiques patrimoniaux des origines à nos jours ainsi que les notices de la base BN-OPALE, recensant les livres et les périodiques entrés depuis ces dates.
- o BN-Opale : Imprimés de la Bibliothèque nationale de France : livres depuis 1970 et périodiques depuis 1960.
- o Catalogue des fonds culturels numérisés : sont mis à disposition une bibliographie et près de 600 fonds numérisés provenant des services d'archives, des bibliothèques, des musées, des services de l'inventaire, etc.
- o Le Développement culturel en actions : Base de la Délégation au développement et à l'action territoriale (180 fiches présentant des actions de développement culturel).
- o Evénements culturels : 10.000 manifestations culturelles et artistiques (spectacles, festivals, expositions temporaires des musées et centres d'art contemporain...).
- o Mnémo : Base bibliographique du Centre de documentation du Département des études et de la prospective (48.000 notices sur la politique et la socio-économie de la culture).
- o Muséofile : Répertoire des musées français.
- Le second site que j'évoque plus haut correspond au portail de la culture mis en ligne à la fin de l'année 2003.

URL : <http://www.culture.fr/>

Il donne accès à de nouvelles rubriques (agenda culturel, liens avec les institutions et autorités culturelles en région, etc.) et une quinzaine de portails thématiques, dont l'un intitulé « Espace Jeunes » et un autre consacré aux Musées.

La consultation de ces deux sites m'a fourni des informations complémentaires.

La Direction des Musées de France

URL : <http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/>

Cette institution est un acteur incontournable du champ de ma recherche puisqu'elle propose et met en œuvre la politique de l'Etat en matière de patrimoine muséographique. Ses missions la poussent à agir dans des domaines extrêmement divers : acquisition d'œuvres et objets d'art, conservation, restauration et protection des collections, diffusion et présentation de ces mêmes collections aux publics, suivi des programmes architecturaux et muséographiques, définition du cadre législatif et réglementaire des musées et collections publiques, etc. Elle est l'autorité de tutelle des musées nationaux et assure pour l'Etat un contrôle scientifique et technique sur les Musées de France. Elle joue un rôle central dans le cadre de la réforme des musées et du débat autour de la statut⁵.

Aussi son site Internet m'a permis de trouver des outils pratiques à travers les Muséofiches (concernant notamment les équipements muséographiques et audiovisuels) qui s'adressent aux professionnels et montrent les recommandations de la DMF [167 ; 178 ; 179 ; 196 ; 197 ; 222].

URL : http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/08_PUB.html

Il présente aussi l'ensemble des décrets, arrêtés et circulaires adoptés dans la continuité de la loi du 4 janvier 2002 relative aux Musées de France, notamment par le biais de liens avec Légifrance, le service public de la diffusion du droit, mentionné plus haut.

L'OCIM

URL : <http://www.ocim.fr/>

L'OCIM, que j'ai déjà évoqué plus haut, est un centre de ressources en muséographie et muséologie des sciences et techniques au service des musées,

⁵ J'entends par là les réflexions menées dans le cadre de la loi du 4 janvier 2002 relative aux Musées de France et dans celui de la transformation de plusieurs Musées Nationaux en EPA et en EPIC.

centres de culture et établissements d'enseignement supérieur. Créé en 1985 et dépendant du Ministère de la Jeunesse, de l'Education et de la Recherche, il a pour vocation de développer la coopération entre les institutions muséales européennes et extra - européennes dans ce domaine patrimonial et d'animer le réseau qu'elles constituent. Doté d'une forte vocation documentaire, il collecte l'information disponible et lui assure une large diffusion, contribuant ainsi à la formation continue des professionnels et leur fournissant un soutien indéniable. Enfin, il promeut la recherche en muséologie et muséographie dans le domaine des sciences et techniques.

Son site a donc constitué pour moi une grande source d'information par sa richesse et la dynamique du secteur patrimonial auquel il se rapporte. J'ai évoqué plus haut les bases de données qu'il développe et met en accès librement et gratuitement sur Internet. Je tiens à ajouter que l'on peut accéder dans les mêmes conditions à l'index des articles publiés depuis octobre 1988 dans la *Lettre de l'OCIM* ainsi qu'à un florilège d'entre eux, consultable en texte intégral. Cette revue professionnelle est une source incontournable, à publication bimestrielle et diffusée essentiellement en France, en Europe et en Amérique du Nord. Elle s'adresse aux professionnels des musées et à leur partenaires, évoque l'actualité du milieu et propose des articles de fonds en muséologie et muséographie. Enfin, il est aussi possible d'accéder sur ce site à la liste des publications de l'OCIM, divisées en quatre collections (Références, Pratique, Muséographie et Etudes). Ces ouvrages sont avant tout destinés à des professionnels et s'inscrivent dans une volonté de satisfaire les besoins du secteur muséal.

L'OPC

URL : <http://www.observatoire-culture.net/>

L'Observatoire des Politiques Culturelles est un organisme national créé en 1989 en partenariat avec le Ministère de la Culture, l'Université Pierre Mendès-France et l'IEP de Grenoble, et le CERAT, Centre de recherche local du CNRS. Il a pour missions, d'une part, d'accompagner la décentralisation et la déconcentration des politiques culturelles et, d'autre part, de mener une réflexion sur le développement et l'aménagement du territoire. Parallèlement, il assure aussi des missions de

formation, d'information, d'études et de conseil auprès des professionnels du patrimoine et des artistes.

Il rassemble dans un même réseau l'ensemble des acteurs de la vie culturelle : services de l'Etat, collectivités territoriales, professionnels de l'art et de la recherche. Il fournit dans cette perspective, via son site Internet, une liste de publications et travaux et une bibliographie de base sur les politiques culturelles, et met à disposition de ses utilisateurs un moteur de recherche relativement puissant et qui m'a permis de vérifier la pertinence de nombreux ouvrages et notices de périodiques.

Le Département Arts et Culture du SCEREN

URL : <http://www.artsculture.education.fr/>

Le SCEREN est le Service Culture Editions Ressources pour l'Education Nationale, organisme qui permet à l'Etat d'assurer sa mission d'éducation artistique tout au long de la scolarité. Il comporte plus particulièrement une Mission d'éducation artistique et culturelle créée par arrêté du 7 septembre 2000 et composée de professionnels de l'éducation et de la culture qui sont les relais des enseignements artistiques et des pratiques culturelles au niveau national et auprès des rectorats et inspections académiques et jouent un rôle d'interface dans les divers partenariats mis en place.

Ce type d'organe est caractéristique de la volonté de l'Etat de renouveler les liens qui unissent l'Ecole et le Musée en prenant en compte le renouvellement de la réflexion dans ce domaine. Ce site m'a permis d'avoir une approche pratique de la question plus qu'il n'a été une source de références bibliographiques. J'explicitai plus loin les enjeux et l'actualité de cette problématique en revenant notamment sur une approche historique de la médiation et en évoquant les avancées et ouvertures apparues avec la loi du 4 janvier 2002 relative aux Musées de France.

2.5.2.2 Les organismes internationaux

L'ICOM

URL : <http://icom.museum/>

Créé en 1946, l'ICOM est une organisation non gouvernementale à but non lucratif, notamment soutenue par l'UNESCO et basée à Paris. Elle se définit de la

manière suivante : *organisation internationale des musées et des professionnels de musées qui s'engage à préserver, à assurer la continuité et à communiquer la valeur du patrimoine culturel et naturel mondial, actuel et futur, tangible et intangible.*

La consultation de ce site m'a permis de me familiariser avec les réflexions engagées par cette institution internationale incontournable et de consulter diverses ressources qu'elle met en ligne. On y trouve notamment quelques uns de ses *Cahiers d'études*. Je retiendrai ceux du CECA (Comité international de l'ICOM pour l'éducation et l'action culturelle) datant de 1996, de l'AVICOM (Comité international de l'ICOM pour l'audiovisuel et les nouvelles technologies de l'image) de 1998, et enfin de l'ICOFOM (Comité international de l'ICOM pour la muséologie) de 2000. Dans la même optique on peut consulter les fichiers thématiques des *Nouvelles de l'ICOM*. En dernier lieu, des bibliographies thématiques sont disponibles en ligne ainsi que les documents officiels émanant de l'institution.

L'ICHIM

URL : <http://www.ichim.org/>

L'ICHIM est une organisation internationale fondée en 1991 dans le but de promouvoir les outils et techniques multimédias dans les programmes culturels des musées. Elle s'adresse autant aux professionnels des institutions culturelles (directeurs, conservateurs, services des publics), qu'aux designers ou éditeurs. Depuis sa création, sept conférences internationales ont été organisées de façon biennale. Néanmoins la huitième conférence aura lieu en septembre 2004 à Berlin. Regarder de près les programmes et certains articles de ces conférences m'a permis d'aborder la question de la part croissante de la réflexion sur le numérique, les hypermédia et l'interactivité dans les musées, comme outils de gestion des collections, de médiation et de diffusion.

2.5.2.3 Les associations de professionnels

L'Association Médiation Culturelle Rhône-Alpes

URL : <http://membres.lycos.fr/mediateursra/>

Créée en 1999 avec le soutien de la DRAC Rhône-Alpes, cette association est actuellement présidée par Cécilia de Vaine. Elle a pour missions principales de

participer à la définition et à la reconnaissance des métiers de la médiation culturelle et de proposer aux professionnels des musées et aux chercheurs de se rassembler et réfléchir ensemble aux enjeux de cette dernière. Dans cette perspective elle développe et anime un réseau de professionnels dynamique au niveau national et international. Tous défendent la prise en compte des publics dans les projets scientifiques et culturels des établissements et la reconnaissance de ces mêmes publics dans leur diversité et la pluralité de leurs approches. Elle organise donc régulièrement des séminaires et journées de réflexion, rencontres et colloques, et prend part à la formation professionnelle.

Par le biais de son site elle propose notamment les comptes-rendus des communications faites lors des manifestations qu'elle organise et une bibliographie sélective sur le thème « Publics et médiation culturelle ». Celle-ci nous donne un aperçu des ouvrages auxquels se réfèrent les professionnels du secteur. Enfin, l'association prend aussi part aux débats actuels autour de la médiation en participant par exemple au groupe de travail sur les services culturels initié par le Service des publics de la Direction des Musées de France depuis un an.

L'AFAA

URL : <http://www.afa.asso.fr/>

L'Association Française d'Action Culturelle est à la fois d'une association de professionnels de la culture et l'opérateur désigné par le Ministère des Affaires Etrangères et le Ministère de la Culture et de la Communication pour les échanges culturels internationaux et l'aide au développement dans les domaines des arts de la scène, des arts visuels, de l'architecture, du patrimoine, des arts appliqués et de l'ingénierie culturelle. Cette association, créée en 1922 et vouée à des actions de diffusion et des projets de coopération, est dotée d'un pôle Musées. Celui-ci produit des expositions itinérantes relatives à certaines aspects de la muséologie et de la muséographie française, associées à des cycles de conférences et colloques et à la diffusion d'une information pratiques destinée aux professionnels du domaine. Sur le site j'ai aussi trouvé une bibliographie assez complète sur les problèmes de médiation et de diffusion culturelle dans les musées français (28 références pertinentes sur 47 notices).

3. Bilan

3.1. Bilan de la recherche documentaire

3.1.1 Sélection des références

La principale difficulté de la recherche réside dans la transversalité du sujet et le caractère récent de la médiation dans les musées en France. Cette notion est en gestation depuis une trentaine d'années mais ne commence vraiment à être prise en compte, théorisée, appliquée et reconnue professionnellement que depuis une douzaine d'années. Il en résulte deux facteurs incontournables pour les modalités de recherche. D'une part le critère chronologique a été particulièrement important dans le choix des références. D'autre part, et concernant la formulation même des requêtes, la pluralité des mots-clés pour atteindre les documents relatifs aux différents aspects du sujet a été doublé parfois par le manque de finesse dans l'indexation des ouvrages ou le manque d'actualisation des thésaurus dans les domaines en relation avec les musées et la culture. Le degré de granularité de l'indexation et la date d'élaboration d'un thésaurus ou d'un langage documentaire destiné à l'interrogation sont donc des éléments déterminants.

Pour l'essentiel des catalogues et bases de données, le rapport entre les références trouvées et les références retenues peut-être présenté de la manière suivante :

Outils de recherche	Références trouvées	Références pertinentes
SUDOC	238	52
BN Opale Plus	279	6
Ecole du Louvre	108	34
Francis	896	51
CD-Rap	22	8
Electre	158	30
OCIM	876	70

L'ensemble de ces résultats ont été expliqués plus haut, mais il a fallu en retirer les doublons. Cet ensemble a été complété par des références trouvées dans les bibliographies de divers ouvrages. Dans la mesure du possible je me suis efforcée de mettre à l'épreuve la pertinence des références en consultant les documents

primaires, quelle qu'en soit la nature, ou, au moins, en recherchant des notices détaillées, compte - rendus de publication ou résumés.

Les références retenues dans la bibliographie correspondent à plusieurs critères d'exigence établis avec mon commanditaire. Il s'agit d'ouvrages parus depuis 1990 et ceux, peu nombreux, antérieurs à cette date ont été conservés parce qu'ils constituent des jalons incontournables dans l'évolution de la médiation muséale, de la réflexion ou des initiatives menées dans le domaine. Il me fallait aussi prendre en compte des références relatives à l'ensemble des champs dans lesquels elle intervient : références générales sociologie de la culture, muséographie et muséologie, politiques culturelles, musées et expositions, études de publics et pratiques culturelles, textes de droit et rapports, etc. En effet, l'objectif était de mettre en lumière autant que possible l'ampleur, la dynamique et la complexité du domaine. Enfin j'ai intégré dans la bibliographie des références disponibles librement sur Internet et en texte intégral, ainsi que de nombreux articles de périodiques afin de fournir au service auquel elle est destinée des outils « pratiques » et aisément consultables.

3.1.2 Localisation et consultation

Eu égard au grand nombre de références retenues, il ne m'était pas possible de tout lire en vue de la synthèse. Aussi j'ai sélectionné les éléments qui me semblent être les plus généraux en premier lieu, puis les plus pertinents pour rendre compte de chaque aspect du sujet et de l'évolution de la réflexion pour chacun.

J'ai trouvé les ouvrages en question dans diverses bibliothèques. Tout d'abord, les bibliothèques municipales de Lyon ont été les plus utiles, grâce à la richesse de leur fonds, ainsi que celle de l'ENSSIB. Afin de compléter ces lectures et de disposer des ouvrages qui n'étaient pas disponibles à Lyon, j'ai consulté les fonds de la bibliothèque de l'Ecole du Louvre et de la Bibliothèque Publique d'Information du Centre Georges Pompidou à Paris.

3.1.3 Présentation des références

Pour fournir un travail aussi rigoureux et respectueux des normes que possible j'ai eu recours au *Guide de rédaction des références bibliographiques* proposé par

l'Institut National des Sciences Appliquées de Lyon⁶ et recommandé par l'ENSSIB. Les références ont ensuite été classées en catégories thématiques, comportant elles-mêmes des sous - catégories renvoyant au type de document ou à des thèmes plus précis. Cette présentation s'accompagne d'un système d'icônes que j'ai mis en place afin de rendre la lecture plus visible. Mon commanditaire souhaitait en effet pouvoir repérer rapidement et visuellement les différents types de documents. Dans la note de synthèse, les références auxquelles le texte renvoie sont indiquées par un numéro entre crochets qui correspond à leur numéro dans la bibliographie. Lorsqu'il s'agit d'ouvrages volumineux, autres que des articles de périodiques, j'ai ajouté les pages correspondantes.

3.2. Evaluation du temps et des coûts de la recherche

3.2.1 Le temps

Le coût en temps exact de la recherche est difficile à évaluer dans la mesure où j'ai eu à préciser à plusieurs reprises mes requêtes : de premières recherches générales, j'ai évolué vers des requêtes plus précises testant leur pertinence. Cependant, je peux dire avoir consacré une soixantaine d'heures à la recherche, répartie en trois types d'exercice sensiblement égaux : la consultation de bases de données disponibles via les abonnements ou CD-Roms de l'ENSSIB, celle des catalogues de bibliothèques et bases de données en libre accès sur Internet, et enfin les recherches menées par les outils propres au Web (moteurs de recherche et méta-moteurs, annuaires, consultation de sites de musées, etc.). A cela il faut ajouter le temps de consultation et de lecture des ouvrages sélectionnés pour préparer la synthèse et une vingtaine d'heures pour la rédaction du rapport proprement dit.

3.2.2 Les coûts de la recherche

D'autres difficultés d'évaluation se posent ici. En effet les abonnements de l'ENSSIB m'ont permis de consulter les bases de données payantes, en ligne ou sur CD-Roms, comme Electre, Francis, CD-Rap ou Dialog, même si cette dernière ne m'a pas fourni de résultats pertinents. Dans la même perspective, on ne peut vraiment évaluer les coûts liés au nécessaire accès à Internet, fourni par l'ENSSIB

⁶ <http://csidoc.insa-lyon.fr/docs/refbibli.html>

aussi. En conclusion, je ne peux clairement fournir que le coût des billets de train pour Angers (64,70 euros) afin de rencontrer ma commanditaire et son équipe, ce qui m'a permis d'avoir une approche plus concrète de leur travail et de leurs besoins. Les trajets que j'ai effectué pour me rendre à Paris où j'ai consulté certains ouvrages indisponibles à Lyon sont délicats à prendre en considération dans la mesure où il s'agit de ma région d'origine.

Partie 2 : Synthèse

Depuis une trentaine d'année on observe un accroissement du nombre des musées de toute sorte, issus de créations *ex nihilo* ou de chantiers de rénovation. Parallèlement, le développement des expositions temporaires a, entre autres, pour conséquence que les musées atteignent une plus grande audience. Ces phénomènes ont conduit les professionnels de la culture et élus à se poser la question de l'incidence de telles opérations sur la fréquentation puis celle des politiques à mener envers les publics. La réflexion sur les institutions muséales, les publics et la médiation, née de la question de l'accès à la culture, se développe et s'enrichit [32, p. 15-23]. Le musée apparaît comme un moyen de concrétiser la mise à disposition et la jouissance de biens appartenant à tous.

A la fin des années 1960, les premiers services des publics sont créés sous diverses appellations, témoignant d'une prise en compte plus volontariste des publics et d'un souci croissant de renouveler le rôle de diffusion. L'existence de la médiation culturelle comme l'ensemble des activités tournées vers les publics n'est toutefois reconnue et institutionnalisée qu'au début des années 1990 [157] et les élus prennent peu à peu conscience de ses enjeux.

Aujourd'hui une nouvelle réflexion est engagée autour de la dimension économique du musée et du recours croissant aux compétences de marketing et management. Les exigences de rentabilité risquent de faire passer au second plan la mission première du musée comme lieu de production et de diffusion désintéressées de la culture. La question de la médiation culturelle est donc un sujet d'actualité et un enjeu majeur de la politique culturelle.

1. Histoire et enjeux d'une mise en relation des œuvres et des publics

Trois vocations justifient l'existence du musée : acquisition, recherche et communication. Cette dernière recouvre et comprend en partie ce que l'on appelle la « médiation culturelle » [149, p. 95-116].

1.1. Définition de la médiation

Définir la médiation culturelle dans les musées n'est pas une tâche aisée et les tentatives sont rares. La proposition la plus pertinente que j'ai trouvée est celle d'E. Caillet et M. Van Praët : *La médiation comporte l'ensemble des fonctions relatives à la mise en relation des œuvres proposées par une structure avec les populations, c'est-à-dire les publics actuels et potentiels. Elle détermine le lieu, le temps et les moyens de la rencontre entre les œuvres et les destinataires. La médiation comporte donc différents métiers, variables selon la taille des structures dans laquelle elle s'exerce, le contexte artistique et culturel dans lequel elle s'inscrit* [5, p. 32-35]. Elle semble faire appel à des notions et champs d'action variés : activité pédagogique et action éducative, animations, diffusion culturelle, aide à la visite, etc. L'élément essentiel reste le dialogue entre les œuvres et leurs récepteurs, les spécialistes et les publics : elle *consiste en un va-et-vient entre ceux qui savent et ceux qui ne savent pas* [15, p. 32-35]. Une approche sociologique de la question complète cette définition en mettant l'accent sur la médiation comme *tout ce qui intervient entre une œuvre et sa réception* [65, p. 58-73] et faisant partie des efforts de diffusion adressés à des publics élargis. Cette dernière notion est d'ailleurs la translation sociologique de la notion administrative d'usager. N. Heinich rappelle que chaque rencontre avec une œuvre est enrichie de toutes les images d'autres œuvres avec lesquelles nous établissons nous-même sans le savoir des comparaisons. Les professionnels de la médiation doivent donc tenir compte de l'identité et des savoirs des publics.

L'apparition de nouveaux métiers relatifs à la médiation doit être mise en perspective avec l'évolution des missions du musée et des pratiques culturelles. En effet l'Etat cherche depuis une quinzaine d'années à définir ces métiers en partenariat avec le CNFPT, les universités et collectivités territoriales [157]. Aujourd'hui des statuts et formations adaptés traduisent cette reconnaissance naissante. Elle trouve son origine dans le passage de la délectation individuelle à l'organisation d'une culture de masse et la mise en compétition du musée avec d'autres formes culturelles d'occupation du temps de loisirs [32, p. 15-23].

On peut aussi s'interroger sur une éventuelle différence de la médiation selon qu'elle se déploie dans le cadre des collections permanentes ou dans celui d'une exposition temporaire. Cette dernière est un phénomène récent et a certainement

contribué au développement de la médiation [149, p. 55-67]. La durée de mise à disposition restreinte, les difficultés liées à l'affluence et une muséographie parfois emphatique posent des problèmes spécifiques d'accessibilité physique, intellectuelle et émotionnelle que la médiation doit dompter. Toutefois sa finalité première reste de permettre au musée de remplir son rôle de mise à disposition de collections et savoirs et de rendre possible la délectation et la compréhension pour les publics. Elle doit apporter des réponses adaptées et pertinentes, sans risquer la surabondance d'outils qui constituerait un obstacle supplémentaire.

1.2. Emergence et enjeux de la médiation

Deux approches complémentaires peuvent être adoptées : l'une, historique et factuelle, met en perspective la réflexion qui a précédé la rédaction et la mise en application de la loi du 4 janvier 2002 ; l'autre, conjoncturelle, évoque le rôle des variations de fréquentation.

J.-B. Roy a récemment mis en lumière l'émergence de la médiation, avec les rôles de l'Etat et des institutions internationales et l'évolution des conceptions de la mission de diffusion du musée [50]. Ses prémices apparaissent avec le Front Populaire, dans une volonté de mettre le musée à disposition d'un public aussi large que possible. Il est alors perçu comme un instrument d'éducation et de loisir populaires, d'échanges intellectuels et de collaboration entre public et professionnels. Les enseignants sont invités à réaliser eux-mêmes les visites avec leurs élèves et sont formés à ce rôle par le conservateur. L'action pédagogique et les imbrications de l'Ecole et du musée sont renforcées après la seconde guerre.

De 1955 aux années 1990 la médiation est dominée par le modèle du service éducatif. La relation étroite entre musée et école est encouragée par l'UNESCO [annexe 2] et institutionnalisée par la création des « chargés d'enseignement » puis de services éducatifs dans les années 1960. Le public est peu à peu reconnu et les premières études commandées : le sociologue P. Bourdieu entame alors la première « enquête sur les publics des musées » auprès de vingt et une institutions [59]. Certaines conclusions sont encore d'actualité : les clivages entre musées de beaux-arts et autres musées, l'accès aux œuvres comme *privilège de la classe cultivée*, le problème de l'enseignement de l'histoire de l'art. A l'époque, la réflexion sur la médiation est surtout orientée vers les publics jeunes et scolaires et

on a recours à des intervenants extérieurs pour les prendre en charge. Grâce à quelques initiatives novatrices menées essentiellement en province dans les années 1970 et 1980 la réflexion se renouvelle et on commence à faire appel à des acteurs spécifiques pour assurer les missions de médiation. Depuis une douzaine d'années donc la médiation jouit d'une autonomie professionnelle et conquiert peu à peu sa reconnaissance. Les scolaires sont devenus un segment parmi d'autres des publics. Parallèlement, les variations de fréquentation ont joué un rôle dans l'émergence de la médiation. Même si la démocratisation culturelle voulue par André Malraux ne s'est pas réalisée, les français sont dans l'ensemble de moins en moins nombreux à ignorer totalement les équipements culturels. Toutefois *cette légère tendance à la hausse renvoie plus au gonflement des catégories de la population les plus familières des équipements culturels qu'à un réel élargissement des publics* [91]. Les musées doivent d'ailleurs prendre part à l'essor de la participation à la vie culturelle, par le biais d'opérations hors les murs par exemple. Ici la médiation supporte la politique culturelle de l'institution et contribue à inciter le public à renouveler ou mener une visite [149, p. 55-67]. Progressivement se sont mis en place des services culturels avec des médiateurs professionnels et des outils adéquats susceptibles d'accompagner les publics, de faire connaître le musée et venir de nouveaux visiteurs (recours à des muséobus, mallettes pédagogiques, etc.) [32, p. 201-221].

1.3. Actualité de la médiation : la loi musée du 4 janvier 2002

Nous voyons aussi se dessiner en filigrane un débat entre les tenants de l'éducation à la culture et ceux de la mise en contact direct avec les œuvres. La médiation se situe au cœur du phénomène de réception de l'œuvre, sans toutefois se substituer au regard, et donc au cœur de la vocation de diffusion du musée. Son importance est prise en compte dans la loi relative aux Musées de France votée le 4 janvier 2002 [286 ; Annexe 1]. L'un des trois enjeux de cette loi vise à placer le public au cœur du musée : *les collections n'ont de sens que par rapport à celles et ceux qui les regardent*, soulignait l'ancienne Ministre de la Culture, C. Tasca [295].

La loi remonte au début des années 1990, lorsque Jacques Sallois entame avec la DMF une réflexion sur le statut des musées. Un premier projet est présenté en mars 1992 mais n'aboutit pas. En 2000, C. Tasca ranime la réflexion sur ce que doivent être les musées, leur statut et leurs missions. Aucune définition n'existait en droit

français et on s'appuyait essentiellement sur celle de l'ICOM [Annexe 1-2]. Il fallait donc y remédier. Une autre difficulté tenait au fait que les musées ne bénéficiaient pas d'un statut ou d'un texte de référence unique : les musées de Beaux Arts étaient régis par l'ordonnance provisoire du 13 juillet 1945 et les musées d'histoire naturelle par un décret de 1948. Il fallait rénover ce cadre juridique, envisager des possibilités d'évolution et *trouver une appellation particulière qui permettait d'identifier, de sélectionner, de donner des caractéristiques particulières à un ensemble d'institutions* [297].

Comme le souligne A. Recours dans un rapport à l'Assemblée Nationale, il s'agit avant tout de replacer le public au centre des missions du musée : jusque là la médiation n'était qu'une préoccupation de second rang alors qu'elle fait partie des missions fondamentales du musée [284, p. 7-12]. Celui-ci doit être un outil d'éducation populaire accessible au plus grand nombre, lieu de loisir, de délectation et d'apprentissage, et chercher à mieux connaître ses publics, notamment par le biais d'enquêtes. Quatre articles de la loi sont en relation avec les activités de médiation : l'article 1 fournit une définition du musée ; l'article 2 précise ses missions ; l'article 4 est relatif à l'appellation « Musée de France » et à son obtention ; l'article 7 évoque la question de la politique tarifaire et l'obligation pour tout Musée de France de disposer d'un *service ayant en charge les actions d'accueil des publics, de diffusion, d'animation et de médiation culturelles*, assurées par un *personnel qualifié*. Ce dernier laisse toutefois une certaine autonomie aux collectivités tout en leur donnant un moyen de réflexion sur la politique tarifaire qui leur permettrait de favoriser l'accès de tous à la culture [Annexe 1-1].

Cette loi constitue donc une avancée en inscrivant dès son premier article le rôle social, culturel et éducatif du musée et en mentionnant la notion de plaisir souligne M. Van Praët [294, p. 1-2]. Elle montre aussi une volonté d'harmoniser le statut des musées reconnus par l'Etat et de fédérer les institutions. Elle est donc un socle juridique indispensable. Toutefois, déplore A. Recours, le Sénat *soucieux du respect des libertés, a refusé d'imposer des contraintes aux collectivités qui se gèrent librement* même si la loi affirme des orientations minimales envers les publics [294, p. 9-10]. D'ailleurs T. Compère-Morel souligne que le *texte de la loi ne reflète pas le travail de la commission Recours et la teneur de son questionnaire n'est que partiellement reprise au sujet des publics* [294, p. 21-24]. L'article 2, s'il donne une place importante à

l'accessibilité et aux actions d'éducation et de diffusion, ne définit ni ne précise ces éléments en vue de leur application réelle. Le cadre juridique mis en place est donc clair mais les éléments concernant les politiques de publics peuvent décevoir en comparaison avec les travaux préparatoires.

2. Connaissance des publics et action pour les publics

L'institution muséale doit identifier ses objectifs, savoir avec quels profils et moyens elle entend travailler, à quel niveau scientifique elle se place et quelle audience elle cherche à atteindre. Ainsi la médiation s'inscrit dans la politique des publics puis la politique générale du musée. Afin d'attirer davantage de publics et d'en améliorer leur connaissance, les institutions mettent en place et développent des études, méthodes et outils.

2.1. Comment connaître ses publics actuels et potentiels ?

Le musée doit connaître ses visiteurs en termes d'attentes, de méthodes d'approche, de types de comportements et d'intelligences et prendre en compte les publics actuels et potentiels. Ces derniers sont les plus nombreux mais aussi ceux qui font l'objet d'une politique minimale. Tout visiteur entre au musée avec une forme de culture et des connaissances. Ainsi on peut proposer différents types de visite et dispositifs adaptés à chacun. P. Rasse distingue trois catégories de publics [9, p. 185-188] : les *exclus de la culture*, ou non visiteurs, cumulant souvent plusieurs formes d'exclusion sociale et professionnelle [74, p. 91] ; les *catégories cultivées*, public le plus assidu et régulier, conjuguant *une culture de sortie* et un *rapport cultivé à l'extérieur* [74, p. 182-184] ; une catégorie moyenne pour qui, souligne O. Donnat, *la fréquentation des lieux de culture n'est pas intégrée dans leur mode de vie, elle reste contingente, liée à des circonstances exceptionnelles* [74, p. 187]. L'augmentation de la fréquentation n'a pas entraîné de changements notables en terme de niveau de formation et catégories socio-professionnelles depuis l'étude de P. Bourdieu [59].

Selon les objectifs, diverses recherches peuvent être mises en œuvre en rapport avec les réalisations et démarches de médiation, les publics et les métiers [32, p. 154-156]. Il s'agit de prendre en compte la pluralité des publics, avec une

segmentation variable selon les institutions, les *a priori* des visiteurs et problèmes d'accessibilité [31, p. 9-19]. Les études quantitatives se développent depuis les années 1980 et permettent de situer la visite au musée parmi les autres activités culturelles et d'esquisser une typologie des publics [9, p. 188-192]. Des organes apparaissent progressivement, dont le Département des études et de la prospective du Ministère de la culture et de la communication. A partir d'un échantillonnage de la population française de plus de 15 ans, il met en œuvre des études tous les trois à cinq ans et en tire des données les plus complètes et exhaustives possibles.

Divers observatoires étudient les variations quantitatives et qualitatives, les freins et motivations à la visite. La notion d'observatoire *cherche à mettre dans la durée des pratiques d'enquête et d'analyse des publics* souligne E. Caillet [32, p. 156-166]. De grandes études ont donc été réalisées par l'Observatoire Permanent des Publics créé en 1990 par la DMF [284, p. 13-28 ; 3, p. 231]. L'outil utilisé est le questionnaire auto-administré et l'objectif de révéler les dysfonctionnements et améliorer la qualité de la visite, de l'accueil et des services offerts aux visiteurs.

Les études de fréquentation, plus récentes, constituent un moyen de *faire du projet culturel une programmation reposant sur quelques activités pour chaque cible connue ou une seule* [32, p. 156-166]. Elles portent sur le public potentiel et aident le musée à se positionner par rapport à ses objectifs, services et capacités d'attractivité.

Parallèlement, les études de représentation sont essentielles dans la conception de dispositifs de médiation et ont lieu avant de concevoir de nouveaux espaces. A travers des questionnaires ouverts on identifie les *représentations que les visiteurs se font des notions que l'on cherchera à leur faire rencontrer* [32, p. 156-166]. Elles se sont développées dans les années 1980, lors de l'ouverture de la Cité des Sciences et de l'Industrie notamment [248, 249, 272].

Toutefois les évaluations, effectuées par des instituts internes ou extérieurs aux musées, sont les plus répandues et visent à recueillir des informations qualitatives pour prendre des décisions en analysant les questionnaires, entretiens et observations réalisés [99, p. 4-14]. L'étude commence par une réflexion sur les éléments nécessaires à la mise en place d'une politique culturelle [53]. Le médiateur doit avoir une logique fonctionnelle et définir ses objectifs puis sélectionner les outils appropriés [31, p. 31-35]. L'évaluation préalable concerne le

projet d'exposition temporaire ou permanente et permet de définir diverses conceptions en fonction des segments de visiteurs. L'évaluation formative a lieu en cours d'élaboration et met à l'épreuve les dispositifs proposés avant d'effectuer d'éventuelles modifications. Enfin, l'évaluation sommative se tient après l'ouverture et permet d'aborder les phénomènes de réception et de mettre en évidence l'adéquation ou les différences entre ce qu'ont proposé les concepteurs et ce que perçoivent les visiteurs [32, p. 156-166]. Ces études sont motivées par deux objectifs, l'un éducatif, l'autre relevant du marketing [141, p. 11-15] et se répandent parce que le produit culturel pose des difficultés de conception, coût, réalisation, délais, et surtout d'accessibilité et transmission de savoirs [98].

2.2. Cibler ses actions et construire une politique des publics

Avant de construire des actions de médiation, il est nécessaire de connaître la fréquentation effective du musée et de distinguer les motivations, attentes et freins de chacun des segments. Cela permettra de lever les dissuasions et de mettre le visiteur en attitude active souligne J. Galard [44, p. 10]. Construire une politique des publics suppose aussi la mise en place de partenariats et alliances avec d'autres organismes. E. Caillet insiste sur les questions qu'il convient de se poser : qui sont les publics du musée, cherche-t-il à développer ou restreindre son audience, que sait-on des non publics et quelles structures viennent s'associer au musée ? [32, p. 212-216]. Augmenter l'audience d'un musée ne signifie pas forcément augmenter le nombre de visiteurs, mais aussi toucher des catégories qui n'y viennent pas.

Les musées ont longtemps focalisé leur attention sur la dimension éducative qu'ils adaptent et complètent aujourd'hui par des actions vers l'ensemble des utilisateurs, en prenant en compte les apports de la pédagogie et en s'adressant à chaque public ou à certains publics cibles. La plupart a déjà construit des actions envers les publics scolaires et sa priorité n'est plus de les développer. On travaille davantage avec les enseignants dans le cadre de la formation et le partenariat école – musée permet de faire de la sortie au musée un moment pédagogique fort. Elle est préparée en collaboration avec les enseignants, en les invitant à rencontrer les animateurs et en leur fournissant un dossier pédagogique personnalisé. Il s'agit aussi pour M. Van Praët *d'analyser les spécificités de l'exposition et de l'action culturelle en musée par rapport à l'activité pédagogique en milieu scolaire* [141, p. 3-5].

Parallèlement, les jeunes enfants, public nombreux, qu'ils viennent en groupe ou en famille, suscitent un grand intérêt. Ils réclament des moyens et objectifs particuliers : il faut les mettre à l'aise, les aider à maintenir leur attention, lutter contre l'ennui et l'inconfort, leur consacrer un espace particulier pour les ateliers ou expérimentations. Le personnel qui les prend en charge doit être spécialisé et disposer de méthodes d'animation variées : visites guidées, ateliers, organisation de parcours et événements spécifiques, etc. Certains musées sont consacrés uniquement à ce public, tel le Musée en Herbe. Enfin, certains principes pédagogiques sont intégrés à la médiation : participation physique, intellectuelle et affective ; prise en compte de leur capacité d'attention et de leur fatigue ; utiliser une médiation sur le mode ludique et faire intervenir l'humour dans le discours [124]. Les objets et textes présentés ne sont pas toujours les mêmes que pour les adultes ou selon les tranches d'âge. Les jeunes enfants posent en effet des problèmes différents des adolescents, qui sont à la fois les plus nombreux et les moins disposés à venir au musée [129].

Les adultes posent des problèmes différents liés à leur diversité et attentes multiples et parfois contradictoires. De plus en plus nombreux, ils font preuve d'un fort désir d'apprendre [148, p. 87-105]. Il est aussi intéressant de tirer profit de leurs savoirs et expériences et de les insérer dans la médiation et la mise en relation avec les œuvres. Les personnes souffrant d'un handicap constituent une priorité du musée aujourd'hui. Des ateliers et visites adaptés à chacun sont mis en place afin de lui rendre un accès à la culture : visites guidées et équipements adaptés pour l'accessibilité physique aux œuvres, mise à disposition d'œuvres ou reproductions que les aveugles peuvent toucher, etc. La Cité des Sciences et de l'Industrie a joué un rôle primordial dans cette réflexion en créant dès 1986 une Cellule Handicapés composée d'une personne sourde et d'une personne aveugle et intégrée aux équipes de conception avec pour objectif de trouver des solutions pertinentes et de fournir des prestations adaptées à chacun [111].

La visite en groupe, qui peut être une source de plaisir et un moyen de protection pour le visiteur non habitué, est toujours au cœur des préoccupations. Elle permet de mobiliser les compétences du groupe pour affronter les difficultés de l'exposition. Le médiateur doit *trouver l'équilibre entre la dynamique du groupe et le*

risque de repli sur soi [9, p. 199-200]. Enfin, atteindre les non publics réclame une réflexion et des actions particulières : identifier les freins à la visite, autant que les attentes explicites et implicites des visiteurs actuels, avoir conscience que le musée peut susciter des peurs [163]. Il s'agit ensuite de construire des actions de médiation appropriées à chaque segment, *prévoir des actions sur mesure capables de dédramatiser la relation à l'institution et d'aider celui qui s'en sent exclu à apprivoiser les œuvres* précise A. Recours [284, p. 15-16]. Les alliances et partenariats entre organismes culturels, sociaux, touristiques, éducatifs, jouent donc un rôle essentiel. Des opérations hors les murs peuvent être organisées pour des publics qui n'ont pas la possibilité de se déplacer, dans les hôpitaux, les entreprises [253] ou les prisons [228]. Les œuvres peuvent être emmenées sur place, présentées sur support audiovisuel ou diffusées via les réseaux câblés. Enfin, l'aménagement de la politique tarifaire peut permettre de fidéliser le public actuel ou d'inviter à venir ceux qui ne le font pas. Nombre de mesures sont apparues depuis une dizaine d'années dans cette perspective. Il s'agit donc de trouver un équilibre entre la médiation en général et l'action sur mesure qui s'adapte à un public partenaire [53, p. 6]. Par ailleurs les musées ne doivent pas être des lieux d'enseignement mais des lieux de culture, sans obligation : *la médiation repose sur la distinction essentielle faire savoir / médiateur et apprendre / enseignant* [32, p. 15-223].

2.3. Formes et principes de la médiation

Le rapport Recours [284] souligne qu'il est nécessaire d'intégrer les publics dans le projet scientifique et culturel du musée. La politique et les actions de médiation sont ainsi destinées à faire du musée un outil de citoyenneté, accessible à tous, un lieu de transmission de savoirs, d'éducation et d'intégration sociale. L'activité éducative se fait à l'intention des adultes et des enfants et diffère de l'enseignement proprement dit. Le musée n'a pas à se substituer aux institutions d'enseignement et agit ponctuellement, adaptant son discours aux différents publics, en fonction des âges et connaissances [44, p. 7].

D'ailleurs, souligne E. Caillet, une appropriation du musée par l'enseignement à des fins strictement pédagogiques pourrait se retourner contre lui. Les collections muséales n'ont pas pour vocation de servir un programme scolaire et si le visiteur associe la visite culturelle à l'école, cela peut constituer, à terme, un frein à une

nouvelle visite [32]. Les musées doivent donc savoir communiquer et jouer un rôle dans la diffusion culturelle et accordent aujourd'hui une place prépondérante à la fonction de médiation. Ils cherchent à s'affranchir du modèle scolaire, développer les fonctions voisines de spectacle et loisir et prendre en compte chaque public dans le cadre d'une médiation autonome.

Sans nier cette dimension éducative, la médiation porte aussi sur le confort et l'invitation à la visite, le plaisir et la délectation du public. Elle fournit au visiteur les renseignements pratiques dont il a besoin et suscite son envie. On peut dans cette perspective proposer des brochures et affiches, mettre en place dans la ville une signalétique appropriée. Cette dimension se poursuit ensuite dans le musée à l'aide de dispositifs et services de confort (vestiaires, affichage des horaires et tarifs, lieu de restauration, toilettes, etc.). La médiation prend aussi en charge les questions d'orientation (signalétique et plan des parcours) et de documentation, si possible en plusieurs langues (visites guidées, conférences, audioguides, ou support papier) [167 et 179]. Cette volonté de bien accueillir le visiteur est significative d'une véritable politique des publics.

Elle participe enfin à la construction de l'image de l'institution et le travail de terrain du médiateur avec les publics ne doit pas être occulté par les conférences scientifiques, les concerts, etc. La difficulté est donc de le faire connaître et de rendre ces actions visibles en interne et en externe [54]. La médiation passe ainsi par la production publiée du musée qu'il s'agisse de documents introductifs ou complexes. Elle doit s'affirmer face aux politiques d'acquisition et de recherche et démontrer, encore, qu'elle joue un rôle tout aussi important dans le musée.

3. Mise en place de la médiation et de ses dispositifs

3.1. La médiation humaine

L'accompagnement du visiteur commence par l'accueil qui traduit le début d'une politique de communication en direction des publics, fait du musée un espace neutre, d'absence de jugement, et prend en compte les spécificités de l'institution et les met en lumière. La communication dans l'exposition a ceci de particulier qu'elle est décalée dans le temps : le concepteur n'est pas présent en même temps

que le visiteur. Par ailleurs, E. Caillet souligne l'importance du dialogue entre l'institution, via le médiateur, et le visiteur par opposition à l'exposé magistral : il ne peut *s'instaurer que si on part de l'analyse de la demande des publics et de ce qu'ils cherchent quand ils vont au musée et non plus des collections et de la volonté qu'on peut avoir de les donner à voir* [32, p. 167-200].

L'accompagnement passe d'abord par les interventions des conférenciers ou des médiateurs qui reposent autant sur leur personne que sur leur voix. Celle-ci est *le principal outil de médiation* et constitue un interface nécessaire à la lisibilité de l'œuvre et à la compréhension d'un discours mais peu de réflexions sont menées sur son rôle, notamment dans le phénomène d'appropriation des œuvres [32, p. 167-200]. Il faut ici noter le peu de succès des audioguides contrairement aux interventions d'artistes dans les musées d'art contemporain. Jouant eux-mêmes le rôle de médiateur, ils présentent leurs œuvres, en commentent d'autres.

On peut aussi esquisser une typologie des visites – conférences. Celles, régulières, qui ont lieu à heure fixe pour les visiteurs individuels et peuvent faire partie d'un cycle différent des visites organisées sur rendez-vous pour des groupes [32, p. 167-200]. N. Heinich souligne le problème de l'adaptation du médiateur au public, en terme de niveau de préparation et d'attentes, de souplesse et d'adaptation, et insiste sur le registre de discours à adopter : analyse formelle de l'œuvre, discours de l'historien, registre symbolique du poète ou celui du psychologue [239, p. 87-90].

Pour E. Caillet le médiateur est un « passeur » et l'action de médiation se situe à l'interface entre publics et œuvres. Paul Rasse remet cette conception en cause et définit la médiation comme *l'ensemble des dispositifs de communication des organisations culturelles saisies dans leur complexité*, comme espace où le public *se fixe l'exigence de participer à la culture*. Elle accueille le visiteur, explique et traduit, considérant ce que chacun est : elle *crée des espaces où le public se sent reconnu et respecté dans sa différence, d'abord par l'attention dont il est l'objet, pour l'effort d'hospitalité de l'institution qui l'accueille et lui explique* [49].

Le médiateur doit prendre en compte différents paramètres propres au musée. Le temps et la durée de la visite sont cruciaux et doivent être adaptés au discours, à sa densité, à l'endurance et aux attentes des visiteurs et au type d'activité. Le lieu est multiple et pose la question de la gestion de la foule et du parcours [141]. Il peut

être intégré à la muséographie ou dessiné par le médiateur. Il s'agit toujours d'un trajet physique ponctué d'objets et panneaux, d'explications, organisé de façon thématique ou chronologique. Il est lié à l'accrochage qui participe pleinement de la muséographie, de la dimension émotionnelle et du discours que le médiateur met en lumière [180]. Pour contourner les difficultés liées à l'affluence, des horaires particuliers peuvent être aménagés pour les visites en groupe. Les objets sont l'autre paramètre essentiel : le discours du médiateur s'appuie sur eux et leur donne du sens. En contexte muséal la compréhension et l'interprétation de l'objet sont extraordinairement complexes comme le montre M. Van Praët [141]. Les objets perdent leur fonction primaire, sont décontextualisés et chargés de valeurs nouvelles. Le discours de l'institution peut donc se placer à plusieurs niveaux et le médiateur doit en rendre compte car l'objet ne doit son existence qu'à la perception qu'en a l'homme [18]. En un mot la médiation culturelle doit prendre en charge la distance entre visiteur et objet [42].

3.2. Les réponses muséographiques

La muséographie est un agencement de divers éléments qui remet en jeu les objets dans un contexte muséal et contemporain : *elle conforte et ordonne, elle met en valeur et articule les œuvres et documents afin de donner voir et à éprouver le sens qui naît de leur rencontre* [31, p. 9-19]. Muséographie et scénographie font partie de la médiation et servent les expériences de visite. Les médiateurs cherchent ainsi à mettre en place des démarches d'interprétation et aides pertinentes [32, p. 167-200]. Par l'accompagnement à la visite et les outils mis en place, le visiteur peut donc être plus autonome et s'approprier l'exposition [31, p. 21-30].

Parmi ces outils, j'ai choisi de me concentrer sur les textes qui font l'objet d'une importante réflexion. De nature diverse et conçus de façon complémentaire, ils sont intégrés à la scénographie et permettent d'identifier l'objet. Ils doivent tenir compte de différents niveaux d'appropriation possible par les publics [32, p. 167-200] et leur conception réclame des compétences variées et une connaissance des objets, de la communication et de la mise en forme [178]. Parallèlement, souligne D. Jacobi, différents types de textes sont mobilisés dans l'exposition : textes constitutifs du discours et aides à la visite et à l'interprétation [31, p. 21-30]. Les premiers relèvent du média exposition et se divisent en trois catégories : les textes

signalétiques, les étiquettes et cartels, les textes affichés et intégrés à la muséographie. Ces derniers correspondent aux panneaux placés dans les espaces d'exposition, supports du discours qu'elle véhicule et vecteurs d'informations scientifiques et techniques. Ils constituent une unité autonome mais ne sont consultés intégralement que par une minorité de visiteurs [181]. Ils obéissent aux mêmes règles que les autres documents écrits mais se distinguent par leur contenu, leur dimensions et leurs supports [179]. Pour l'aide à la visite, des feuillets ou petits journaux sont mis à la disposition du visiteur à son arrivée ou tout au long du parcours mais ne sont pas toujours bien utilisés : certains les conservent en souvenir ou s'en servent pour désigner les choses sans vraiment les consulter.

La signalétique a plusieurs fonctions : orientation, information ou interprétation. Elle indique et porte l'attention sur des éléments remarquables et permet au primo-visiteur de construire son parcours. Il s'agit surtout des dépliants aussi perçus comme une manière de toucher l'œuvre indirectement. Les visiteurs sont déçus lorsqu'ils n'en trouvent pas à leur disposition, non par manque d'information mais parce que *par la possession de ce document la personne dispose du pouvoir de décider de l'orientation et de la réorientation de la visite* [31, p. 21-30].

M.-S. Poli insiste quant à elle sur le rôle des mots, soulignant qu'ils sont là pour *dire ce que sans eux nous ne verrions pas, comprendrions ou n'apprécierions pas* [190, p. 19-24]. Le texte est donc un interface entre médiateur et visiteur et doit signifier autant que communiquer. A ses yeux, l'exposition *peut être envisagée comme une médiation et les matériaux langagiers sont décrits et analysés comme des outils de cette médiation* [190, p. 46-47]. Du point de vue scénographique l'écrit donne de l'information sur la mise en scène ou sert à signaler certains repères tandis que du point de vue cognitif il ne construit pas de savoir ou sert, au contraire, à diffuser de la connaissance et à construire du sens [188].

Enfin, l'étiquette est *un petit texte écrit sur un support de faibles dimensions, placé à proximité d'un expôt*. Elle désigne, commente ou décrit l'objet auquel elle est associée et a un *double rôle de désignation et de médiation* : elle identifie avant d'intervenir entre le donné à voir et l'activité de reconnaissance et d'appropriation [181]. Toutefois sa réalisation et son contenu reflètent généralement les valeurs et besoins de ceux qui la préparent et non de ceux qui l'utilisent [192]. Or il est

important de motiver à la lecture et H. Gottesdiener montre que les informations fournies peuvent modifier la perception de l'œuvre et le jugement porté sur elle et doivent donc être adaptées à la majorité des visiteurs. Elle souligne aussi qu'il n'y a pas de compétition entre le temps de regard et le temps de lecture [182] même si tous les visiteurs ne lisent pas les textes. Celui qui les lit s'en approprie souvent le sens et l'utilise dans ses reformulations et pour l'analyse des œuvres, ce qui peut aussi être source de confusion pour certains [180]. Enfin, l'opinion que le visiteur a du musée et de ses activités, le comportement social spontané d'un groupe et l'interaction entre visiteur et textes descriptifs influencent aussi la lecture [186].

Je voudrai aussi attirer l'attention sur la place de l'audiovisuel dans l'exposition et son utilisation par la médiation. E. Caillet souligne un problème intéressant : le film d'art *commente une œuvre qui est déjà elle-même un commentaire sur le réel* [32, p. 167-200]. Il risque de rivaliser avec l'œuvre et certaines contradictions peuvent apparaître entre les deux parties : problèmes de regard, de mobilité ou immobilité, de durée de contemplation, etc.

3.3. Nouveaux outils de médiation

La production audiovisuelle et multimédia du musée, destinée à la visite ou à la diffusion, aide les publics à créer des liens avec l'institution et ses collections : préparer ou prolonger la visite, établir des liens entre ce que l'on voit et ce qui a disparu, ou entre ce que l'on voit et ce qui est conservé ailleurs. Le multimédia au musée désigne une partie des technologies numériques utilisant les médias son, image et texte pilotés par ordinateur. L'utilisateur peut consulter les données de manière interactive mais sans pouvoir les modifier [197]. Ces productions se sont développées avec l'expansion de l'Internet et visent à élargir l'éventail des publics, à offrir de nouveaux éléments de promotion et de diffusion des collections [209]. Divers supports apparaissent : les CD-Roms, essentiellement des produits éditoriaux destinés au grand public, les bornes interactives et les sites Internet [197]. Ces derniers répondent à une volonté de communiquer des informations variées : situation et conditions d'accès, tarifs et services proposés, présentation des collections et de la programmation [219, p. 100-103]. L'introduction des technologies de l'information et de la communication au musée est révélatrice de sa conception de la médiation, mêlant diffusion de savoirs et mise en débat. Mais,

souligne P. Rasse, le musée est alors pris dans *le jeu des médias de masse*, s'adresse à un public large et mobile, libre de « zapper » sur un autre site à tout moment [9, p. 170-173]. La spécificité de la médiation par ces technologies consiste, insiste G. Vidal, à *proposer un accès aux sources des données muséales et les musées, garants des savoirs, produiraient des parcours hypermédiatiques développant la lecture des documents – sources* [13, p. 229-259]. Enfin, le musée trouve dans le système des forums en ligne un support délibératif, une occasion de débat et d'échange.

Pour préparer la visite, on peut prendre connaissance de la version électronique des œuvres avant de les voir. L'imagerie scientifique y trouve aussi un moyen de diffusion : on peut présenter au public les différentes couches sous-jacentes d'une peinture ou les étapes d'une restauration. L'accès aux bases de données et sites Web permet aux étudiants et chercheurs de travailler à distance sur les objets et de les mettre dans leur contexte par le biais de reconstitutions [149, p. 393-399]. On peut aussi augmenter leur puissance de représentation et de contextualisation dans le musée. Mais si le musée virtuel peut être un clone du musée réel et participe à son rayonnement, il hérite aussi de ses contraintes [148, p. 87-105 et p. 129-144].

Le Ministère de la Culture a joué dans ce domaine un rôle de précurseur en étant le premier à concevoir et mettre en ligne son site Internet puis des médiations spécifiques et technologies interactives pour assurer au secteur culturel une place dans la société de l'information. Dans son giron, la DMF propose des expositions virtuelles et offre, avec Muséofile, un annuaire en ligne des musées. Dès 1994, une vague de production de CD-Roms de musée apparaît, rapidement suivie par le développement de l'édition en ligne. Le musée d'Orsay et la Cité des Sciences et de l'Industrie font figure de précurseurs [13, p. 229-259]. En 1991, l'association Videomuseum est créée pour aider les musées à se familiariser avec ces technologies et à mieux diffuser leur patrimoine [209]. Au niveau international, les conférences annuelles de l'ICHIM dominent dans le paysage muséal [206, 207].

Parallèlement, les audioguides, déjà anciens, sont un dispositif d'aide à la visite, visant une plus grande autonomie du visiteur, qui se développe et s'approprie facilement les innovations. Ils s'adressent avant tout aux visiteurs individuels. S. Deshayes souligne que leur introduction dans le musée *est généralement motivée par un souci d'accessibilité au public étranger avec une fonction de traduction,*

parallèlement aux fonctions de médiation à destination d'un public large de non connaisseurs et non familiers des lieux. Ils constituent une alternative à la visite guidée, avec un minimum de contraintes dans l'organisation, mais s'accordent mal avec la visite à plusieurs. Trop contraignant pour certains visiteurs, ils peuvent être *une entrave à leur liberté de mouvement, de pensée ou de ressenti*. Certains sont conçus sur la base d'une technologie numérique et d'un recours à l'infrarouge : les séquences enregistrées sont déclenchées lorsque le visiteur se trouve à proximité d'un numéro d'appel. Ce principe, assez rigide, induit le respect de la trame générale du parcours. Aussi les publics préfèrent souvent les dispositifs tenus en main et portés momentanément à l'oreille : on les consulte à sa propre initiative et ils n'entravent pas la déambulation. Les audioguides fournissent donc des clés d'interprétation, ont une forte vocation pédagogique et se prêtent à la formation du regard mais n'offrent aucune possibilité de dialogue avec un médiateur [203].

Conclusion

Mettre les publics au cœur de la vocation du musée c'est à la fois privilégier l'accessibilité et la production d'outils de médiation adaptés et permettre que s'instaure un véritable dialogue entre l'institution, les œuvres et les visiteurs. Aussi le projet culturel du musée doit être construit en cohérence avec le projet scientifique.

Toutefois l'importance et le rôle de la médiation dépendent aussi de la conception que l'on a de l'art, du musée, des collections et de la relation entre le visiteur et l'œuvre. Elle remplit des missions diverses de diffusion et transmission des savoirs, de mise en relation des œuvres et publics en guidant le regard, abolissant les freins à la visite, et jouant un rôle d'interface, d'accompagnement ou d'invitation. Pour y parvenir le médiateur doit connaître les publics auxquels il s'adresse, leurs attentes et besoins, et dispose pour cela de diverses méthodes d'enquête et d'évaluation, chacune répondant à des objectifs précis. Il pourra ensuite leur proposer des dispositifs appropriés : animation et accompagnement avec divers ateliers et visites – conférences, aide à la visite avec des plans et dépliants, aide à l'identification et à l'interprétation des objets grâce aux textes (étiquettes ou cartels, panneaux) ou supports audio et audiovisuels, mise en contact, mise à disposition d'informations ou ouverture vers d'autres institutions avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication (sites Internet, bases de données, CD-Roms ou DVD-Roms), etc.

La médiation prend donc pleinement part aux missions de diffusion et de mise à disposition du public en vue de son éducation, de son plaisir et de la délectation. Elle peut aussi prendre en compte de nouvelles formes de spectacles et pratiques culturelles en invitant le musée à proposer des conférences ou concerts dans son auditorium, des représentation théâtrales ou de danse, des interventions d'artistes, etc. Ceux-ci peuvent rencontrer les publics en présentant leurs œuvres ou d'autres, jouant eux-mêmes le rôle de médiateur, ou à travailler à résidence et mener des opérations en rapport avec la programmation, ce qui permet de renouveler le regard sur les collections. Par exemple, à l'occasion de son bicentenaire, le Musée

des Beaux – Arts de Lyon a proposé à Pierre Buraglio de se confronter à ses collections. L'artiste a sélectionné quelques œuvres qui ont été l'occasion de variations. Le visiteur pourra lors de la visite faire lui aussi l'aller et retour avec les originaux.

Malheureusement, force est de constater aujourd'hui les lacunes en matière de reconnaissance professionnelle de la plupart des personnels qui travaillent quotidiennement avec les publics, c'est-à-dire essentiellement les médiateurs, guides – conférenciers ou animateurs. Il faut continuer à réfléchir à la reconnaissance mutuelle des compétences, en dépit des efforts déployés par l'Etat et le CNFPT pour institutionnaliser les professions de médiation. Les métiers dans ce domaine sont divers et, si de nombreux médiateurs construisent encore leur exercice « sur le tas », les formations universitaires naissantes permettent enfin de formaliser et transmettre ces compétences.

En conclusion, je souhaite insister sur un aspect de la médiation qui me semble être aujourd'hui, à juste titre, au cœur des débats et des préoccupations. Il s'agit de placer au cœur du travail de médiation et de ses dispositifs l'expérience individuelle de l'œuvre, le plaisir de la rencontre. Il faut en améliorer la qualité c'est-à-dire offrir au visiteur la possibilité d'une confrontation authentique avec l'œuvre d'art ou l'objet de collection. Nous l'avons souligné : le musée n'est pas l'école et la transmission de savoirs n'est pas son seul objet. Il n'est pas non plus un lieu d'élitisme ou de jugement. Les collections appartiennent à tous et doivent être accessibles à tous. Aussi je terminerai avec ces quelques mots de B.-N. Abouddrar qui me semblent bien mettre en lumière ces éléments [1, p. 15] :

Banalisé, le Musée n'en a plus pour longtemps à être le triste marqueur de distinction sociale qu'il est devenu ; on pourra y retourner – singulièrement – pour le plaisir : un plaisir lui-même enfin rendu à sa dimension sensuelle.

Bibliographie

-  Livres
-  Actes de colloques et conférences
-  Articles de périodiques
-  Thèses et recherches universitaires
-  Rapports et études
-  Sources électroniques
-  Textes juridiques

1. La médiation dans le musée et l'exposition

1.1. Le musée

1.1.1 Ouvrages généraux

1.  **ABOUDRAR B.–N.** *Nous n'irons plus au musée.* Paris : Aubier, collection Alto, 2000, 334 p.
2.  **AUDIER F.** *La modernisation des musées en France et la transformation des rôles et des statuts des personnels.* Jouy – en Josas : Editions Groupe HEC, 1993, 21 p.
3.  **BADET C., COUTANCIER B., MAY R.** *Musée et Patrimoine.* Paris : Editions du CNFPT, 1999, 317 p.
4.  **BERNIER C.** *L'art au musée : de l'œuvre à l'institution.* Paris : L'Harmattan, collection Esthétiques, 2002, 261 p.
5.  **DEOTTE J. – L.** *Le Musée, l'origine de l'esthétique.* Paris : L'Harmattan, 1993, 443 p.
6.  **MAIRESSE F.** *Le Musée, temple spectaculaire.* Lyon : Presses Universitaires de Lyon, collection Muséologies, 2002, 215 p.
7.  **PERROT R.** *Le musée 2000 en quête d'une socialité perdue, Discours sur la tentative de transformer la réception d'un art contemporain sans racines populaires et sociales.* Paris : E. C. Editions, collection Critique / Histoire / Art, 2000, 71 p.

8.  **RASSE P.** *Techniques et cultures au passé : enjeux, ingénierie et communication dans les musées de société.* Lyon : Presses Universitaires de Lyon, collection Muséologies, 1997, 229 p.
9.  **RASSE P.** *Les musées à la lumière de l'espace public : histoire, évolution, enjeux.* Paris : L'Harmattan, collection Logiques Sociales, 1999, 238 p.
10.  **REGOURD M.** *Musées et communication. Recherche au regard des musées des Beaux – Arts de province.* Thèse : Sciences de l'Information et de la Communication. Toulouse : Université Toulouse 2, 1998, 2 vol., 598 p.
11.  **SCHIELE B., KOSTER E. H.** *La révolution de la muséologie des sciences : vers les musées du 21ème siècle.* Lyon : Presses Universitaires de Lyon, collection Muséologies, 1998, 493 p.
12.  **SCHIELE B.** *Le musée des sciences, Montée du modèle communicationnel et recomposition du champ muséal.* Paris : L'Harmattan, collection Communication et Civilisation, 2001, 275 p.
13.  **TOBELEM J.-M.** *Politique et musées.* Paris : L'Harmattan, collection Patrimoines et Sociétés, 2002, 382 p.
14.  **VIEVILLE D., LASALLE H.** *Le projet scientifique et culturel du musée.* Paris : Direction des Musées de France, 1992.

1.1.2 Articles de périodiques

15.  **CAILLET E., VAN PRAËT M.** *Musées et expositions. Métiers et formations en 2001.* Paris : Chroniques de l'art, n°30, 2001, 127 p.
16.  **JACOBI D.** *Les Musées sont-ils condamnés à séduire toujours plus de visiteurs ?* La Lettre de l'OCIM, 1997, n°49, p. 9-14.
17.  **REEDIJK H.** *Quel musée pour les sociétés du 21ème siècle* [en ligne]. La Lettre de l'OCIM, 1999, n°63, p.30-34. Disponible sur : <<http://www.ocim.fr/sommaire/publications/63.reedijk.pdf>> (consulté le 03/01/04).
18.  **ZOLBERG V. L.** *Le Musée des Beaux Arts, entre la culture et le public : barrière ou facteur de nivellement ?* [en ligne]. Sociologie et Société, vol. XXI, n°2, octobre 1989, p. 75-90. Disponible sur : <<http://www.erudit.org/revue/socsoc/1989/v21/n2/001847ar.pdf>> (consulté le 12/01/04).

1.1.3 Colloques et conférences

19.  **BALLE C., CLAVE E.** *Publics et projets culturels, Un enjeu des musées en Europe, Actes des journées d'études 26 et 27 octobre 1998, Paris, Musée National du Moyen Age.* Paris : L'Harmattan, collection Patrimoines et Sociétés, 2000, 313 p.

20. ☞ **MENZ C., RITSCHARD C.** *Musées en mutation. Actes du colloque international tenu les 11 et 12 mai 2000 au Musée d'art et d'histoire de Genève.* Genève : Georg Editeur, 2002, 179 p.
21. ☞ **TOBELEM J.-M.** *Musées, Gérer autrement : Un regard international.* Paris : La Documentation Française, 1996, 402 p.

1.2. L'exposition

1.2.1 Ouvrages généraux

22. 📖 **BILLE A.** *L'exposition scientifique interactive : manipuler pour comprendre.* Paris : CNRS Editions, 1996, 267 p.
23. 📖 **DAVALLON J.** *L'exposition à l'œuvre, Stratégies de communication et médiation symbolique.* Paris. L'Harmattan, collection Communication, 2000, 378 p.
24. 📖 **DEOTTE J.-L., HUYGUES P.-D.** *Le jeu de l'exposition.* Paris : L'Harmattan, collection Esthétiques, 1998, 249 p.
25. 📖 **GIRARDET S., MERLEAU – PONTY C.** *Une expo de A à Z. Comment concevoir et réaliser une exposition.* Dijon : OCIM, collection Muséographie, 1994, 31 p.
26. 📖 **GONTHIER E., DE LUMLEY H.** *L'exposition des sciences naturelles. La mise en signe des objets dans l'exposition scientifique.* Paris : Edition du Muséum National d'Histoire Naturelle, 1992, 139 p.
27. 📖 **GUELTON B.** *L'exposition : interprétation et réinterprétation.* Paris : L'Harmattan, collection L'ouverture philosophique, 1998, 203 p.
28. 📖 **SEGALEN F.** *L'émergence des expositions – spectacles et l'évolution muséale : continuité ou innovation ?.* **In** DE ABRY M. – O., DESVALLEES A., WASSERMAN F. *Vagues Une anthologie de la nouvelle muséologie*, volume 2. Mâcon : Editions W., p. 540-547, 1994.

1.2.2 Articles de périodiques

29. 📄 **CABRAL M.** *Exposer et communiquer dans les maisons – musées : raconter l'histoire et la société.* Museum, 2001, n°53, p. 41-46.
30. 📄 **DUFRESNE – TASSE C.** *Pour une mise en exposition optimale des phénomènes scientifiques.* Publics et Musées, janvier – juin 1995, n°7, p. 25-45.

1.2.3 Colloques et conférences

31. ☞ **Association Médiation Culturelle Rhône – Alpes.** *Entre conservation et médiation, l'exposition temporaire : un projet partagé, colloque organisé par l'Association Médiation Culturelle Rhône – Alpes et l'Association Rhône – Alpes des conservateurs, 13 novembre 2001, Musée des Beaux Arts de Lyon [en*

ligne]. Lyon : 2001. Disponible sur : < <http://mediationculturelle.free.fr> > (Consulté le 23/11/03).

1.3. La médiation

1.3.1 Ouvrages généraux

32.  **CAILLET E.** *A l'approche du Musée, la médiation culturelle*. Lyon : Presses Universitaires de Lyon, collection Muséologies, 1995, 306 p.
33.  **CAILLET E., FRADIN F., ROCH E. et alii.** *Médiateurs pour l'art contemporain, Répertoire des compétences*. Paris : La Documentation Française, collection Guides pour l'art contemporain, 2000, 65 p. (CD-ROM MAC/PC, conception Claire Lamure).
34.  **CAUNE J.** *Culture et communication. Convergences théoriques et lieux de médiation*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 1995, 135 p.
35.  **CAUNE J.** *Pour une éthique de la médiation : le sens des pratiques culturelles*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, collection Communication, médias, sociétés, 1999, 294 p.
36.  **CHOFFEL - MAILFERT M.-J., ROMANO J.** *Vers une transition culturelle : sciences et techniques en diffusion, patrimoines reconnus, cultures menacées*. Nancy : Presses Universitaires de Nancy, collection Nouveaux modes culturels, 1991, 181 p.
37.  **LAMIZET B.** *La médiation culturelle*. Paris. L'Harmattan, collection Communication et Civilisation, 1999, 447 p.

1.3.2 Articles de périodiques

38.  *L'art contemporain pour tous ? Numéro spécial : les 20 ans des FRAC*. Textes et documents pour la classe, 15-30 novembre 2003, n°865, 56 p.
39.  *Y a-t-il « un médiateur – animateur – conférencier » au musée ?*. Musées et collections publiques de France, juin 2003, n°232, p. 43-44.
40.  **BRETON P.** *Médias, médiation, démocratie*. Communication et politique, CNRS - Hermès, 1995, p. 17-18.
41.  **CAILLET E.** *L'ambiguïté de la médiation culturelle : entre savoir et présence*. Publics et Musées, juillet – décembre 1994, n°6.
42.  **CAUNE J.** *La médiation culturelle : une construction du lien social*. [en ligne]. Paris : 2000. Disponible sur : <http://www.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2000/Caune/Caune.pdf> (consulté le 21/12/03).
43.  **DAHY I.** *La conservation – restauration du patrimoine et la médiation culturelle*. La Lettre de l'OCIM, 2003, n°86, p. 15-19.

44.  **GALARD J.** *La médiation culturelle dans les musées* [en line]. 21 octobre 2002. Disponible sur : <<http://www.refer.org.eg/inforoutes/patrimoine/mediation-culturelle/mediation.htm>> (consulté le 25/11/03)
45.  **HILLAIRE N.** *L'art aux frontières : art, communication et médiation culturelle* [en ligne]. Solaris, décembre 2000 – janvier 2001, n°7. Disponible sur : <<http://biblio-fr.info.unicaen.fr/bnum/jelec/Solaris/d07/7hillaire.html>> (consulté le 18/12/03).
46.  **MEYER M.** *La communication par le son dans les musées et les expositions*. La Lettre de l'OCIM, 1989, n°4, p. 16-19.
47.  **OCTOBRE S.** *Rhétoriques de conservation, rhétoriques de conservateurs : au sujet de quelques paradoxes de la médiation en art contemporain*. Publics et Musées, juillet – décembre 1998, n°14, p. 89-111.
48.  **POULARD F.** *Les conservateurs de musée et le public : quel intérêt pour la médiation ?* Musées et collections publiques de France, juin 2003, n°232, p. 17-25.
49.  **RASSE P.** *La médiation, entre idéal théorique et application pratique* [en ligne]. Recherche en communication, 2000, n°13, p. 38-61. Disponible sur : <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/documents/archives0/00/00/02/30/sic_00000230_02/sic_00000230.html> (consulté le 16/01/04).
50.  **ROY J.-B.** *Histoire – et préhistoire – de la médiation*. Musées et collections publiques de France, juin 2003, n°232, p. 5-16.
51.  **TUFFELLI N.** *Propos d'artistes*. Musées et collections publiques de France, 1993, n°200, p. 15-18.
52.  **WATELET P.** *Toucher pour savoir*. La Lettre de l'OCIM, 1996, n°44, p. 31-34.

1.3.3 Colloques et conférences

53.  **Association Médiation Culturelle Rhône – Alpes.** *Médiation et conservation. Enjeux et moyens complémentaires au service des publics, Journée de réflexion, 15 novembre 2000, Musée d'Art Moderne de Saint – Etienne* [en line]. Saint - Etienne : 2000. Disponible sur : <<http://mediationculturelle.free.fr>> (consulté le 32/11/03).
54.  **Association Médiation Culturelle Rhône – Alpes.** *Les compétences de médiation : la médiation une fonction, médiateur un métier ?, Journée de réflexion, samedi 24 mars 2001, Université Lyon 2* [en line]. Lyon : 2001. Disponible sur : <<http://mediationculturelle.free.fr>> (consulté le 32/11/03).
55.  **Association de Prévention du site de la Vilette.** *Voyager à la verticale : la médiation de l'art contemporain dans les collectivités locales, épilogue. Actes de la journée de rencontre du 23 mars 2001 et de la manifestation d'arts*

plastiques « *Voyager à la verticale* » organisées par l'Association de Prévention du site de la Villette. Paris : Top Chrono, 2001, 209 p.

56. ¶ **BONNEFOY F., CLEMENT S.** *Médiation de l'art contemporain : perspectives européennes pour l'enseignement et l'éducation artistiques : colloque organisé les 2 et 3 mars 2000 par la Galerie Nationale du Jeu de Paume à la Bibliothèque nationale de France.* Paris : Editions du Jeu de Paume, collection Conférences et colloques / Galerie nationale du Jeu de Paume, 2000, 187 p.
57. ¶ **GELLEREAU M.** *Médiation des cultures, Actes des journées d'études 26-27 mars 1999, Maison de la Recherche, Université de Lille 3.* Lille : Editions du Conseil Scientifique de l'Université Charles – de – Gaulle – Lille 3, collection Travaux et recherches, 2000, 160 p.
58. ¶ **MICHAUD Y., LIMONE G., SAWAIM B.** *Art contemporain et pluralisme, nouvelles perspectives : actes du colloque sur l'art contemporain, 16 et 17 mai 1998, Apt.* Paris : l'Harmattan, collection Questions contemporaines, 2000, 226 p.

1.4. Approche sociologique de la médiation

1.4.1 Ouvrages généraux

59. 📖 **BOURDIEU P., DARBEL A.** *L'Amour de l'art. Les musées européens et leur public.* Paris : Editions de Minuit, 1969, 251 p.
60. 📖 **DUVIGNAUD J.** *Sociologie de l'art.* Paris : PUF, [1967] 1972, 150 p.
61. 📖 **EDELMAN B., HEINICH N.** *L'art en conflit. Le droit et la sociologie à l'œuvre.* Paris : La Documentation Française, 2002, 273 p.
62. 📖 **FRANCASTEL P.** *Etudes de sociologie de l'art.* Paris : Denoël – Gonthier, [1951] 1995, 252 p.
63. 📖 **HEINICH N.** *L'art contemporain exposé aux rejets, Etudes de cas.* Nîmes : Editions Jacqueline Chambon, 1998, 213 p.
64. 📖 **HEINICH N.** *Ce que l'art fait à la sociologie.* Paris : Editions de Minuit, 1998, 90 p.
65. 📖 **HEINICH N.** *La Sociologie de l'art.* Paris : La Découverte, collection Repères, 2001, 122 p.
66. 📖 **JAUSS H. R.** *Pour une esthétique de la réception.* Paris : Gallimard, collection « tel », [1972] 1990, 333 p.
67. 📖 **MOULIN R.** *Sociologie de l'art.* Paris : La Documentation Française, 1986, 459 p.
68. 📖 **PEQUIGNOT B.** *Pour une sociologie esthétique.* Paris : L'Harmattan, [1993], 2001, 316 p.

69.  **SHUSTERMAN R.** *L'Art à l'état vif. La pensée pragmatiste et l'esthétique populaire.* Paris : Editions de Minuit, 1991, 272 p.

70.  **URFALINO P.** *L'invention de la politique culturelle.* Paris : La Documentation Française, 1996, 361 p.

1.4.2 Articles de périodiques

71.  **HEINICH N.** *L'art contemporain exposé aux rejets : une contribution à une sociologie des valeurs.* Hermès, 1996, n°20, p. 193-204.

72.  **PEYRIN A.** *Nouveaux emplois, nouveaux métiers ? : un point de vue sociologique sur les médiateurs de musée.* Musées et collections publiques de France, juin 2003, n°232, p. 26-29.

73.  **SYLVESTRE J.-P.** *Une perspective sociologique sur la continuité entre les pratiques quotidiennes, les activités artistiques et la sensibilité esthétiques.* Hermès, 1996, n°20, p. 213-224.

2. Connaître ses publics

2.1. Publics et pratiques culturelles

2.1.1 Ouvrages généraux

74.  **DONNAT O.** *Les Français face à la culture, de l'exclusion à l'éclectisme.* Paris : Editions La Découverte, collection Textes à l'appui, série Sociologie, 1994, 368 p.

75.  **DONNAT O.** *Les Amateurs. Enquête sur les pratiques culturelles des Français.* Paris : La Documentation Française, 1996, 229 p.

76.  **DONNAT O.** *Les pratiques culturelles des Français : enquête 1997.* Paris : La Documentation française, 1998, 359 p.

77.  **DONNAT O., COGNEAU D.** *Les pratiques culturelles des Français : 1973-1989.* Paris : Editions La Découverte, 1990, 285 p.

78.  **LEHALLE E., MIRONER L.** *Musées et visiteurs. Un observatoire permanent des publics.* Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, 1993, 120 p.

79.  **MIRONER L. et alii.** *Cent musées à la rencontre du public.* Paris : France Edition, Observatoire Permanent des Publics, 2001, 459 p.

80.  **PESSIN A.** *Les non(s) public(s) de l'art.* Paris : L'Harmattan, 2002.

81.  **TEBOUL R., CHAMPARNAUD L.** *Le public des musées, Analyse socio-économique de la demande muséale.* Paris : L'Harmattan, 1999, 134 p.

2.1.2 Colloques et conférences

82.  **CAILLET E.** *Les publics de l'art contemporain. Actes de la journée d'étude du 7 avril 2000 à l'Hôtel de Sully.* Lyon : Les Cahiers de Publics et Musées, 2000, n°16, p. 137-214.
83.  **DONNAT O., OCTOBRE S.** *Les publics des équipements culturels, méthodes et résultats d'enquêtes. Séminaire « Pratiques culturelles et publics de la culture » de l'Ecole Nationale du patrimoine, 1999/2000.* Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, Les Travaux de DEP, 2001, 261 p.

2.1.3 Articles de périodiques

84.  **DONNAT O.** *Les Publics des musées en France.* Publics et Musées, juin 1993, n°3, p. 29-46.
85.  **DONNAT O.** *Pratiques culturelles et sociologie de la culture.* Paris : La Documentation Française, Institutions et vie culturelle, Notices, 1996, p. 125-132.
86.  **DONNAT O.** *Les études de publics en art contemporain au Ministère de la Culture.* Publics et Musées, 2000, n°16, p. 141-150.
87.  **DUFRESNE-TASSE C.** *Musée et communauté : Importance d'un leadership muséal en matière d'éducation de l'adulte.* ICOM éducation, 1999, n°16, p. 8-15.
88.  **LE MAREC J.** *Repenser la relation du musée à son public. La Révolution de la muséologie des sciences.* Lyon : Presses Universitaires de Lyon, Editions Multi Mondes, 1998.
89.  **MACDONALD S.** *Un nouveau « corps de visiteurs » : musées et changements culturels.* Publics et Musées, juin 1993, n°3, p. 13-27.
90.  **MARIANI – ROUSSET S.** *Comment les visiteurs interagissent avec les expôts et les autres visiteurs ?* La Lettre de l'OCIM, 1997, n°52, p. 6-9.
91.  **Ministère de la Culture et de la Communication.** *Les pratiques culturelles des Français. Evolution 1989-1997* [en ligne]. Développement culturel, Bulletin du Département des Etudes et de la Prospective, juin 1998, n°124, 6 p. Disponible sur : <<http://www.culture.gouv.fr/culture/editions/r-devc/dc124.pdf>> (consulté le 27/12/03).
92.  **Ministère de la Culture et de la Communication.** *Les dépenses des ménages pour la culture* [en ligne]. Développement culturel, Bulletin du Département des Etudes et de la Prospective, février 2000, n°132, 8 p. Disponible sur : <<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/publications/index-publications.htm>> (consulté le 27/12/03).
93.  **Ministère de la Culture et de la Communication.** *Musées : Placer le public au cœur de l'institution muséale* [en ligne]. La Lettre d'information, 20 juin 2000, n°68, p. 2-3. Disponible sur : <<http://www.culture.gour.fr/culture/actualites/lettre/68.pdf>> (consulté le 27/12/03).

94.  **ROY J.-B., CAILLET E., THOREL F., VIEVILLE D.** *Patrimoine et public en rupture : un défi pour les musées*. Musées et collections publiques de France, septembre 1998, n°220.
95.  **SCHÂRER M.** *La relation homme – objet exposée : théorie et pratique d'une expérience muséologique*. Publics et Musées, janvier - juin 1999, n°15, Hors Thème, p. 31-44.
96.  **UNESCO.** *Les visiteurs*. Museum, 1993, n°178.

2.2. Evaluation et techniques d'enquête

97.  **CHAUMIER S.** *Les méthodes de l'évaluation muséale : quelques repères au sujet des formes et des techniques*. La Lettre de l'OCIM, 1999, n°65, p. 13-17.
98.  **GIORDAN A., SOUCHON C., COQUIDE - CANDOR M.** *Evaluer pour innover : musées, médias et écoles*. Nice : CDDP Alpes - Maritimes, Z'édicions, collection Guides Pratiques, 1997, 202 p.
99.  **GOTTESDIENER H.** *Evaluer l'exposition : définitions, méthodes et bibliographie sélective commentée d'études d'évaluation*. Paris : La Documentation Française, collection Expo Média, 1987, 102 p.
100.  **GOTTESDIENER H., MIRONIER L., DAVALLON J.** *France : un développement rapide avec le soutien du public*. Museum, 1993, n° 45, pp. 13-19.
101.  **LE MAREC J.** *Les évaluations préalables : une aide à la conception des expositions*. La Lettre de l'OCIM, 1992, n°22, p. 21-26.
102.  **LE MAREC J.** *Evaluation, marketing et muséologie*. Publics et Musées, juin – décembre 1997, n° 11-12, p. 141-164.
103.  **TAYLOR S.** *Essayer, modifier : comment améliorer des éléments d'exposition avec l'évaluation formative*. Dijon : OCIM, collection Muséographie, 1998, 113 p.
104.  **Ministère de la Culture et de la Communication.** *Les musées français en 1988 : nature des collections et fréquentation*. Développement culturel, Bulletin du Département des Etudes et de la Prospective, mars 1991, n°90, 8 p.
105.  **SAMSON D., SCHIELE B.** *L'évaluation muséale – publics et expositions : Bibliographie raisonnée*. Paris : Expo Média, 1989, 224 p.

2.3. Publics particuliers

2.3.1 Publics handicapés

106.  **Direction des Musées de France.** *Des Musées pour tous : Manuel d'accessibilité physique et sensorielle des musées*. Paris : Direction des Musées de France, 1992, 79 p.

107.  **Fondation de France.** *Des Musées ouverts à tous les sens : mieux accueillir les personnes handicapées.* Paris : Fondation de France, 1991, 182 p.
108.  **GILBERT C., SANCHEZ J.** *L'accessibilité des musées de France.* Musées et collections publiques de France, 1997, n°214.
109.  **Handicap International.** *Le Musée sort de sa réserve. Actes de la journée d'information sur l'accueil des personnes handicapées dans les musées le 11 mai 1993.* Lyon : Handicap International, 1993.
110.  **Handicap International.** *Au bonheur des enfants : Pratiques culturelles de jeunes aujourd'hui et animations à destination du jeune public handicapé dans les musées.* Lyon : Handicap International – ERAC, 1994.
111.  **LAS VERGNAS M.-L.** *La prise en compte des visiteurs handicapés* [en line]. La Lettre de l'OCIM, 2002, n°79, p. 17-20. Disponible sur : <<http://www.ocim.fr/sommaire/publications/79.vergnas.pdf>> (consulté le 23/11/03).
112.  **Ministère de la Culture et de la Communication.** *Premières rencontres Art, Culture et Handicap, 19, 20 et 21 octobre 2003, Bourges.* Paris : Dossier de Presse, Ministère de la Culture et de la Communication, 2003.
- 2.3.2 Enfants et adolescents
113.  *Enfants et musées.* Musées et collections publiques de France, 1993, dossier, n°198, p. 6-38.
114.  **BOUQUILLARD O.** *Les musées et les jeunes : comment développer la fréquentation ?* Musées et collections publiques de France, 1997, n°214
115.  **CARAVITA S.** *Favoriser les découvertes de l'enfant dans un musée de sciences.* La Lettre de l'OCIM, 1993, n°26, p. 16-23.
116.  **COHEN C.** *Quand l'enfant devient visiteur : une nouvelle approche du partenariat école – musée.* Paris : L'Harmattan, 2002, 218 p.
117.  **COHEN C.** *L'enfant, l'élève et le visiteur ou la formation au musée.* La Lettre de l'OCIM, 2002, n°80, p. 32-37.
118.  **COUTAS E., WASSERMAN F.** *Enfants et musées : réel et réalités, l'atelier de l'imaginaire.* Musées et collections publiques de France, 1993, n°199.
119.  **FAUCHARD C.** *Eduquer et socialiser les enfants sourds par le musée* [en line]. La Lettre de l'OCIM, 1999, n°63, p.35-43. Disponible sur : <<http://www.ocim.fr/sommaire/publications/63.fauchard.pdf>> (consulté le 30/11/03).
120.  **GIRARDET S., MERLEAU – PONTY C.** *Portes ouvertes : les enfants. Accueillir les enfants dans un musée ou une exposition.* Dijon : OCIM, collection Muséographie, 1994, 32 p.
121.  **GUY J.-M.** *Les jeunes et les sorties culturelles : fréquentation et image des lieux de spectacle et de patrimoine dans le population française âgée de 12 à 25 ans.* Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, 1995, 191 p.

122.  **LEMERISE T.** *Les adolescents au musée : enfin des chiffres !*. Publics et Musées, janvier - juin 1999, n°15, Hors Thème, p. 9-30.
123.  **MAYOL P.** *Où sont les jeunes ? Note de synthèse*. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, 1994.
124.  **MERLEAU – PONTY C.** *Les enfants dans les musées : encore un petit effort* [en line]. La Lettre de l'OCIM, 2000, n°72, p. 10-18. Disponible sur : <<http://www.ocim.fr/sommaire/publications/72.merleau.pdf>> (consulté le 30/11/03).
125.  **Ministère de la Culture et de la Communication.** *Les loisirs culturels des enfants et adolescents de 8 à 16 ans*. Développement culturel, Bulletin du Département des Etudes et de la Prospective, novembre 1990, n°88.
126.  **Ministère de la Culture et de la Communication.** *Les pratiques culturelles des jeunes*. Développement culturel, Bulletin du Département des Etudes et de la Prospective, mai 1992, n°93.
127.  **Ministère de la Culture et de la Communication.** *Les jeunes et les sorties culturelles*. Développement culturel, Bulletin du Département des Etudes et de la Prospective, février 1995, n°106.
128.  **PATUREAU F.** *Les pratiques culturelles des jeunes : les 15 – 24 ans*. Paris : La Documentation Française, 1992, 221 p.
129.  **PROTOYERIDES M.** *Jeunes et musées d'art : mariage de déraison ?* [en line]. Migrants-Formation, décembre 1997, n°111, p. 153-160. Disponible sur : <<http://www.cndp.fr/revueVEI/migfor111.pdf>> (consulté le 08/12/03).
130.  **ROMANO S., ROSSELLINI L.** *Entre musées et enfants de 4 à 6 ans : une action utile ou non ?* La Lettre de l'OCIM, novembre-décembre 1998, n°60, p. 3-10.
131.  **VENTRILLON B., CALLY A.** *Les musées en culottes courtes : le guide des parents qui veulent emmener leurs enfants dans les musées*. Paris : Hermé, Guides Hermé, 1995, 215 p.

2.3.3 Scolaires et groupes

132.  **BUFFET F.** *Entre école et musée : le partenariat culturel d'éducation*. Lyon : Presses Universitaires de Lyon, 1999, 207 p.
133.  **CHAMBLAS J.-C.** *Quand le musée fait école : du musée à l'école, de l'école au musée. Actes du séminaire des 8 et 9 décembre 1998 à Bourg – les – Valence*. Grenoble : CRDP – CDDP, 1999, 166 p.
134.  **CHIFFERT A., KRYNEN M.-M., JUPPE-LEBLOND C., LESAGE G.** *L'Education aux Arts et à la Culture* [en line]. Paris : Rapport présenté à Monsieur le Ministre délégué à l'enseignement scolaire et à Monsieur le Ministre de la Culture et de la Communication, janvier 2003, 88 p. Disponible sur :

- <<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/chiffert/rapport-chiffert.pdf>>
(consulté le 08/12/03).
135. 🏛️ **COHEN C.** *Contribution à l'étude des relations entre l'école et le musée : Vers une formation de l'enfant visiteur.* Thèse. Paris : Musée National d'Histoire Naturelle, 2000, 555 p.
136. 📄 **DEUNFF J.** *Le musée et l'école. Etudiants, écoliers en route vers le musée !* Musées et collections publiques de France, mars 1993, n°198, p. 6-8.
137. 🔗 **DEUNFF J.** *Le savoir du musée, le savoir de l'école.* In *L'Ecole, le Musée, croisement de savoirs ?* Actes du colloque organisé les 22, 23 et 24 mars 1994 au Palais des Beaux Arts de Lille.
138. 📖 **FLAUBEE E.** *En sortant de l'école ... musées et patrimoine.* Paris : CNDP - Hachette Education, 1992, 142 p.
139. 📄 **GEYSSANT J.** *Insitutions muséales scientifiques et système éducatif.* La Lettre de l'OCIM, 2002, n°80, p. 23-31.
140. 📁 **Ministère de l'Éducation Nationale.** *Le plan pour les arts et la culture à l'École* [en line]. Paris : Ministère de l'Éducation Nationale, Direction de l'enseignement scolaire, Mission de l'éducation artistique et de l'action culturelle, Centre National de documentation pédagogique, 2002, 64 p. Disponible sur : <http://www.artsculture.education.fr/mission/plan_arts_culture.pdf> (consulté le 08/12/03).
141. @ **VAN PRAËT M.** *Action culturelle et pédagogique dans le musée* [on line]. Paris : 21 octobre 2002, 25 p. Disponible sur : <<http://www.refer.org.eg/inforoutes/patrimoine/pdf/action-culturelle.pdf>> (consulté le 08/12/03).

2.3.4 Personnes âgées

142. 📖 **PAILLAT P. et alii.** *Les pratiques culturelles des personnes âgées.* Paris : La Documentation Française, 1993, 143 p.

3. L'offre muséale : accompagner ses publics

3.1. Politique culturelle et action culturelle

143. 📄 *Au secours des musées.* Museum, 1991, n° 172, p. 188-212.
144. 📁 **Direction des Musées de France.** *Département des Publics, de l'Action éducative et de la Diffusion culturelle. Les fiches pratiques de l'action culturelle.* Paris : Direction des Musées de France, 1993, pagination multiple.
145. 🔗 **DONNAT O., TOLILA P.** *Le(s) Public(s) de la culture. Politiques publiques et équipements culturels, colloque organisé les 28-29-30 novembre*

- 2002 par le DEP et l'OFCE avec le partenariat du Musée du Louvre. Paris : Presses de ScPo, collection Académiques, 2003, 393 p.
146.  **CAILLET E.** *Les politiques de publics dans les musées*. Hermès, 1996, n°20, p. 133-142.
147.  **FOURTEAU C., BOURDILLAT C.** *Les institutions culturelles au plus près du public, Actes des journées d'études organisées les 21 et 22 mars 2002 au musée du Louvre*. Paris : La Documentation Française, collection Louvre, conférences et colloques, 2002, 279 p.
148.  **GALARD J.** *Le regard instruit. Action éducative et action culturelle dans les musées, Actes du colloque organisé le 16 avril 1999 au musée du Louvre par le Service culturel*. Paris : La Documentation Française, collection Louvre, conférences et colloques, 2000, 204 p.
149.  **GALARD J.** *L'avenir des musées, Actes du colloque organisé les 23, 24 et 25 mars 2000 au musée du Louvre par le service culturel*. Paris : Editions de la Réunion des Musées Nationaux, collection Louvre Conférences et Colloques, 2001, 539 p.
150.  **GIRAULT Y., LEMIRE F.** *Du musée témoin au musée acteur de la société : l'accompagnement culturel d'une exposition. Objectifs, publics et stratégies*. La Lettre de l'OCIM, 2001, n°77, p. 35-39.
151.  **JAMET D., GENTIL G.** *Politiques culturelles, études et documents, 1976-1983*. Paris : La Documentation Française, 1986, 450 p.
152.  **Ministère de la Culture et de la Communication, Direction des Musées de France.** *Musées, services publics : Guide des services culturels*. Paris : Direction des Musées de France, [1992] 1993, 569 p.
153.  **Ministère de la Culture et de la Communication, Direction des Musées de France.** *Musée et service des publics, actes des journées d'étude organisées les 14 et 15 octobre 1999 à l'Ecole du Louvre*. Paris : Direction des Musées de France, 2001, 291 p.
154.  **NALPAS – HARTENSTEIN C.** *La démarche qualité envers les publics dans les musées en France*. Thèse : Sciences de l'Information et de la Communication. Paris : Université Paris 10–Nanterre, 1996, 399 p.
155.  **POIRRIER P.** *Les politiques culturelles en France*. Paris : La Documentation Française, 2002, 637 p.
156.  **QUENTIN C., RENIMEL S., QUEMIN A.** *Musées et tourisme, clés pour un partenariat*. Paris : Direction des Musées de France, 1994, 240 p.
157.  **ROUX D.** *La nomenclature des métiers territoriaux*. Paris : Editions du CNFPT, 1993, 41 p.
158.  **WARESQUIEL (DE) E.** *Dictionnaire des politiques culturelles en France depuis 1959*. Paris : CNRS Editions, Larousse, 2001, 657 p.

3.2. La visite comme expérience

159.  *Les visites de classes « à la carte » : l'une des missions de la médiation culturelle dans les musées.* Musées et collections publiques de France, juin 2003, n°232, p. 40-42.
160.  **CANDITO N.** *Expérience de visite et registres de la réception : l'exposition, la différence et ses publics.* Thèse : Sociologie. Avignon : Université d'Avignon, 2001, 307 p.
161.  **GAUTIER P.** *L'accueil et la visite dans les musées : les références de la qualité, étude réalisée par l'Afnor dans le cadre du partenariat entre la Direction des Musées de France et l'Agence française de l'ingénierie touristique.* Paris : AFIT, collection Relations – public, 1998, 45 p.
162.  **GOTTESDIENER H.** *La visite du musée : les interactions visiteur – environnement.* Habilitation à diriger des recherches : Psychologie. Paris : Université Paris 10–Nanterre, 1992, 7 vol.
163.  **GOTTESDIENER H.** *Freins et motivations à la visite des musées d'art.* Paris : Département des Etudes et de la Prospective, 1992, 75 p.
164.  **GOLDSTEIN B., LEMAREL J., TOPALIN R., POUTS – LAJUS S.** *Interactifs. Fonctions et usages dans les musées.* Paris : Direction des Musées de France, 1996, 116 p.
165.  **LE MAREC J.** *L'interactivité, rencontre entre visiteurs et concepteurs.* Publics et Musées, juin 1993, n°3, p. 91-110.
166.  **TETART P.** *Visiter le Louvre.* Textes et documents pour la classe, octobre 2001, n°821, 38 p.

3.3. Muséographie, muséologie et scénographie

167. @ *Accueil et confort du visiteur* [en line]. Paris : DMF, Muséofiches, 1998, 2 p.
Disponible sur : <<http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/museofiches/EQUIMU1.pdf>> (consulté le 21/01/04).
168.  **ERZATI J.-J.** *Manuel d'éclairage muséographique.* Dijon : OCIM, collection Pratiques, 1999, 68 p.
169.  **GOB A., DROUGUET N.** *La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels.* Paris : Armand Colin, collection U, 2003, 239 p.
170.  **GORGUS N.** *Le magicien des vitrines : le muséologue Georges – Henri Rivière.* Paris : Maison des Sciences de l'Homme, 2003, 416 p.
171.  **GOUADEC D.** *Traduction signalétique* [en line]. Meta, vol. 35, n°2, 1990, p. 333-341. Disponible sur : <<http://www.erudit.org/revue/meta/vol35/n2/002945ar.pdf>> (consulté le 19/01/04).

172.  **JEUDY P.– H.** *Exposer / Exhiber*. Paris : Editions de la Villette, collection Passages, 1995, 88 p.
173.  **NEID L.** *Un nouveau système d'audioguidage pour non-voyants*. La Lettre de l'OCIM, 1993, n°30, p. 9-14.
174.  **RECHT R.** *Penser le patrimoine : mise en ordre et mise en scène de l'art*. Paris : Editions F. Hazan, 1999, 175 p
175.  **TOBELEM J.–M.** *L'image et les musées*. Paris : L'Harmattan, collection Champs visuels, 2000, 175 p.
176.  **VILLARD A.** *Le socle et l'objet* [en line]. La Lettre de l'OCIM, 2003, n°87, p.3-8. Disponible sur : <<http://www.ocim.fr/sommaire/publications/87.villard.pdf>> (consulté le 30/11/03)..
177.  **VITALBO V.** *Comment le public utilise – t – il les repères de guidage dans l'activité de visite ?* [en line]. La Lettre de l'OCIM, 2000, n°74, p. 17-24. Disponible sur : <<http://www.ocim.fr/sommaire/publications/74.vitalbo.pdf>> (consulté le 30/11/03).

3.4. Le texte dans le musée et l'exposition

178. @ *Etiquettes, cartels et notices* [en line]. Paris : DMF, Muséofiches, 1998, 2 p. Disponible sur : <<http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/museofiches/MUSOIMG.pdf>> (consulté le 21/01/04).
179. @ *Les panneaux d'exposition et la signalétique* [en line]. Paris : DMF, Muséofiches, 1998, 6 p. Disponible sur : <<http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/museofiches/EQUIMUSa.pdf>> (consulté le 21/01/04).
180.  **ATSUKO KAWASHIMA B.** *Expérience esthétique au musée : impact du parcours et des cartels*, Thèse : Art et Archéologie. Saint – Etienne : Université de Saint – Etienne, 1999, 327 p.
181.  **DESJARDINS J., JACOBI D.** *Les étiquettes dans les musées et expositions scientifiques : revue de ma littérature et repérages linguistiques*. Publics et Musées, mai 1992, n°1, p. 13-31.
182.  **GOTTESDIENER H.** *La lecture des textes dans les musées d'art*. Publics et Musées, mai 1992, n°1, p. 75-89.
183.  **HAAG T.** *Quand le musée se dit. Ecrit et médiation*. Musées et collections publiques de France, juin 2003, n°232, p. 45-51.
184.  **KENTLEY E., NEGUS D.** *Writing on the wall. A guide to presenting exhibition text*. London. Greenwich National Maritime Museum, 1989, 58 p. [Dijon : OCIM Accueil, collection Pratiques, réédition 1993].

185.  **LARDELLIER P.** *Dans le filigrane des cartels : ... Du contexte muséographique comme discours régionaliste : l'exemple du Muséon arlaten.* Publics et Musées, janvier-juin 1999, n°15, p. 63-80.
186.  **MCMANUS P.** *Attention ! Les visiteurs lisent vos textes dans les musées* [en line]. La Lettre de l'OCIM, 1993, n°20, p.11-17. Disponible sur : <<http://www.ocim.fr/sommaire/publications/25.mcmamus.pdf>> (consulté le 30/11/03).
187.  **POLI M.-S.** *Le parti-pris des mots dans l'étiquette : une approche linguistique.* Publics et Musées, mai 1992, n°1, p. 91-106.
188.  **POLI M.-S.** *Dans l'exposition, ce qui est écrit* [en line]. La Lettre de l'OCIM, 1994, n°32, pp. 30-35. Disponible sur : <<http://www.ocim.fr/sommaire/publications/32.poli.pdf>> (consulté le 30/11/03).
189.  **POLI M.-S.** *Le Texte dans un musée d'histoire et de société.* Publics et Musées, juillet – décembre 1996, n°10, p. 9-27.
190.  **POLI M.-S.** *Le texte au musée : Une approche sémiotique.* Paris : L'Harmattan, collection Sémantiques, 2002, 130 p.
191.  **SAMSON D.** *L'évaluation formative et la genèse du texte.* Publics et Musées, mai 1992, n°1, p. 57-73.
192.  **SCREVEN C.** *Comment motiver les visiteurs à la lecture des étiquettes.* Publics et Musées, mai 1992, n°1, p. 33-55.
193.  **SCHWARTZ C.** *La signalétique en relief.* La Lettre de l'OCIM, 2001, n°74, p. 12-14.
194.  **TRIQUET E., FILLON P., VERIN A.** *Ecrire et réécrire des textes explicatifs à partir d'une visite au muséum ; Ecrire pour comprendre les sciences.* Paris : Editions Aster, 2001.

3.5. Technologies de l'information et de la communication dans les musées

3.5.1 Interactivité et Technologies de l'information et de la communication

195.  *Le numérique au service de la culture.* Archimag, 1995, n°86, p. 23-32.
196. @ *L'audioguide* [en line]. Paris : DMF, Muséofiches, 1999, 2 p. Disponible sur : <<http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/museofiches/audioguid.PDF>> (consulté le 21/01/04).
197. @ *Le multimédia au musée* [en line]. Paris : DMF, Muséofiches, 2002, 2 p. Disponible sur : <<http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/museofiches/multimed.pdf>> (consulté le 21/01/04).
198.  *Patrimoine et multimédia : le rôle du conservateur. Colloque, 23, 24 et 25 octobre 1996, Bibliothèque nationale de France.* Paris : La Documentation Française, 1997, 331 p.

199.  **BARBIER-BOUVIER J.-F.** *Les nouvelles technologies au bout des doigts : sociologie des usages en espace public*. Réseaux, 1987, n°25, p. 9-20.
200. @ **BOURDELOIE H.** *La conjonction de la technique et de la culture : des médias de masse au multimédia* [en line]. Paris : Université Paris II, 2001, 24 p. Disponible sur : <<http://composite.uqam.ca/2001.1/article/bourde/html>> (consulté le 15/12/03).
201.  **DAVALLON J.** *Les multimédias de musée, une innovation en cours*. La Lettre de l'OCIM, 1998, supplément du n°57, p. 13-14.
202.  **DE MEESTER D.** *Les moyens techniques de l'interactivité*. Brises, 1987, n°10, p. 122-126.
203.  **DESHAYES S.** *Audioguides et musées* [en line]. La Lettre de l'OCIM, 2002, n°79, p. 24-31. Disponible sur : <<http://www.ocim.fr/sommaire/publications/79.deshayes.pdf>> (consulté le 30/11/03).
204. @ **GILLOUX V.** *Usages du multimedia et patrimoine culturel, Eléments de bibliographie* [en line]. Paris : Vidéomuséum / Département des Etudes et de la Prospective, 1996. Disponible sur : <<http://www.videomuseum.fr/magnt/magnt1/7-bibuse.htm>> (consulté le 12/02/04).
205.  **GOLDSTEIN B.** *Technologies interactives dans les musées français : scénographie interactive et dispositifs pédagogiques*. La Lettre de l'OCIM, 1998, supplément du n°57, p. 21-23.
206.  **ICHIM** (International Cultural Heritage Informatics Meeting). *Location Aware Mobile Interactive Guides : Usability Issues*. Paris : CB & J, 1997, p. 141-152.
207.  **ICHIM** (International Cultural Heritage Informatics Meeting). *IVème Conférence Internationale sur l'Hypermédia et l'Interactivité dans les Musées, les 3 et 5 septembre 1997*. Paris : Réunion des Musées Nationaux, 1998.
208.  **LE MAREC J.** *Les publics de musées et les NTIC, de quoi est-il question ?* La Lettre de l'OCIM, 1998, supplément du n°57, p. 27-30.
209.  **LEBOURDELLES M.-C., DEROSIER-POUCHOUS C., PERROT X.** *Beaux -Arts et Multimédia* [en line]. Paris : les Jeudis de la Sorbonne, Actes, 2001. Disponible sur <http://www.univ-paris1.fr/jeudis/08_2001.html> (consulté le 20/02/04).
210. @ **OCIM.** *Bilan de la trilogie des Rencontres francophones Nouvelles technologies de l'information et de la communication et institutions muséales (1998-2000)* [en ligne]. Paris : OCIM, 2000. Disponible sur <<http://www.ocim.fr/RencontresNTIC/rencontrestriologie.htm#top>> (consulté le 30/11/03).
211.  **PATAUD-CELERIER P.** *Du musée imaginaire au musée virtuel : nouvelles technologies et nouveaux enjeux pour les institutions et acteurs du*

patrimoine culturel. Paris : Lynx Edicom, collection Nouvelles technologies de la mémoire, 1995, 129 p.

212.  **PERROT X.** *Production des hypermédias et des interactifs multimédias pour les musées*. Thèse : Sciences de l'Information. Paris : Université Paris 8, 1995, 329 p.
213. @ **VIDAL G.** *Discours des musées sur les technologies de l'information et de la communication. Analyse de six discours d'institutions muséales sur le multimédia* [en line]. Paris : Université Paris VI - Jussieu, 1998. Disponible sur : <<http://www.ufr-info-p6-jussieu.fr/~creis/serveur/journal/is98-vidalg.htm>> (consulté le 12/02/04).

3.5.2 Internet culturel

214.  **ICHIM** (International Cultural Heritage Informatics Meeting). *Congrès international OCHIM 03, du 8 au 12 septembre 2003 : Les institutions culturelles et le numérique* [en line]. Paris : Lettre d'information de l'Ecole du Louvre, mai 2003, n°21, p. 5. Disponible sur : <<http://www.ecoledulouvre.fr/UploadedFiles/news/1053001884-lettre21.pdf>> (consulté le 20/02/04).
215.  **LELIEVRE V.** *Connaître et utiliser les outils pédagogiques en ligne* [en line]. La Lettre de l'OCIM, 2003, n°86, p.20-26. Disponible sur : <<http://www.ocim.fr/sommaire/publications/86.lielievre.pdf>> (consulté le 30/11/03).
216.  **Ministère de la Culture et de la Communication.** *Internet culturel*. Culture et Recherche, Mission de la Recherche et de la Technologie, mars-avril 2001, n°83, dossier, p. 4-9.
217.  **TOSELLO-BANCAL J.-E., COLLIER P.** *Multimédias interactifs, banques de données & banques d'images, pour les musées, les bibliothèques et les expositions scientifiques*. Paris : Editions A Jour, 120 p.
218. @ **VIDAL G.** *Vers les musées numérisés : de la visite à la navigation* [en line]. Paris : Université Paris VIII et Ecole Normale Supérieure de Fontenay-Saint-Cloud, 1998. Disponible sur : <http://composite.uqam.ca/98.1/articles/vidal.html#deux_2> (consulté le 27/12/03).
219.  **WELGER – BARBOZA C.** *Le Patrimoine à l'ère du document numérique. Du musée virtuel au musée médiathèque*. Paris : L'Harmattan, collection Patrimoines et Sociétés, 2002, 313 p.

3.5.3 Edition multimédia

220.  **DAVALLON J., BROCHU D., GOTTESDIENER H., LE MAREC J.** *Les Musées face à l'édition multimédia*. Dijon : OCIM , collection Etudes, 1999, 150 p.

221.  **DAVALLON J., GOTTESDIENER H., LE MAREC J.** *Premiers usages des cédéroms de musée. Pratiques et représentations d'un produit innovant.* Dijon : OCIM, collection Etudes, 1999, 146 p.

3.5.4 Musée et audiovisuel

222. @ *Le diaporama* [en line]. Paris : DMF, Muséofiches, 1998, 2 p. Disponible sur : <<http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/museofiches/EQUIPAUDa.pdf>> (consulté le 21/01/04).
223.  **CRESPO-TORAL H., DE THOISY A., BARSAC J., et alii.** *Images de synthèse et reconstitution de sites.* Musées et collections publiques de France, 1999, n°224, p. 57-75.
224.  **DAGORNE R.** *L'animation virtuelle au service des objets.* La Lettre de l'OCIM, 2000, n°70, p. 3-6.
225.  **HOCQUARD C.-N., HUMBERT J.-M.** *Musées et audiovisuel : de la production à la réalisation. Actes du colloque organisé du 5 au 7 juin 1991 à Paris par le Comité AVICOM.* Paris : AVICOM, 1992.
226.  **LESTY A.** *Les bornes audiovisuelles dans l'exposition scientifique.* La Lettre de l'OCIM, 2000, n°68, p. 10-16.

3.6. Le musée hors les murs

227.  **FOURTEAU C.** *Centre et milieu : des activités hors les murs, l'expérience du Centre Pompidou.* La Lettre de l'OCIM, 1995, n°40, p. 23-26.
228.  **Ministère de la Culture – Ministère de la Justice.** *La culture en prison. Quel enjeu ? Actes du colloque de Reims, 1985.* Paris : La Documentation Française, Ministère de la Culture – Ministère de la Justice, 1986, 198 p.

3.7. Les politiques tarifaires

229.  **FOURTEAU C.** *La carte Louvre jeunes pour fidéliser un nouveau public.* La Lettre de l'OCIM, 1996, n°47, p. 21-26.
230.  **FOURTEAU C.** *Politiques de fidélisation. L'adhésion annuelle au musée.* Paris : Politiques tarifaires, Musées et monuments, Rapport de la commission tarifaire de l'association InterMusées, juin 1997.
231.  **FOURTEAU C.** *Les effets de la gratuité du dimanche au Louvre, années 1996-1997.* La Lettre de l'OCIM, 1998, n°59, p. 13-20.
232.  **FOURTEAU C.** *La gratuité du dimanche au Louvre, rapport d'évaluation 1996-2000.* Paris : Musée du Louvre, 2002.
233.  **MAIRESSE F.** *La stratégie du prix.* Publics et Musées, juillet – décembre 1997, n°11-12, p. 103-140.

234.  **ROUET F.** *Les tarifs de la culture*. Paris : La Documentation Française, collection Questions de Culture, 2002, 383 p.

4. Etudes et enquêtes menées dans les institutions culturelles

4.1. Etudes menées dans les musées parisiens

4.1.1 Centre Georges Pompidou

235.  **DUFRENE B.** *Art et Médiatisation : le cas des grandes expositions inaugurales du centre Georges Pompidou*. Thèse : Sciences de l'Information et de la Communication. Grenoble : Université Stendhal, 1998, 3 vol.
236.  **DUFRENE B.** *La création de Beaubourg*. Grenoble. Presses Universitaires de Grenoble, collection Evénements 1977, 2000, 272 p.
237.  **FLEURY L.** *Les correspondants du Centre Pompidou. Quinze ans de politique de public (1977-1991)*. Paris : Rapport d'étude Centre Georges Pompidou, 1991.
238.  **GOTTESDIENER H.** *Le public du Musée National d'Art Moderne en 1990, Etude sur la réception des collections permanentes*. Paris. La Documentation Française, collection Expo Média, 1990.
239.  **HEINICH N., POLLACK M.** *Vienne à Paris. Portrait d'une exposition*. Paris : Centre Georges Pompidou – Bibliothèque Publique d'Information, collection Etudes et Recherches, 1989, 189 p.
240.  **LE MAREC J.** *Dialogue ou labyrinthe ? La consultation des catalogues informatisés par les usagers, rapport interne*. Paris. Centre Georges Pompidou, 1989, 91 p.
241.  **VERON E., LEVASSEUR M.** *Ethnographie de l'exposition : l'espace, le corps et le sens*. Paris. Centre Georges Pompidou – Bibliothèque Publique d'Information, 1983, 204 p.

4.1.2 Cité des Sciences et de l'Industrie

242.  **BELLANGER F.** *La Cité des Sciences et de l'Industrie : un média à part entière, un média particulier*. Paris : Annales des Mines, 1989, n°4, p. 17-21.
243.  **Cellule Evaluation de la Direction des Expositions.** *Interactivité et sociabilité : analyse de quatre interactifs, Rapport interne*. Paris, Cité des Sciences et de l'Industrie, 1992.
244.  **DE MENGIN A.** *La recherche d'une typologie des publics à la Cité des Sciences et de l'Industrie*. Publics et Musées, juin 1993, n°3, p. 47-65.

245.  **Etudes Parc de la Villette.** *La Carte Villette, Motivations, fréquentation, satisfaction et caractéristiques des adhérents.* Paris : Etudes Parc de la Villette, été 1998 – été 1999.
246.  **GUICHARD J.** *La Cité des Enfants de la Villette, comment prendre en compte les jeunes visiteurs ?* La Lettre de l'OCIM, 1992, n°23, p. 17-23.
247.  **GUICHARD J.** *Visiteurs et conception muséographique à la Cité des Enfants.* Publics et Musées, juin 1993, n°3, p. 111-122.
248.  **LE MAREC J.** *Le public et l'environnement, Rapport d'étude.* Paris : Cité des Sciences et de l'Industrie, Cellule Evaluation de la Direction des Expositions, 1990.
249.  **LE MAREC J.** *Le public et l'informatique, Rapport d'étude.* Paris : Cité des Sciences et de l'Industrie, Cellule Evaluation de la Direction des Expositions, 1990.
250.  **SUILLEROT A., COHEN – HADRIA P.** *Neuf classes de visites à la Cité des Sciences et de l'Industrie.* Paris : Cité des Sciences et de l'Industrie, 1993.
251.  **TREUNTENAERE M.** *Les enjeux de l'évaluation : l'expérience de la Cité des Sciences et de l'Industrie de la Villette.* BRISES, 1989, n°14, p. 107-114.

4.1.3 Musée du Louvre

252.  **CASANOVA F.** *Une pratique orale de l'histoire de l'art au Musée du Louvre : des jeunes s'entretiennent.* Publics et Musées, juillet - décembre 1998, n°14, p. 69-85.
253.  **GOTTESDIENER H., JACOBI D.** *La CGT déménage – le Louvre à Montreuil.* Etude menée conjointement par le Service culturel du musée du Louvre et l'Université d'Avignon.

4.1.4 Musée National des Arts d'Afrique et d'Océanie

254.  *Etude de réception de l'exposition « La Mort n'en saura rien » et sa réception. Enquête réalisée auprès des visiteurs de l'exposition, février 2000.* Paris : Centre de recherche sur les liens sociaux, CNRS - Université de Paris V, 2000.
255.  *Etude de réception de l'exposition « Kannibals et vahinés » : résultats de l'enquête réalisée au Musée National des Arts d'Afrique et d'Océanie (novembre 2001 – février 2002).* Paris : Université de Paris V, 2002.

4.1.5 Muséum National d'Histoire Naturelle

256.  **GIRAULT Y., GUICHARD F.** *Problématique et enjeux du partenariat école – musée à la Grande galerie de l'évolution.* Publics et Musées, janvier – juin 1995, n°7, p. 69-93.

257.  **EIDELMAN J., VAN PRAËT M.** *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, collection Education et formation, Recherches, 2000, 339 p.
258.  **VAN PRAET M., GALANGAU F.** *La place des musées dans les centres de culture scientifique et le projet de Galerie de l'évolution*. BRISES, 1989, n°14, p. 40-47.
- 4.1.6 Musée en Herbe
259.  **GIRARDET S.** *20 ans d'expériences au Musée en Herbe, un mode d'emploi pour l'accueil des tout petits*. La Lettre de l'OCIM, 1996, n°43, p. 14-17.
260.  **MERLEAU – PONTY C.** *Les 25 ans du Musée en Herbe, un anniversaire pour parler de médiation*. La Lettre de l'OCIM, 2000, n°72, p. 3-9.
- 4.1.7 Musée du Luxembourg
261.  **EIDELMAN J.** *La réception de l'exposition d'art contemporain « Hypothèses de collection »*. Publics et Musées, 2000, n°16, p. 163-192.
- 4.2. Etudes menées dans les musées de province**
262.  **CESAM Développement.** *Synthèse : Positionnement et politique des publics des musées de beaux – arts récemment rénovés en France. Etude de mise en tourisme du Musée des Beaux – Arts d'Angers*. Paris : CESAM Développement, rapport d'étude, septembre 2002, 20 p.
263.  **CESAM Développement.** *Etude de mise en tourisme du Musée des Beaux – Arts d'Angers, phases 2 et 3*. Paris : CESAM Développement, rapport d'étude, septembre 2002, 27 p.
264.  **CEREM.** *Musée Malraux, Le Havre : exposition « Geogres Braque » (1999) : rapport final du Centre d'Etude et de Recherche sur les Expositions et les Musées*. Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, Département des Publics, de l'Action éducative et de la Diffusion culturelle, 2000.
265.  **CHARRIERE A.** *Du public aux publics : les visiteurs du Palais des Papes d'Avignon*. Thèse. Avignon : Université d'Avignon, 2002, 77 f.
266.  **COTE M.** *Le Musée des Cultures du Monde à Lyon* [en line]. *Ethnologies*, 2002, Vol. 24, n°2, p. 211-217. Disponible sur : <http://www.erudit.org/revue/ethno/2002/v24/n2/006647ar.pdf> (consulté le 27/12/03).

267.  **DELARGE A., COUTAS E.** *Résonnances ou le musée au risque de l'art : exposition du 12 février au 2 avril 2000.* Fresnes : Editions Ecomusée de Fresnes, 2000.
268.  **Direction des Musées de France.** *Les Musées en région : fréquentation, tarifs, horaires.* Paris : Direction des Musées de France, 1992.
269.  **GOTTESDIENER H., VILATTE J.-C., CHAUMIER S.** *Evaluation d'un outil pédagogique dans le cadre d'une visite familiale. Le Musée des Beaux Arts de Quimper : usages d'un livret – jeu.* Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, Département des Publics, de l'Action éducative et de la Diffusion culturelle, 2000.
270.  **MIRONER L.** *Les publics du CapMusée, musée d'art contemporain de Bordeaux.* Publics et Musées, 2000, n°16, p. 193-204.
271.  **PASSERON J.-C., PEDLER E.** *Le temps donné aux tableaux : compte rendu d'une enquête au musée Granet, étude menée à la demande de l'Institut Méditerranéen de recherche et de création et du Centre d'enquêtes et de recherches sur la culture, la communication et les modes de vie.* Marseille : CERCOM / IMEREC, 1991, 150 p.
272.  **PEIGNOUX J., EIDELMAN J., CORDIER P.** *Evaluation préalable des représentations sociales sur la préhistoire. Rapport final d'une étude commandée pour le Musée de la Préhistoire des Eyzies.* Paris : Université de Paris V, 1994.
273.  **POLI M.-S.** *Les sens et les mémoires au musée : Musée de la Résistance et de la Déportation de l'Isère.* Les Cahiers de Recherche du Musée Dauphinois, 2000, n°1, 39 p.
274.  **RIEU A.-M.** *Les visiteurs et leurs musées : le cas des musées de Mulhouse, étude menée pour le Centre régional de culture scientifique, technique et industrielle de Mulhouse et l'Inspection générale des musées classés et contrôlés.* Paris : La Documentation Française, 1988, 227 p.
275.  **VADELORGE L.** *Les musées de province dans leur environnement, actes de la journée d'étude organisée à l'Université de Rouen le 4 décembre 1993.* Paris : CNRS Editions, collection Publications de l'Université de Rouen, Sociabilité, culture et patrimoine, 1996, 97 p.
276.  **VERGARA – BASTIAN A.** *Les publics de l'art contemporain : le cas du Magasin de Grenoble.* Publics et Musées, 2000, n°16, p. 205-213.

5. Textes officiels

277.  **Ministère de la Culture et de la Communication.** *Charte des missions de service public pour les institutions d'art contemporain [en line].* Paris : 2000.

Disponible sur : <<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/index-politique.htm>> (consulté le 27/11/03).

5.1. Rapports ministériels

278.  **HERITIER – AUGÉ F.** *Les Musées de l'Éducation Nationale, mission d'étude et de réflexion. Rapport au Ministre de l'Éducation Nationale.* Paris : La Documentation Française, collection des rapports officiels, 1990, 198 p.
279.  **ORY-LAVOLLEE B.** *La diffusion numérique du patrimoine, Dimension de la politique culturelle* [en ligne]. Paris : Rapport à Mme la Ministre de la Culture et de la Communication, janvier 2002. Disponible sur : <<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/rapports/ory-lavollee/ory-lavollee.pdf>> (consulté le 05/12/03).
280.  **RIGAUD J.** *Pour une refondation de la politique culturelle. Rapport au Ministre de la Culture.* Paris : La Documentation Française, collection des rapports officiels, 1996, 201 p.

5.2. Textes juridiques, sources législatives

281.  *Circulaire n° 93-142 du 3 mars 1993 : Les services éducatifs au sein des institutions culturelles placées sous le contrôle ou la tutelle du Ministère de l'Éducation Nationale et de la Culture. Texte adressé aux préfets de régions et aux recteurs.* Bulletin Officiel n°10 du 11 mars 1993.
282.  *Assemblée Nationale, rapport n°2418 : Rapport d'information déposé en application de l'article 145 du Règlement par la Commission des Affaires Culturelles, Familiales et Sociales sur les musées et présenté par M. Alfred Recours, Député, enregistré à la Présidence de l'Assemblée Nationale le 25 mai 2000* [en ligne]. Disponible sur : <<http://assemblee-nat.fr/legislatures/11/pdf/rap-info/i2418.pdf>> (consulté le 05/12/03).
283.  *Assemblée Nationale : Projet de loi n° 2939 relatif aux musées de France, enregistré à la Présidence de l'Assemblée Nationale le 21 mars 2001, présenté au nom de M. Lionel Jospin, Premier Ministre, par Mme Catherine Tasca, Ministre de la Culture et de la Communication* [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.assemblee-nat.fr/legislatures/11/pdf/projets/pl2939.pdf>> (consulté le 05/12/03).
284.  *Assemblée Nationale, rapport n°3036 : Rapport d'information déposé en application de l'article 145 du Règlement par la Commission des Affaires Culturelles, Familiales et Sociales sur le projet de loi relatif aux Musées de France (n°2939) et présenté par M. Alfred Recours, Député, enregistré à la Présidence de l'Assemblée Nationale le 3 mai 2001* [en ligne]. Disponible sur : <<http://assemblee-nat.fr/legislatures/11/pdf/rap-info/i3036.pdf>> (consulté le 05/12/03).
285.  *Sénat : Rapport n°5, session ordinaire de 2001-2002, annexe au procès verbal de la séance du 10 octobre 2001 / Rapport fait au nom de la Commission*

- des Affaires Culturelles sur le projet de loi adopté par l'Assemblée Nationale, après déclaration d'urgence, relatif aux Musées de France, par M. Philippe Richert, Sénateur* [en line]. Disponible sur : <http://www.senat.fr/rap/I01-005/I01-005_mono.html> (consulté le 05/12/03).
286.  *Loi n° 2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux Musées de France*. Journal Officiel, 5 janvier 2002, n°4, p. 305 [en line]. Disponible sur : <<http://www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnTexteDeJorf?numjo=MCCX0000178L>> (consulté le 05/12/03).
287.  *Rectificatif de la loi n°2002 du 4 janvier 2002 relative aux Musées de France*. Journal Officiel, 18 janvier 2002, n°15, p. 1052 [en line]. Disponible sur : <<http://www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnTexteDeJorf?numjo=MCCX0000178LZ>> (consulté le 07/12/03).
288.  *Décret du 25 avril 2002 pris pour l'application de la loi n°2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux Musées de France en Conseil des Ministres* [en line]. Disponible sur : <http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/loi_mus/decret_en_CM.pdf> (consulté le 05/12/03).
289.  *Décret simple n°2002-852 du 2 mai 2002 pris pour l'application de la loi n°2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux Musées de France* [en line]. Disponible sur : <http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/loi_mus/decret_simple1.pdf> (consulté le 07/12/03).
290.  *Arrêté du 2 août 2002 attribuant l'appellation "musée de France" en application des dispositions de l'article 18-11 de la loi n°2002-5 du 4 janvier 2002* [en line]. Disponible sur : <http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/loi_mus/ar02_08_02.pdf> (consulté le 07/12/03).
291.  *Arrêté du 13 novembre 2002 attribuant l'appellation "musée de France" en application des dispositions de l'article 18-11 de la loi n°2002-5 du 4 janvier 2002* [en line]. Disponible sur : <http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/loi_mus/ar13_11_02.pdf> (consulté le 07/12/03).
292.  *Arrêté du 10 février 2003 attribuant l'appellation "musée de France" en application des dispositions de l'article 18-11 de la loi n°2002-5 du 4 janvier 2002* [en line]. Disponible sur : <http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/loi_mus/ar10_02_03.pdf> (consulté le 07/12/03).
293.  *Liste des Musées de France*. Bulletin Officiel Culture, novembre 2003 [en line]. Disponible sur : <http://www.culture.gouv.fr/culture/dmf/loi_mus/liste_musees%2018_11_2003.pdf> (consulté le 07/12/03).

5.3. Sur la loi du 4 janvier 2002 relative aux musées de France

294.  La Lettre de l'ICOM, mai – octobre 2003, n°28 [en line]. Disponible sur : <http://www.culture.gouv.fr/icom-france/nos_activites/lettres/lettreicom28.pdf> (consulté le 30/11/03).
295.  *Musées : placer le public au cœur de l'institution muséale*. La Lettre d'information du Ministère de la Culture et de la Communication, 20 juin 2000, n°68, p. 2-3.
296.  **COMPÈRE – MOREL T.** *Quelles relations entre la loi du 4 janvier 2002 relative aux musées de France et les publics? Interview de Françoise Wasserman, chef du département des publics et de l'action éducative à la Direction des Musées de France*. Musées et collections publiques de France, juin 2003, n°232, p. 52-54.
297. @ MARIANI-DUCRAY F. Intervention relative à la loi du 4 janvier 2002 sur les musées lors de l'Assemblée Générale du 23 mars 2002 de l'FFSAM [en ligne]. Disponible sur <http://www.amis-musees.fr/actualite/assemblee_gen_mars02.htm> (consulté le 23/02/04)

Liste des sigles

ABES : Agence Bibliographique de l'Enseignement Supérieur.

AFAA : Association Française d'Action Culturelle.

AVICOM : Comité international de l'ICOM pour l'audiovisuel et les nouvelles technologies de l'image.

BRISES : Bulletin de recherche sur l'information en sciences économiques, humaines et sociales.

CECA : Comité international de l'ICOM pour l'éducation et l'action culturelle.

CEREM : Centre d'Etude et de Recherche sur les Expositions et les Musées (Université de Saint – Etienne).

CNFPT : Centre National de la Fonction Publique Territoriale.

CNRS : Centre National de la Recherche Scientifique.

DEP : Département des Etudes et de la Prospective (Ministère de la Culture et de la Communication).

DMF : Direction des Musées de France.

DRAC : Direction Régionale des Affaires Culturelles.

ICHIM : International Cultural Heritage Informatics Meeting.

ICOFOM : Comité international de l'ICOM pour la muséologie.

ICOM : International Council of Museums.

INIST : Institut National de l'Information Scientifique et Technique.

MNES : Muséologie Nouvelle et Expérimentation Sociale.

OCIM : Office de Coopération et d'Information Muséographique.

OPAC : Open Public Access Catalogue.

OPC : Observatoire des Politiques Culturelles.

OPP : Observatoire Permanent des Publics.

SCEREN : Service Culture Editions Ressources pour l'Education.

SUDOC : Système Universitaire de Documentation.

Table des annexes

ANNEXE 1	I
ANNEXE 1 : LOI N°2002-5 DU 4 JANVIER 2002. LOI RELATIVE AUX MUSÉES DE FRANCE	II
ANNEXE 2	XVII
ANNEXE 2 : QUELQUES DÉFINITIONS DU MOT « MUSÉE »	XVIII

Annexe 1

Annexe 1 : Loi n°2002-5 du 4 janvier 2002. Loi relative aux Musées de France

NOR:MCCX0000178L

- Article 1

L'appellation " musée de France " peut être accordée aux musées appartenant à l'Etat, à une autre personne morale de droit public ou à une personne morale de droit privé à but non lucratif.

Est considéré comme musée, au sens de la présente loi, toute collection permanente composée de biens dont la conservation et la présentation revêtent un intérêt public et organisée en vue de la connaissance, de l'éducation et du plaisir du public.

- Article 2

Les musées de France ont pour missions permanentes de :

- a) Conserver, restaurer, étudier et enrichir leurs collections ;
- b) Rendre leurs collections accessibles au public le plus large ;
- c) Concevoir et mettre en oeuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture ;
- d) Contribuer aux progrès de la connaissance et de la recherche ainsi qu'à leur diffusion.

- Article 3

Il est créé, auprès du ministre chargé de la culture, un Haut Conseil des musées de France composé, outre son président :

- d'un député et d'un sénateur désignés par leur assemblée respective ;
- de cinq représentants de l'Etat ;
- de cinq représentants des collectivités territoriales ;
- de cinq représentants des personnels mentionnés aux articles 6 et 15 ;
- de cinq personnalités qualifiées parmi lesquelles figurent deux représentants de personnes morales de droit privé propriétaires d'un musée de France et un représentant d'associations représentatives du public.

Le Haut Conseil des musées de France peut être consulté ou formuler des recommandations sur toute question relative aux musées de France.

Le Haut Conseil des musées de France est consulté dans les cas prévus aux articles 4, 11, 13, 16 et 18.

Un décret en Conseil d'Etat fixe sa composition, ses modalités de désignation et de fonctionnement et les conditions de publication de ses avis.

- Article 4

L'appellation musée de France est attribuée à la demande de la ou des personnes morales propriétaires des collections, par décision du ministre chargé de la culture et, le cas échéant, du ministre intéressé, après avis du Haut Conseil des musées de France.

Lorsque la demande émane d'une personne morale de droit privé à but non lucratif, l'attribution de cette appellation est subordonnée à la présentation d'un inventaire des biens composant les collections, à la justification de l'absence de sûretés réelles grevant ces biens et à la présence, dans les statuts de la personne en cause, d'une clause prévoyant l'affectation irrévocable des biens acquis par dons et legs ou avec le concours de l'Etat ou d'une collectivité territoriale à la présentation au public, conformément à l'article 11. La décision attribuant l'appellation ainsi que l'inventaire joint à la demande font l'objet de mesures de publicité définies par décret en Conseil d'Etat.

Lorsque la conservation et la présentation au public des collections cessent de revêtir un intérêt public, l'appellation musée de France peut être retirée par décision du ministre chargé de la culture et, le cas échéant, du ministre intéressé, après avis conforme du Haut Conseil des musées de France.

A l'expiration d'un délai de quatre ans à compter de la décision l'attribuant, l'appellation musée de France est retirée à la demande de la personne morale propriétaire des collections par le ministre chargé de la culture et, le cas échéant, par le ministre intéressé. Toutefois, lorsque le musée a bénéficié de concours financiers de l'Etat ou d'une collectivité territoriale, le ministre de la culture et, le cas échéant, le ministre intéressé ne peuvent retirer l'appellation qu'après avis conforme du Haut Conseil des musées de France. Le retrait de l'appellation prend effet lorsque la personne morale propriétaire des collections a transféré à un autre musée de France la propriété des biens ayant fait l'objet d'un transfert de propriété en application des articles 11 et 13 ou acquis avec des concours publics ou après exercice du droit de préemption prévu par l'article 37 de la loi du 31 décembre

1921 portant fixation du budget général de l'exercice 1922 ou à la suite d'une souscription publique.

- Article 5

Les musées de France bénéficient, pour l'exercice de leurs activités, du conseil et de l'expertise des services de l'Etat et de ses établissements publics.

Ils sont soumis au contrôle scientifique et technique de l'Etat dans les conditions prévues par la présente loi.

L'Etat peut diligenter des missions d'étude et d'inspection afin de vérifier les conditions dans lesquelles ces musées exécutent les missions qui leur sont confiées par la loi.

Des conventions conclues entre l'Etat et les musées de France dont les collections n'appartiennent pas à l'Etat ou à l'un de ses établissements publics peuvent préciser les conditions de réalisation des missions énoncées à l'article 2 et de mise en oeuvre des dispositions de la présente loi.

Si une telle convention n'est pas conclue à l'expiration d'un délai de quatre ans après l'attribution de l'appellation " musée de France ", celle-ci peut être retirée dans les conditions prévues au troisième alinéa de l'article 4.

- Article 6

Les activités scientifiques des musées de France sont assurées sous la responsabilité de professionnels présentant des qualifications définies par décret en Conseil d'Etat.

- Article 7

Les droits d'entrée des musées de France sont fixés de manière à favoriser leur accès au public le plus large. Dans les musées de France relevant de l'Etat, les mineurs de dix-huit ans sont exonérés du droit d'entrée donnant accès aux espaces de présentation des collections permanentes.

Chaque musée de France dispose d'un service ayant en charge les actions d'accueil des publics, de diffusion, d'animation et de médiation culturelles. Ces actions sont assurées par des personnels qualifiés. Le cas échéant, ce service peut être commun à plusieurs musées.

- Article 8

Pour l'accomplissement des missions qui leur sont dévolues, les musées de France peuvent établir, sous forme de convention, des relations de partenariat avec les personnes morales de droit privé à but non lucratif qui se fixent pour objet de contribuer au soutien et au rayonnement des musées de France.

- Article 9

L'Etat encourage et favorise la constitution de réseaux géographiques, scientifiques ou culturels entre les musées de France, auxquels peuvent participer des établissements publics de recherche et d'enseignement supérieur.

- Article 10

Toute acquisition, à titre onéreux ou gratuit, d'un bien destiné à enrichir les collections d'un musée de France est soumise à l'avis d'instances scientifiques dont la composition et les modalités de fonctionnement sont fixées par décret.

- Article 11

I. - Les collections des musées de France sont imprescriptibles.

II. - Les biens constituant les collections des musées de France appartenant à une personne publique font partie de leur domaine public et sont, à ce titre, inaliénables.

Toute décision de déclassement d'un de ces biens ne peut être prise qu'après avis conforme d'une commission scientifique dont la composition et les modalités de fonctionnement sont fixées par décret.

Lorsque le propriétaire des collections d'un musée de France ne relevant pas de l'Etat ou de l'un de ses établissements publics vend un bien déclassé, il notifie à l'autorité administrative son intention de vendre en lui indiquant le prix qu'il en demande.

L'autorité administrative dispose d'un délai de deux mois pour se prononcer.

A défaut d'accord amiable, le prix est fixé par la juridiction compétente en matière d'expropriation.

En cas d'acquisition, le prix est réglé dans un délai de six mois après la notification de la décision d'acquérir le bien au prix demandé ou après la décision définitive de la juridiction.

En cas de refus ou d'absence de réponse dans le délai de deux mois fixé au quatrième alinéa du présent paragraphe, le propriétaire recouvre la libre disposition du bien.

Les biens incorporés dans les collections publiques par dons et legs ou, pour les collections ne relevant pas de l'Etat, ceux acquis avec l'aide de l'Etat ne peuvent être déclassés.

En outre, une personne publique peut transférer, à titre gratuit, la propriété de tout ou partie de ses collections à une autre personne publique si cette dernière s'engage à en maintenir l'affectation à un musée de France. Le transfert de propriété est approuvé par le ministre chargé de la culture et, le cas échéant, par le ministre intéressé, après avis du Haut Conseil des musées de France. Les dispositions du présent alinéa ne sont pas applicables aux biens remis à l'Etat en application des articles 1131 et 1716 bis du code général des impôts.

III. - Les biens des collections des musées de France appartenant aux personnes morales de droit privé à but non lucratif acquis par dons et legs ou avec le concours de l'Etat ou d'une collectivité territoriale ne peuvent être cédés, à titre gratuit ou onéreux, qu'aux personnes publiques ou aux personnes morales de droit privé à but non lucratif qui se sont engagées, au préalable, à maintenir l'affectation de ces biens à un musée de France. La cession ne peut intervenir qu'après approbation du ministre chargé de la culture et, le cas échéant, du ministre intéressé, donnée après avis du Haut Conseil des musées de France.

Les collections mentionnées à l'alinéa précédent sont insaisissables à compter de l'accomplissement des mesures de publicité prévues à l'article 4.

IV. - Toute cession portant sur tout ou partie d'une collection d'un musée de France effectuée en violation des dispositions du présent article est nulle. Les actions en nullité ou en revendication peuvent être exercées à toute époque tant par l'Etat que par la personne morale propriétaire des collections.

- Article 12

Les collections des musées de France font l'objet d'une inscription sur un inventaire. Il est procédé à leur récolement tous les dix ans.

- Article 13

Les biens des collections nationales confiés par l'Etat, sous quelque forme que ce soit, à une collectivité territoriale avant le 7 octobre 1910 et conservés, à la date de publication de la présente loi, dans un musée classé ou contrôlé en application de l'ordonnance n° 45-1546 du 13 juillet 1945 portant organisation provisoire des musées des Beaux-Arts et relevant de cette collectivité deviennent, après récolement, la propriété de cette dernière et entrent dans les collections du musée, sauf si la collectivité territoriale s'y oppose ou si l'appellation " musée de France " n'est pas attribuée à ce musée.

Toutefois, si, à la date de publication de la présente loi, le bien en cause est conservé dans un musée classé ou contrôlé en application de l'ordonnance n° 45-1546 du 13 juillet 1945 précitée relevant d'une collectivité territoriale autre que celle initialement désignée par l'Etat, la collectivité territoriale à laquelle la propriété du bien est transférée est désignée après avis du Haut Conseil des musées de France.

Les dispositions des alinéas précédents ne s'appliquent pas aux biens donnés ou légués à l'Etat.

- Article 14

Les conditions de prêt et de dépôt des biens constituant les collections des musées de France appartenant à l'Etat ou à l'un de ses établissements publics sont définies par décret en Conseil d'Etat.

Le Haut Conseil des musées de France formule des recommandations sur la circulation, les échanges et les prêts de biens constituant les collections entre musées bénéficiant de l'appellation " musée de France ".

- Article 15

Toute restauration d'un bien faisant partie d'une collection d'un musée de France est précédée de la consultation des instances scientifiques prévues à l'article 10.

Elle est opérée par des spécialistes présentant des qualifications ou une expérience professionnelle définies par décret sous la direction des professionnels mentionnés à l'article 6.

- Article 16

Lorsque la conservation ou la sécurité d'un bien faisant partie d'une collection d'un musée de France est mise en péril et que le propriétaire de cette collection ne veut

ou ne peut prendre immédiatement les mesures jugées nécessaires par l'Etat, celui-ci peut, par décision motivée, prise après avis du Haut Conseil des musées de France, mettre en demeure le propriétaire de prendre toutes dispositions pour remédier à cette situation. Si le propriétaire s'abstient de donner suite à cette mise en demeure, l'Etat peut, dans les mêmes conditions, ordonner les mesures conservatoires utiles, et notamment le transfert provisoire du bien dans un lieu offrant les garanties voulues.

En cas d'urgence, la mise en demeure et les mesures conservatoires peuvent être décidées sans l'avis du Haut Conseil des musées de France. Celui-ci est informé sans délai des décisions prises.

Lorsque le transfert provisoire d'un bien dans un lieu offrant les garanties voulues a été décidé, le propriétaire du bien peut, à tout moment, obtenir la réintégration de celui-ci dans le musée de France où celui-ci se trouvait s'il justifie, après avis du Haut Conseil des musées de France, que les conditions imposées sont remplies.

Le propriétaire et l'Etat contribuent aux frais occasionnés par la mise en oeuvre des mesures prises en vertu du présent article, sans que la contribution de l'Etat puisse excéder 50 % de leur montant.

- Article 17

Le fait pour le fondateur ou le dirigeant, de droit ou de fait, d'une institution ne bénéficiant pas de l'appellation de musée de France d'utiliser ou de laisser utiliser cette appellation dans l'intérêt de cette institution est puni d'une amende de 15000 euros.

Les personnes morales peuvent être déclarées responsables pénalement du délit prévu à l'alinéa précédent dans les conditions prévues aux articles 121-2 et 131-38 du code pénal.

- Article 18

I. - A compter de la date de publication de la présente loi, l'appellation " musée de France " est attribuée aux musées nationaux, aux musées classés en application des lois et règlements en vigueur antérieurement à la présente loi et aux musées de l'Etat dont le statut est fixé par décret.

II. - Les musées contrôlés en application des lois et règlements en vigueur antérieurement à la présente loi reçoivent l'appellation " musée de France " à

compter du premier jour du treizième mois suivant la publication de la présente loi, sous réserve des dispositions qui suivent.

Avant l'expiration du délai prévu au premier alinéa, la personne morale propriétaire des collections peut transmettre aux services de l'Etat une demande d'obtention immédiate de l'appellation. Celle-ci est alors attribuée au musée concerné un mois après réception de la demande sauf si, dans l'intervalle, le ministre chargé de la culture a fait connaître son opposition, par décision motivée, à la collectivité demandeuse.

Avant l'expiration du délai prévu au premier alinéa, la personne morale propriétaire des collections peut transmettre aux services de l'Etat son opposition à l'obtention de l'appellation.

Avant l'expiration du délai prévu au premier alinéa, le ministre chargé de la culture peut, après avis du Haut Conseil des musées de France, s'opposer à ce qu'un musée contrôlé reçoive l'appellation " musée de France ".

Les musées contrôlés demeurent soumis aux lois et règlements en vigueur antérieurement à la présente loi jusqu'à l'expiration du délai prévu au premier alinéa ou, dans les cas prévus aux deuxième, troisième et quatrième alinéas, jusqu'à la notification par les services de l'Etat de l'acte attribuant ou refusant l'appellation " musée de France " ou de l'acte faisant droit à l'opposition de la personne morale propriétaire des collections.

- Article 19

L'Etat peut maintenir à la disposition des musées de France relevant des collectivités territoriales, pendant un délai maximum de trois ans à compter de la date de publication de la présente loi, les personnels scientifiques mis à disposition en application de l'article 62 de la loi n° 83-663 du 22 juillet 1983 complétant la loi n° 83-8 du 7 janvier 1983 relative à la répartition de compétences entre les communes, les départements, les régions et l'Etat.

A l'issue du délai prévu au précédent alinéa, l'article 62 de la loi n° 83-663 du 22 juillet 1983 précitée est abrogé.

- Article 20

Le Gouvernement présentera au Parlement, avant la fin de l'année 2002, un rapport relatif au droit à l'image et aux moyens d'en faire bénéficier les collectivités publiques pour les oeuvres d'art dont elles ont la propriété ou la gestion.

- Article 21

Au b du 1 de l'article 200 du code général des impôts, après les mots : « patrimoine artistique, », sont insérés les mots : « notamment à travers les souscriptions ouvertes pour financer l'achat d'objets ou d'oeuvres d'art destinés à rejoindre les collections d'un musée de France accessibles au public, ».

- Article 22

I. - Le premier alinéa de l'article 238 bis AB du code général des impôts est ainsi rédigé :

« Les entreprises qui achètent, à compter du 1er janvier 2002, des oeuvres originales d'artistes vivants et les inscrivent à un compte d'actif immobilisé peuvent déduire du résultat de l'exercice d'acquisition et des quatre années suivantes, par fractions égales, une somme égale au prix d'acquisition. »

II. - La perte de recettes résultant du I est compensée, à due concurrence, par la création d'une taxe additionnelle aux droits prévus aux articles 575 et 575 A du code général des impôts.

- Article 23

I. - L'article 238 bis 0 A du code général des impôts est ainsi rédigé :

« Art. 238 bis 0 A. - Les entreprises imposées à l'impôt sur les sociétés d'après leur bénéfice réel peuvent bénéficier d'une réduction d'impôt égale à 90 % des versements effectués avant le 31 décembre 2006 en faveur de l'achat de biens culturels présentant le caractère de trésors nationaux ayant fait l'objet d'un refus de délivrance d'un certificat d'exportation par l'autorité administrative, dans les conditions prévues à l'article 7 de la loi n° 92-1477 du 31 décembre 1992 relative aux produits soumis à certaines restrictions de circulation et à la complémentarité entre les services de police, de gendarmerie et de douane et pour lesquels l'Etat a fait au propriétaire du bien une offre d'achat dans les conditions prévues par l'article 9-1 de la même loi.

« Les versements ne sont pas déductibles pour la détermination du bénéfice imposable.

« Les versements doivent faire l'objet d'une acceptation par les ministres chargés de la culture et du budget.

« La réduction d'impôt s'applique sur l'impôt sur les sociétés dû au titre de l'exercice au cours duquel les versements sont acceptés. Toutefois, la réduction d'impôt ne peut être supérieure à 50 % du montant de l'impôt dû par l'entreprise au titre de cet exercice conformément au I de l'article 219. Pour les sociétés membres d'un groupe au sens de l'article 223 A, la limite de 50 % s'applique pour l'ensemble du groupe par référence à l'impôt dû par la société mère du groupe. »

II. - Dans l'article 238 bis AA du code général des impôts, les mots : « , de l'article 238 bis 0 A » sont supprimés.

III. - Un décret en Conseil d'Etat fixe les modalités d'application du présent article.

- Article 24

Dans le premier alinéa du 2 de l'article 238 bis du code général des impôts, après les mots : « d'utilité publique », sont insérés les mots : « ou à des musées de France ».

- Article 25

Après l'article 238 bis 0 A du code général des impôts, il est inséré un article 238 bis 0 AB ainsi rédigé :

« Art. 238 bis 0 AB. - Ouvrent droit, à compter de la date de publication de la loi n° 2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux musées de France, à une réduction d'impôt sur le revenu ou d'impôt sur les sociétés, égale à 40 % de leur montant, les sommes consacrées par les entreprises à l'achat de biens culturels faisant l'objet à la date d'acquisition d'un refus de certificat en application de la loi n° 92-1477 du 31 décembre 1992 précitée, dans les conditions suivantes :

« - le bien ne doit pas avoir fait l'objet d'une offre d'achat de l'Etat dans les conditions fixées par l'article 9-1 de la loi n° 92-1477 du 31 décembre 1992 précitée ;

« - l'entreprise s'engage à consentir au classement du bien comme monument historique en application de l'article 16 de la loi du 31 décembre 1913 sur les monuments historiques ;

« - le bien ne doit pas être cédé avant l'expiration d'un délai de dix ans à compter

de l'acquisition ;

« - durant la période visée à l'alinéa précédent, le bien doit être placé en dépôt auprès d'un musée de France.

« La réduction d'impôt est subordonnée à l'agrément du ministre de l'économie et des finances qui se prononce après avis de la commission prévue à l'article 7 de la loi n° 92-1477 du 31 décembre 1992 précitée.

« Un décret en Conseil d'Etat fixe les conditions d'application du présent article. »

- Article 26

Le début du premier alinéa du II de l'article 150 V bis du code général des impôts est ainsi rédigé : « Le vendeur est exonéré de la taxe si la vente est faite au profit d'un musée de France, d'une collectivité locale, à la Bibliothèque nationale de France, à une autre bibliothèque de l'Etat... (le reste sans changement) »

- Article 27

I. - Au premier alinéa de l'article 11 de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat, les mots : « Les musées nationaux, ainsi que les musées classés définis par application de l'ordonnance n° 45-1546 du 13 juillet 1945 portant organisation provisoire des musées des Beaux-Arts, » sont remplacés par les mots : « Les musées de France ».

II. - L'article L. 1423-1 du code général des collectivités territoriales est ainsi rédigé :

« Art. L. 1423-1. - Les musées des collectivités territoriales ou de leurs groupements sont organisés et financés par la collectivité dont ils relèvent.

« Les musées des collectivités territoriales ou de leurs groupements auxquels l'appellation "musée de France" a été attribuée sont régis par la loi n° 2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux musées de France et soumis au contrôle scientifique et technique de l'Etat dans les conditions prévues par cette loi. »

III. - Les articles L. 1423-3 et L. 1423-4 du même code sont abrogés.

IV. - Au premier alinéa de l'article L. 2541-1 du même code, la référence aux articles L. 1423-4 et L. 1423-5 est supprimée.

V. - L'ordonnance n° 45-1546 du 13 juillet 1945 précitée est abrogée à l'exception de l'article 3.

VI. - A l'article 4 de la loi n° 92-1477 du 31 décembre 1992 relative aux produits soumis à certaines restrictions de circulation et à la complémentarité entre les services de police, de gendarmerie et de douane, après les mots : « aux collections publiques », sont insérés les mots : « et aux collections des musées de France ».

VII. - 1. Au deuxième alinéa du 2° de l'article 11 de la loi n° 95-877 du 3 août 1995 portant transposition de la directive 93/7 du 15 mars 1993 du Conseil des Communautés européennes relative à la restitution des biens culturels ayant quitté illicitement le territoire d'un Etat membre, les mots : « sur les inventaires des collections des musées » sont remplacés par les mots : « sur les inventaires des collections des musées de France et des autres musées ».

2. Le même article 11 est complété par un 4° ainsi rédigé :

« 4° Les biens culturels figurant à l'inventaire des collections d'un musée de France relevant d'une personne morale de droit privé sans but lucratif. »

VIII. - Dans le quatrième alinéa (3°) de l'article 322-2 du code pénal, les mots : « ou un objet conservé dans des musées » sont remplacés par les mots : « ou un objet conservé ou déposé dans un musée de France ou dans les musées ».

IX. - Le dernier alinéa de l'article 37 de la loi du 31 décembre 1921 portant fixation du budget général de l'exercice 1922 est complété par les mots : « ou d'une personne morale de droit privé sans but lucratif propriétaire de collections affectées à un musée de France ».

X. - A l'avant-dernier alinéa de l'article 9-1 de la loi n° 92-1477 du 31 décembre 1992 précitée, les mots : « procéder à l'acquisition des biens visés au deuxième alinéa de l'article 9 » sont remplacés par les mots : « présenter une offre d'achat dans les conditions prévues au premier alinéa ».

- Article 28

La présente loi est applicable à Mayotte.

- Article 29

La loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat est ainsi modifiée :

1° Sont abrogés :

a) A l'article 19, les mots : « apportent la dotation initiale mentionnée à l'article 19-6 et » ;

b) Le deuxième alinéa de l'article 19-9 ;

c) L'article 20-1 ;

2° La dernière phrase du dernier alinéa de l'article 19-1 est ainsi rédigée :

« La majoration du programme d'action pluriannuel est déclarée sous la forme d'un avenant aux statuts. » ;

3° Dans la troisième phrase de l'article 19-2, les mots : « cinq ans » sont remplacés par les mots : « trois ans » ;

4° L'article 19-6 est ainsi rédigé :

« Art. 19-6. - A compter de la date de publication de la loi n° 2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux musées de France, les fondations d'entreprise créées antérieurement dont les fondateurs auront décidé la prorogation sont autorisées à consacrer les fonds de leur dotation initiale aux dépenses prévues par leur nouveau programme d'action pluriannuel. » ;

5° a) Au 1° et au 4° de l'article 19-8, après les mots : « dotation initiale », sont insérés les mots : « si celle-ci a été constituée et n'a pas fait l'objet de l'affectation prévue à l'article 19-6 » ;

b) Il est procédé à la même insertion à l'article 19-12, après les mots : « et la dotation ».

- Article 30

Le Centre national de la chanson, des variétés et du jazz est un établissement public à caractère industriel et commercial placé sous la tutelle du ministre chargé de la culture. Il a pour mission de soutenir la création, la promotion et la diffusion des spectacles de variétés. Il contribue à la conservation et à la valorisation du patrimoine de la chanson, des variétés et du jazz.

Il est administré par un conseil d'administration et géré par un directeur.

Le conseil d'administration est composé de représentants de l'Etat et des collectivités territoriales, de représentants des professionnels du spectacle vivant, de représentants élus du personnel et de personnalités qualifiées désignées par le ministre chargé de la culture.

Le président du conseil d'administration et le directeur sont nommés par décret.

L'établissement public bénéficie du produit de la taxe parafiscale sur les spectacles perçue au titre des spectacles de variétés. Ses ressources peuvent également

comprendre, outre le produit de ses activités commerciales et toutes autres recettes autorisées par les lois et règlements en vigueur, les subventions et concours financiers de toute personne publique ou privée.

Un décret en Conseil d'Etat détermine les conditions d'application du présent article. Ce décret définit également les conditions dans lesquelles sont dévolus à l'établissement public les biens, droits et obligations de l'association dénommée Association pour le soutien de la chanson, des variétés et du jazz.

La présente loi sera exécutée comme loi de l'Etat.

Fait à Paris, le 4 janvier 2002.

Jacques Chirac

Par le Président de la République :

Le Premier ministre,

Lionel Jospin

Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie,

Laurent Fabius

La garde des sceaux, ministre de la justice,

Marylise Lebranchu

Le ministre de l'intérieur,

Daniel Vaillant

La ministre de la culture et de la communication,

Catherine Tasca

Le secrétaire d'Etat à l'outre-mer,

Christian Paul

Travaux préparatoires : loi n° 2002-5.

Assemblée nationale : Projet de loi n° 2939 ; Rapport de M. Alfred Recours, au nom de la commission des affaires culturelles, n° 3036 ; Discussion et adoption, après déclaration d'urgence, le 10 mai 2001.

Sénat : Projet de loi, adopté par l'Assemblée nationale, n° 323 (2000-2001) ; Rapport de M. Philippe Richert, au nom de la commission des affaires culturelles, n° 5 (2001-2002) ; Discussion et adoption le 23 octobre 2001.

Assemblée nationale : Projet de loi, modifié par le Sénat, n° 3354 ; Rapport de M. Alfred Recours, au nom de la commission mixte paritaire, n° 3368 ; Discussion et adoption le 29 novembre 2001.

Sénat : Rapport de M. Philippe Richert, au nom de la commission mixte paritaire, n° 58 (2001-2002) ; Discussion et adoption le 20 décembre 2001.

Annexe 2

Annexe 2 : Quelques définitions du mot « Musée »

- Définitions en droit français :
 - o Ordonnance N°45.1546 du 13 juillet 1945 portant organisation provisoire des musées de Beaux-Arts :

Article 2 : « Est considéré comme musée, au sens de la présente ordonnance, toute collection permanente et ouverte au public d'œuvres présentant un intérêt artistique, historique ou archéologique. »

- o Loi N°2002-5 du 4 janvier 2002 relative aux Musées de France :

Article 1^{er} : « Est considéré comme musée, au sens de la présente loi, toute collection permanente composée de biens dont la conservation et la présentation revêtent un intérêt public et organisée en vue de la connaissance, de l'éducation et du plaisir du public. »

- Définitions internationales :
 - o ICOM, statuts de 1951 :

« Le mot musée désigne ici tout établissement permanent, administré dans l'intérêt général en vue de conserver, étudier, mettre en valeur par des moyens divers et essentiellement exposer pour la délectation et l'éducation du public un ensemble d'éléments de valeur culturelle : collections d'objets artistiques, historiques scientifiques et techniques, jardins botaniques et zoologiques, aquariums. »

- o ICOM, statuts de 1961 :

« L'ICOM reconnaît la qualité de musée à toute institution qui présente des ensembles de biens culturels à des fins de conservation, d'étude , d'éducation et de délectation. »

- o ICOM, statuts de 1974, 1989, 1995 et 2001 :

Article 3 : « Le musée est une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public et qui fait des recherches concernant les témoins matériels de l'homme et de son environnement, acquiert ceux-là, les conserve, les communique et notamment les expose à des fins d'études, d'éducation et de délectation. »

- o Extrait de la Recommandation concernant les moyens les plus efficaces de rendre les musées accessibles à tous, adoptée par la Conférence générale à sa onzième session (Paris, le 14 décembre

1960) de l'UNESCO (Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture) :

Article 1^{er} : « Aux fins de la présente recommandation, on entend par « musée » tout établissement permanent administré dans l'intérêt général en vue de conserver, étudier, mettre en valeur par des moyens divers et, essentiellement, exposer pour la délectation et l'éducation du public un ensemble d'éléments de valeur culturelle : collections d'objets artistiques, historiques, scientifiques et techniques, jardins botaniques et zoologiques, aquariums. »