

“Les musées, la culture et le développement durable”

Douglas Worts

Art canadien

Musée des beaux-arts de l'Ontario

Mars 1998 -Mise à jour en juin 1998

(Article publié dans Museums and Sustainable Communities : Canadian Perspectives,
Quebec: ICOM Canada, 1998)

À quoi servent les musées ? Qu'apportent-ils à la société ? Comment pouvons-nous mesurer leur impact ? Leur rôle peut-il être modifié pour mieux servir les besoins culturels d'une société de plus en plus complexe ? Ces questions et d'autres questions connexes me hantent depuis de nombreuses années.

Je suis de plus en plus convaincu que les musées ont besoin d'un cadre plus vaste et plus articulé que le cadre actuel pour fonctionner. En général, les musées se voient dans une sorte de vague rôle de service au public -rôle qu'ils pensent plus ou moins être assumé par les visites occasionnelles du public. Des statistiques fréquemment citées indiquent que chaque année, une bonne partie de la population nord-américaine visite les musées¹. Si on examine de près le coût de ces visites, on constate qu'il peut être très élevé (de quelque 5 \$ à 140 \$ la visite)². Mais il ne suffit pas de tenir compte des aspects financiers dans la compréhension de l'efficacité et de l'impact des musées et il me semble que les véritables besoins culturels de notre société ne peuvent être satisfaits par la plupart des visites de musée en raison de leur nature occasionnelle. La culture est un processus qui est bien mieux intégré que cela dans la vie des gens. En général, la vie culturelle du Canada (et de la plupart des pays occidentaux) est davantage reflétée et dirigée par la culture populaire (p. ex. : télévision, médias, etc.) et par l'orientation économique de notre société. Bien qu'elle soit inévitable dans notre monde, l'influence extrêmement forte du secteur privé sur la dynamique sociale et culturelle crée une situation dangereusement superficielle qui ne pénètre pas dans les profondeurs affectives, intellectuelles, imaginaires et spirituelles des besoins culturels des êtres humains. Si les musées veulent jouer un rôle plus substantiel dans la promotion d'une dynamique culturelle aussi saine que possible, notamment en facilitant les expériences symboliques avec des objets significatifs ou en créant des lieux de débats pertinents pour discuter de notre histoire et de notre avenir, il faudra alors sérieusement repenser la structure globale des musées. Ce processus devrait comprendre l'élaboration d'un ensemble d'indicateurs de rendement qui tiennent compte de l'incidence tant qualitative que quantitative des musées.

Ayant travaillé dans le domaine du développement durable pendant plus d'un an, je suis enclin à penser que le développement durable pourrait fournir un point de référence conceptuel qui pourrait aider à restructurer le rôle et le potentiel des musées. L'expression « développement durable » est souvent associée, malheureusement, à une perspective que les multinationales utilisent pour rationaliser leur croissance continue. Cependant, la notion de durabilité comme vue du monde holistique qui cherche à répondre aux besoins de la population humaine tout en gardant l'environnement naturel intact fournit une vision puissante que tous les individus peuvent essayer de réaliser, quelle que soit leur situation

professionnelle ou personnelle. En appliquant ce concept aux musées, on pourrait imaginer que leurs activités de dimension publique viseraient à favoriser, dans toute la société, une prise de conscience des besoins et des effets de la vie humaine sur notre planète. En même temps, les musées travailleraient à répondre aux nombreux besoins des individus, des collectivités, des pays, de l'humanité et de l'environnement. Dans ce contexte, les besoins des gens se situent au niveau physique, intellectuel, affectif, social et spirituel. Si cette vision du monde était adoptée, elle forcerait les musées à repenser de nombreuses hypothèses de base (par exemple l'idée selon laquelle les expositions doivent être leur principal moyen de communication et que bâtir des collections doit être une préoccupation majeure).

Les programmes de LEAD-Canada³ et de LEAD-International m'ont amené à la conclusion qu'un avenir viable pour le monde ne peut se réaliser que par une participation consciente à l'évolution des enjeux de la population mondiale. Toutefois, il est naïf de penser que les gens acquerront une perspective fonctionnelle et responsable de ces enjeux avant d'avoir acquis (au moins) une bonne connaissance de la dynamique communautaire à l'échelle locale, régionale et nationale. Faire acquérir cette connaissance est une tâche extrêmement complexe, surtout face à l'économie mondiale, à l'immigration, aux mouvements de population, à la fragmentation des collectivités, aux environnements de travail tendus et à la croissance des seuils de pauvreté. Si les musées voyaient leurs principaux objectifs par rapport à l'utilisation d'objets symboliques et historiques dans la facilitation d'une dynamique communautaire saine, tant sur le plan des questions archétypales que sur celui des questions d'actualité -aux niveaux individuel, communautaire et mondial -il pourrait alors être possible qu'ils se réinventent sous une forme bien plus pertinente.

Pour ce faire, il faudrait que beaucoup de choses se produisent dans les musées. Tout d'abord, il faudrait réévaluer la mission des musées et voir si ce sont les objets, les personnes ou l'interaction des deux qui se trouvent au centre de cette mission. Les musées ont toujours choisi les objets comme principaux points de référence -ces objets étant habituellement compris du point de vue d'une ou de plusieurs disciplines. L'adoption d'un modèle expérientiel plus axé sur les gens provoquerait un immense chaos dans beaucoup de musées. Il faudrait également une sérieuse diversification des modes de communication avec le public dans la composante de programmation à l'intention du public de la plupart des musées. Les expositions, qui constituent la base traditionnelle de la programmation offerte au public par les musées, pourraient fournir efficacement certains types d'expérience, mais elles se limitent habituellement à l'utilisation d'énoncés déclaratifs sur des points de vue que des autorités d'un domaine spécialisé croient être vrais. Un nombre croissant de musées (il s'agit principalement, toutefois, de musées des sciences et de musées pour enfants plutôt que de musées d'art ou d'histoire) ont déjà tenté l'expérience de l'exposition interactive basée sur le concept du lieu de rencontre et de débats. Ces musées ont pris l'engagement de faire participer les visiteurs à un processus d'acquisition de connaissances qui suppose un processus de négociations au lieu de déclarations de dogmes⁴. Mais même à leur meilleur, les expositions ne sont généralement pas assez puissantes ou pas assez pratiques pour favoriser une relation intégrée, constante et supposant des contacts fréquents entre le musée et le public

(exception faite des contacts fréquents avec quelques fanatiques des musées). Pour jouer un rôle plus intégré, les musées doivent réévaluer la place des expositions dans leurs activités de programmation à l'intention du public. Même si les musées ne doivent jamais abandonner les expositions comme mode de communication, il faut qu'ils élargissent sérieusement leurs possibilités d'utiliser d'autres moyens de communications (programmation pour télévision communautaire, télévision, radio, Internet, presse populaire, programmes et activités en milieu scolaire, etc.). Idéalement, ces modes de communication devraient être élaborés à l'intérieur de liaisons de communication réceptives qui permettent la circulation d'idées, de sentiments et d'expériences qui entrent dans le musée et qui en sortent. Les gens ont besoin de sentir qu'ils sont reliés au monde dans lequel ils vivent, qu'ils sont plus que des simples récepteurs d'une information que quelqu'un a jugée bonne pour eux. Un tel changement d'orientation n'est rien de moins qu'une révolution pour les musées.

Mon travail dans le secteur du développement durable m'a amené à croire qu'une bonne partie des efforts concentrés jusqu'à présent en biologie environnementale, en économie mondiale, en droit international, dans les accords intergouvernementaux, etc. ne mèneront pas l'humanité à la durabilité, À MOINS QUE les individus de la base ne sentent qu'ils font partie du processus. Et ce processus doit respecter un sens du passé (aux niveaux individuel et collectif), la réalité du présent (aux niveaux individuel et collectif) et les options de l'avenir. Dans ce domaine, les musées peuvent jouer un rôle critique : ils ont des collections et des aperçus qui peuvent fournir un accès aux expériences et à la sagesse du passé, des objets qui peuvent aider à se concentrer sur les questions contemporaines et des espaces qui peuvent rassembler les gens pour imaginer un avenir acceptable et travailler à sa réalisation. Cependant, si les musées continuent à parcourir les sentiers centrés sur les objets, où ils ont longtemps marché, les rôles culturels critiques liés à la durabilité seront probablement joués, pour le meilleur ou pour le pire, presque exclusivement par le secteur privé (par l'intermédiaire des mass media et des intérêts commerciaux, qui interviendront de toute façon) et par les gouvernements. Mais les musées ont l'occasion de jouer un rôle plus central dans la négociation et la réalisation de notre avenir collectif que celui qu'ils ont joué dans le passé.

Le défi à relever par les musées est plus grand qu'un changement de position et de vision philosophiques; il exigera également de nouvelles compétences. Comme l'a révélé le rapport du groupe de travail sur les ressources humaines de l'Association des musées canadiens⁵ publié en 1997, il faut beaucoup de compétences de base pour faire fonctionner une organisation culturelle. À mon avis, beaucoup de ces compétences de base, notamment celles qui sont liées à la « vision », à la « valorisation de la diversité » et à la « gestion du changement », sont actuellement absentes dans le monde des musées. De plus, la connaissance de la dynamique de l'expérience symbolique, le façonnement de l'identité, l'évaluation et la compréhension des besoins communautaires, l'élaboration de liens de communication vigoureux avec les personnes et la création de pôles d'attraction pertinents ainsi que de lieux de rencontre pour échanger des idées, sont des fonctions pour lesquelles les musées ont très peu d'expérience et très peu de compétences, mais qui pourtant semblent critiques si les musées doivent s'engager de façon significative dans la vie contemporaine.

Si le monde des musées décide qu'il veut obtenir un rôle pertinent à l'aube du 21^e siècle en adoptant une vision centrale du développement durable, il aura beaucoup de travail à faire pour entreprendre les nombreux changements nécessaires dans ses pratiques et dans ses indicateurs de rendement et pour acquérir de nouvelles compétences professionnelles. Le défi est redoutable, mais les besoins et les possibilités à exploiter sont immenses.

Notes :

- 1 Par exemple, Statistiques Canada révèle que plus de 25 millions de personnes ont visité des musées canadiens en 1994 et que le total des budgets consacrés à ces musées était de plus de 588 millions de dollars.
- 2 Fenger, Anne-Marie, Performance Measurement for Canadian Museums, mémoire de recherche de MBA non publié, Université Simon Fraser, 1994, p.61.
- 3 LEAD International (Leadership for Environment and Development) a été fondé après le Sommet de la Terre tenu à Rio en 1992. Financé principalement par la Fondation Rockefeller, LEAD englobe actuellement plus de 40 pays dans un réseau de spécialistes de diverses disciplines qui se sont tous engagés à réaliser un avenir durable pour la planète, sur le plan environnemental, social, économique, spirituel et politique.
- 4 Un exemple d'exposition dont le but est de soulever des questions plutôt que de déclarer des vérités est l'exposition présentée au Centre des sciences de l'Ontario (Canada) qui a pour titre « La vérité en question » et qui explore les relations entre les sciences, les races et les préjugés.
- 5 La main-d'oeuvre de l'avenir : les compétences nécessaires au milieu des musées canadiens, Ottawa, Association des musées canadiens, 1997.

Lectures suggérées :

Cameron, Duncan F. The Museum, a Temple or the Forum Curator 14, no 1, 1971, pp. 11-24.

Profil des Canadiens consommateurs d'art, Ministère du Patrimoine Canadien, 1992.

Excellence and Equity : Education and the Public Dimension of Museums, Washington, D.C., American Association of Museums, 1992.

Fenger, Anne-Marie. Performance Measurement for Canadian Museums, Mémoire de recherche de MBA non publié, Université Simon Fraser, Vancouver, 1994.

Ryan, William F. Culture, Spirituality and Economic Development, Ottawa, Centre de recherches pour le développement international, 1995.

La main-d'oeuvre de l'avenir : les compétences nécessaires au milieu des musées canadiens, Ottawa, Association des musées canadiens, 1997.

Notre diversité créatrice, Rapport de la Commission mondiale de la culture et du développement, France, UNESCO, 1995.

Worts, Douglas, « L'évaluation des risques et possibilités du projet Oh! Canada », Muse, vol. XV, no 2, Ottawa, Association des musées canadiens, 1997, pp. 19-30.

Worts Douglas, « Extending the Frame: Forging a New Partnership with the Public », Art in Museums, sous la direction de Susan Pearce, London, Athlone Press, 1995, pp. 165-191.