

Les Suisses sont friands de musées

Autor(en): **Krill, Marie-Jeanne**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Horizons : le magazine suisse de la recherche scientifique**

Band (Jahr): - **(2003)**

Heft 59

PDF erstellt am: **14.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-971362>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Les musées suisses agissent comme un aimant sur les visiteurs - ici au Musée de la photo à Winterthur (à gauche), à la collection Hauser et Wirth à Saint-Gall (à droite) et au Musée d'art d'Aarau - et le public est beaucoup plus mélangé qu'ailleurs.



Les Suisses sont friands de musées

Avec en moyenne une visite par mois, ils sont quatre fois plus assidus que les Français, révèle l'enquête menée par une équipe de chercheurs de l'Université de Lausanne auprès de plus de deux mille amateurs d'expositions et de collections en tout genre.

PAR MARIE-JEANNE KRILL
PHOTOS KEYSTONE

L'offre de distractions n'a jamais été aussi riche. Et pourtant les Suisses continuent à accorder leurs faveurs à un loisir que l'on pourrait de prime abord juger un peu suranné: la visite de musée. Mieux, celle-ci connaît un véritable engouement depuis une vingtaine d'années avec la multiplication du nombre de ces institutions culturelles, près de mille aujourd'hui, cent de plus qu'il y a dix ans et dix fois plus qu'il y a cent ans. Mais qui sont tous ces gens qui se bousculent dans les musées et qu'y cherchent-ils? C'est ce qu'ont tenté de savoir la sociologue Arlette Mottaz Baran et son équipe, en interrogeant responsables et visiteurs au moyen d'un questionnaire très fouillé. Avec à la clé des résultats qui font de la Suisse un cas pour le moins à part.

On apprend ainsi que la fréquentation des musées n'est pas réservée chez nous à une élite. Le public est beaucoup plus mélangé qu'ailleurs, avec certes une bonne part d'universitaires, mais aussi de personnes ne disposant que d'une formation élémentaire. Une hétérogénéité que l'on



retrouve également au niveau de l'âge, la moyenne se situant autour de 49 ans, et du sexe, bien que les femmes soient légèrement plus nombreuses que les hommes.

Une visite par mois

Avec en moyenne une visite par mois, les Suisses sont particulièrement assidus, quatre fois plus que les Français par exemple. Se rendre au musée est même l'activité culturelle et de loisirs la plus fréquente pour les visiteurs interrogés, devant le cinéma. Et fait surprenant, cette activité se

pratique plutôt la semaine que le week-end, avec cependant un pic le dimanche.

Les motivations des visiteurs sont en revanche largement identiques à celles qui ont été mises en évidence dans d'autres pays. On y décèle une envie de se faire plaisir, de se détendre, mais aussi et surtout de se cultiver. La grande majorité d'entre eux refuse en effet d'associer le musée à un lieu de divertissement. «On est très loin d'une conception purement consumériste de la pratique muséale. Ce qui devrait interpeller certains responsa-



On fréquente les musées pour se faire plaisir, se détendre, mais aussi et surtout pour se cultiver.



bles qui voient essentiellement leur institution comme un lieu de consommation et d'animation culturelle», fait valoir Arlette Mottaz Baran.

Les visiteurs ont par ailleurs une conception plus active et dynamique de la mission du musée que les responsables. Selon eux, ce dernier n'est pas seulement censé transmettre des connaissances et un patrimoine, mais aussi stimuler l'esprit critique et la créativité, inciter à la découverte. Ils insistent de plus sur la démocratisation de l'accès à ce patrimoine, celui-ci devant être mis au service d'un public aussi large que possible.

L'image du musée-temple qui se bornerait à léguer des objets et des coutumes du passé est largement battue en brèche par cette étude. « C'est bien plutôt l'image



Plus de deux mille visiteurs questionnés

Première du genre à avoir été effectuée en Suisse, la recherche dirigée par Arlette Mottaz Baran avait essentiellement pour objectif d'identifier le public actuel des musées suisses (profil, pratiques, motivations et aspirations) et de contribuer à une compréhension du sens de la visite muséale et des missions du musée. Cette étude est toutefois aussi un instrument à l'usage de l'Association des musées suisses. En mettant à leur disposition des données nationales sur les visiteurs, elle devrait en effet permettre aux responsables de ces institutions d'optimiser des stratégies de gestion et de mise en valeur du patrimoine.

Ces données recueillies dans l'ensemble du pays sur un échantillon représentatif de quelque 100 musées et plus de deux mille visiteurs devraient enfin permettre à la Suisse de participer à des programmes de comparaison internationale. Ce qui n'était pas possible jusqu'ici, faute d'informations fiables à l'échelle nationale.



C'est l'intérêt pour le thème qui motive principalement les visiteurs. Photos de haut en bas: Musée d'art contemporain à Zurich, Musée Tinguely à Bâle, ancien Pénitencier à Sion, Musée de la communication à Berne.

du pont qui émerge, relève la chercheuse. Le musée joue le rôle de passerelle entre des réalités spatio-temporelles diverses, passerelle dotée de suffisamment de légitimité sociale pour que les individus cherchent à s'en inspirer pour élaborer leur propre grille de lecture du monde environnant.»

La visite du musée apparaît enfin avant tout comme une pratique de sociabilité. L'idée d'un musée du futur purement virtuel, c'est-à-dire uniquement par réseau et ordinateur, ne semble ainsi pas correspondre à la représentation qu'une majorité de répondants se fait de cette institution culturelle. Ils estiment en effet qu'un tel musée constituerait un facteur d'isolement.

Ancrage identitaire

Reste à expliquer le formidable engouement des Suisses pour ce loisir. Le rapport de proximité «immédiat» entre l'objet, le message proposé et le visiteur pourrait être un élément explicatif. Contrairement aux autres médias généralistes, le musée propose généralement une information thématique plus spécialisée et plus exhaustive. Et cet engouement pourrait être l'indicateur d'une nouvelle demande en matière d'information, une information caractérisée par le fait qu'elle donnerait le sentiment d'être choisie par les personnes en fonction de leurs intérêts spécifiques. Cette idée de choix individuel qui semble caractériser la fréquentation de tel ou tel musée se retrouve effectivement dans ce qui est désigné par une majorité de visiteurs, et quel que soit leur profil sociologique, comme l'une des principales raisons de leur visite: l'intérêt pour le thème.

Selon la sociologue lausannoise, la pratique muséale pourrait toutefois également constituer une réponse à l'individualisation des modes de vie. C'est en tout cas l'hypothèse qu'elle formule.

Face à la multiplicité des valeurs et des cadres offerts par la société actuelle, la visite du musée répondrait ainsi à un besoin d'ancrage identitaire collectif et de maintien ou de renforcement du lien social, ceci d'autant plus que la plupart de ces établissements ont en Suisse une très forte implantation régionale et locale. ■