

LE PUBLIC: UN ENJEU DES MUSÉES CONTEMPORAINS

Catherine BALLÉ

L'importance du public pour les musées contemporains n'est plus à démontrer comme en témoignent les brochures muséales qui se félicitent du nombre croissant de visiteurs et les records de fréquentation des «grandes» expositions: Van Gogh, Memling ou Vermeer. Les musées dont l'influence était traditionnellement liée à la qualité, la rareté ou l'extension de leurs collections — en particulier pour les musées d'art — acquièrent dorénavant leur notoriété par les manifestations temporaires qu'ils organisent, le réaménagement des espaces consacrés au public qu'ils opèrent, l'évènement médiatique que chaque nouveau projet constitue (le Centre Georges-Pompidou, le Grand Louvre, l'East Wing de la National Gallery of Art à Washington, la Sainsbury Wing de la National Gallery à Londres). Tout concorde désormais pour suggérer que le succès public est essentiel à la légitimité politique, culturelle, économique et sociale des musées.

Quelle signification donner à une telle évolution? Est-ce un simple «rattrapage» d'une finalité publique qui n'avait pu trouver sa pleine réalisation pour des raisons de société au XIX^e siècle et d'opportunité depuis le début du XX^e? Ce phénomène obéit peut-être à un processus de normalisation et de modernisation qui ajuste tardivement les institutions culturelles aux autres organisations, publiques ou privées. Ou bien ne s'agit-il pas plutôt d'une redéfinition de la vocation patrimoniale, culturelle et sociale du musée qui relève d'une évolution inachevée? Autant de questions auxquelles il est malaisé de répondre car toutes renvoient à une transformation dont l'analyse est frag-

mentaire et l'interprétation sujette à caution. Trois difficultés se conjuguent.

Tout d'abord, caractériser la spécificité du changement en cause s'est avéré une tâche hasardeuse. La situation des musées s'est considérablement modifiée, mais quelle est la nature et l'ampleur de cette transformation? La prise en compte d'une évolution plus large serait à cet égard très utile car elle permettrait d'interpréter le présent à la lumière du passé. Or, cette mise en perspective n'est pas toujours possible. Une conception en quelque sorte désincarnée du musée a conduit à négliger les dimensions plus institutionnelles de son histoire. Il est fréquemment admis que la vocation publique est un phénomène récent, lié à la modernité.

De plus, les travaux de sciences humaines qui portent plus directement sur l'actualité du musée — particulièrement la sociologie et la psychologie sociale — se sont attachés à l'examen quasi exclusif des pratiques du public. La réflexion sur le musée s'est ajustée à la demande des praticiens concernés par la fréquentation de leurs établissements et des services de l'administration publique chargés d'évaluer les politiques culturelles. La sociologie des musées qui s'est ainsi développée est, en fait, une sociologie des publics. Cette définition du champ a permis de mettre en évidence le caractère inédit de la participation muséale dans les sociétés démocratiques. Mais cet angle de vue a dans une certaine mesure gommé la complexité du système d'interaction dans lequel les pratiques culturelles s'inscrivent: intervention des pouvoirs publics, mise en œuvre de projets et programmes muséaux, regain d'intérêt accordé aux lieux patrimoniaux. La question du public a acquis une autonomie apparente, à la fois artificielle et exagérée, qui a paradoxalement limité l'analyse de la fonction publique — ou sociale — des musées aujourd'hui.

Enfin, les changements survenus au cours des trente dernières années ont modifié profondément les conditions dans lesquelles s'exerce l'activité du musée. Régi traditionnellement par des normes patrimoniales, il est de plus en plus confronté à des impératifs culturels, économiques et sociaux. Le musée est devenu une organisation complexe qui, par ses décisions, modè-

le non seulement son fonctionnement actuel mais définit son développement futur. Le public fait l'objet de choix, de stratégies et de politiques. Connaître les conceptions, projets et actions des professionnels des musées permet de mieux appréhender la place accordée au public et les implications de cette offre culturelle pour leur avenir.

Le public a été une donnée implicite, sans doute négligée, du musée pendant près de deux siècles. Dans les années 70, il est un thème de mobilisation, d'action et d'innovation dans le cadre du développement culturel. Vingt ans plus tard, la valeur qui lui est attribuée connaît à nouveau une révision pour le moins inattendue: de projet il est devenu nécessité. Le public est désormais un enjeu majeur des musées contemporains. Nous retracerons ici la logique de ce processus de redéfinition institutionnelle.

1. Une vocation publique

Il est fréquemment admis que la notion de public est récente. Cette opinion est sans doute étayée par le fait que le musée représente, dans une large mesure, un héritage matériel — qu'il s'agisse des objets ou des bâtiments. Cette représentation est en outre confortée par l'intérêt que porte l'histoire de l'art ou des sciences aux œuvres et aux collections. Plus récemment, les historiens ont élargi leur champ d'investigation et examiné les conditions de production de l'art et de la science, de réception des œuvres ou de l'intérêt pour la connaissance, situant le musée dans le contexte — intellectuel, scientifique, artistique, politique, économique et social — qui est le sien. Une telle orientation scientifique donne alors du musée une image à la fois plus riche et nuancée. Poulot (1983: 13) écrit sur ce point:

[...] je voudrais signaler que l'interrogation sur le but des musées n'est pas propre à notre temps. Elle n'est pas non plus apparue avec le «mal des musées» de l'après-guerre. J'irai jusqu'à dire que cette inquiétude est née avec le musée lui-même [...].

La création des premiers musées — ou plus exactement la constitution des collections — obéit au système culturel et social des sociétés monarchiques.

[...] la monarchie ressent la collection comme un instrument du prestige de la dynastie. La formation d'une collection est l'expression d'un rang à défendre et constitue un accroissement du patrimoine. (Poulot 1983: 14-15)

Le souci de prestige est partagé par un premier cercle de collectionneurs et d'amateurs des cours — royales, princières, ecclésiastiques — et, dans certains pays, par les notables. Ces personnalités ont en commun la volonté de posséder, montrer, comparer et voir. Il s'agit certes d'un «milieu» très restreint, si l'on considère sa place dans chaque pays, mais à l'échelle de l'Europe ce milieu formait en fait un ensemble beaucoup plus large au sein duquel s'opéraient de nombreux échanges artistiques, scientifiques et culturels.

Le prestige n'est pas la seule finalité de la constitution d'une collection; s'y ajoute la curiosité à l'égard du passé ou du présent, indissociable d'un goût pour la science ou l'art qui concerne une communauté encore plus étendue. Aussi l'accès des collections royales ou princières est-il octroyé, revendiqué, voire négocié. Ainsi, en France,

[I]e Salon fut la première 'exposition temporaire' d'art vivant. Organisée à partir de 1667 par l'Académie royale de peinture et de sculpture, cette manifestation se tient au Louvre à partir de 1699, dans la Grande Galerie [...]. A partir de 1725 et pour plus d'un siècle, l'exposition a lieu dans le Salon carré, qui lui donne son nom. (Schaer 1993: 44)

En 1750,

[...] le roi Louis XV a fait une concession: une galerie du palais du Luxembourg est ouverte au public, le mercredi et le samedi [...]. (Schaer 1993: 46)

Le musée remplit une fonction d'enseignement tant dans le domaine des arts que dans celui des sciences. Par exemple, le

Jardin des Plantes — qui deviendra en 1793 le Muséum National d'Histoire Naturelle — répond, dès sa création en 1635, à trois missions: «recherche, thésaurisation et éducation» (Van Praët 1991: 104). Pour Van Praët (1991: 104) l'ouverture des collections correspond à une «décision du pouvoir politique de réduire le décalage» en matière de connaissance scientifique entre savants et non initiés «pour des motifs économiques, sociaux ou idéologiques». Dans le domaine des arts, «l'œuvre d'art est le vrai maître de l'artiste [...] et la finalité des premiers musées européens, au cours du XVII^e-XVIII^e siècles, est académique» (Poulot 1983: 15). Mais on voit «un nombre croissant de demi-savants, demi-écrivains, demi-érudits et demi-artistes, produits de la croissance économique et d'une certaine propagation de l'instruction demander le libre accès aux objets, aux livres, aux tableaux» (Poulot 1983: 16). Un public, au sens moderne du terme, se constitue à la fin du XVIII^e siècle.

Ainsi, le musée possède une multiplicité de finalités publiques que ses fondateurs et promoteurs lui ont données volontairement ou sous la pression des milieux concernés par l'art, la science et la culture. L'idée d'ouvrir les collections au public se diffuse en Europe: en France, projet d'ouverture de la Grande Galerie du Louvre en 1779; en Allemagne, ouverture de la collection de peinture de l'Electeur de Bavière en 1783 à Munich; en Italie, ouverture de la Galerie des Offices à Florence vers 1780; en Autriche, ouverture du Belvédère à Vienne «à tout visiteur pourvu qu'il ait des souliers propres» (Schaer 1983: 48). «A la veille de la Révolution française, le musée public est devenu une institution nécessaire dont l'avènement semble, un peu partout, à peu près inéluctable» (*ib.*).

La Révolution française formalise une conception démocratique du musée qui implique la responsabilité patrimoniale de l'Etat et celle du musée à l'égard des citoyens. Modèle qui, selon Poulot (1994: 11), déterminera l'évolution du musée au cours du XIX^e siècle:

Les deux aspects ainsi définis du patrimoine s'inscrivent après la Révolution dans la longue histoire des rapports de l'Etat à la société civile [...] En d'autres termes, son statut nous paraît moins ressortir à la transmission par le fait de survivance, à l'entretien par routine ou

activités coutumières, qu'à une intervention publique toujours préoccupée d'emblèmes et de symboles.

Au XIX^e siècle, «l'institution muséale conserve ses rôles de collection, de création et de développement du savoir, de prestige également. Elle renforce sa mission d'éducation et acquiert celle de protection du patrimoine. Enfin, elle aide les peuples d'Europe à prendre conscience de leur identité» (Rivière 1989: 51). Les musées, — comme d'ailleurs les bibliothèques, les salles d'opéra et les théâtres — connaissent un grand succès, expression de la suprématie de la culture occidentale, de la puissance des Etats et du progrès des sociétés. Le musée acquiert, en outre, une autonomie de localisation qui le transforme définitivement en espace public et favorise, lors des nouvelles constructions, l'adoption de formes architecturales consacrées à cette vocation. Rivière (1989: 52) écrit à propos de l'Altes Museum, inauguré à Berlin en 1830:

Le style néo-classique de sa façade a servi de modèle à de nombreux musées du XIX^e siècle en Europe et en Amérique: ordonnance solennelle, préparant déjà le visiteur à cette ambiance de temple dont on leur fait aujourd'hui grief.

La sphère d'influence des musées s'élargit et s'étend à d'autres pays, particulièrement aux Etats-Unis (DiMaggio 1982). De nouveaux amateurs et experts apparaissent — conservateurs, bibliothécaires, archivistes. L'intérêt individuel pour l'art et les sciences s'accompagne d'une activité culturelle plus collective dans le cadre des sociétés savantes qui se développent dans de nombreuses villes.

Le musée à vocation universelle et le temple des arts ou des sciences qui lui est associé se généralisent. Mais le principe d'une «ouverture à tous» rencontre des résistances considérables que concrétisent les innombrables restrictions réglementaires dont il fait l'objet. S'instaure et se maintient un divorce manifeste entre l'idéal démocratique et la pratique muséale. Ceci est particulièrement vrai pour les musées d'art, destinés en priorité aux artistes et dans lesquels «le grand public n'y a accès que le dimanche». Des projets à caractère social prennent alors nais-

sance, destinés à rapprocher la culture, la science et la technique d'un public plus large. Tel est le cas des Grandes Expositions, d'une part, et de différentes initiatives culturelles en faveur des catégories sociales les plus défavorisées. Un exemple particulièrement significatif de ce mouvement de vulgarisation est l'organisation d'expositions de peinture contemporaine à partir de 1881 à Londres, au cœur du East End, dans l'école paroissiale — Whitechapel — de St. Jude (Koven 1994). La même volonté de démocratisation et de moralisation inspire, en Grande-Bretagne, la création d'un grand nombre de musées dans les villes qui s'industrialisent (Clarke 1991). En conséquence, les musées se multiplient. A partir de la seconde moitié du siècle, «l'utilité sociale du musée public devient une sorte d'évidence» (Schaer 1993: 86).

L'héritage légué par le XIX^e siècle, «âge d'or des musées», est ambivalent et même contradictoire en ce qui concerne leur vocation publique. Ambivalence et contradictions se renforcent tout au long du XX^e siècle car, comme le souligne Rebérioux (1991: 123-124), «le XX^e siècle n'a pas été favorable aux musées. Replié longtemps sur les seuls Beaux-Arts — une évolution qui a commencé à la veille de la Grande guerre et qui n'a été brisée que depuis une vingtaine d'années — ils sont devenus lieux de délices pour les élites et sanctuaires patrimoniaux». Des avancées culturelles doivent être associées à la création de musées de science et technique entre les deux guerres — le Palais de la Découverte à Paris ou le Deutsches Museum à Munich — et à l'exploration d'une muséologie nouvelle par G.-H. Rivière — à l'origine d'une révision ultérieure des musées d'ethnographie et de la création des écomusées (Desvallées 1989).

Néanmoins, la représentation du musée qui s'est forgée depuis le début du siècle lui donne, dans les années d'après-guerre, une connotation d'archaïsme et de conservatisme. Dans les pays où le contexte muséal est à dominante publique cette image est attribuée à une administration passéiste et inefficace. Lorsque l'environnement national obéit plutôt à une logique privée le musée constitue une zone protégée du social, à l'écart du processus de rationalisation, modernisation et économisation qui

remodèle l'ensemble des autres organisations, entreprises privées ou administrations publiques. Le musée est critiqué avec violence dans une tradition intellectuelle qui associe ce lieu patrimonial à la mort des œuvres et aux ruines (Déotte 1993) laissant même présager la fin du musée (Dubuffet 1968). Dans *L'Amour de l'art*, Bourdieu/Darbel (1969) montrent que la fin du musée est moins liée à son rôle patrimonial qu'à la conception élitiste de sa mission culturelle. Le musée est dès lors stigmatisé comme une institution désuète, inadaptée et inacceptable dans une société en quête de valeurs démocratiques. La rupture des années 70 renforce cette mise en cause et, pour les musées comme pour la société, la notion de «crise» prédomine.

2. La logique du développement

Par un renversement inattendu, cette critique va — dans les années 70-80 — nourrir un projet culturel de diffusion et de démocratisation qui sera, à son tour, le moteur d'un processus de développement d'une très grande envergure (Ballé 1987). Le principe de l'accès à tous est adopté au plan international. Il figure à l'article 27 de la déclaration universelle des droits de l'homme de l'ONU: «Toute personne a le droit de prendre part librement à la vie culturelle de la communauté et de jouir des arts». Ce même principe est repris dans les réunions successives de l'UNESCO. En 1982, la déclaration de Mexico relative aux politiques culturelles rappelle que «l'accès à la culture ne saurait non plus être restreint par les origines, la position sociale, le niveau d'instruction, la nationalité, l'âge, la langue, le sexe, la religion, l'état de santé ou l'appartenance à une minorité raciale ou à un groupe marginal». Cette position est réaffirmée par les ministres européens chargés des Affaires culturelles dans le cadre de la construction de l'Union Européenne (Niec). Le projet de démocratisation culturelle anime les innombrables programmes mis en œuvre en vue de rapprocher le musée du public et le public du musée. Développement culturel et développement muséal sont non seulement étroitement associés, ils sont quasiment indissociables.

Tout d'abord, le patrimoine et les musées font l'objet d'un réinvestissement des pouvoirs publics dont la légitimation est le service offert au public. Les budgets culturels des pays indiquent que la culture est désormais une préoccupation nationale qui tout en demeurant financièrement marginale est néanmoins emblématique des Etats démocratiques. Dans les années 90, les différents pays de la Communauté Européenne consacrent en moyenne 19,1 Ecus par habitant à la culture. Au Danemark ce montant était de 36 Ecus; aux Pays-Bas 34,1; en France 26,5; en Belgique 22,8; 22,3 en Allemagne et en Italie; en Espagne 14,7; en Grande-Bretagne 7,9; au Portugal 5,4 (Clarke 1991: 290). Parallèlement, l'administration culturelle s'est considérablement étoffée et favorise la professionnalisation des métiers de la culture (Caillet 1995). Les musées du secteur public, souvent les plus importants et les plus prestigieux, élaborent de «grands» projets de réaménagement. Au-delà du secteur public, les aides financières de l'Etat déterminent, dans bien des cas, la réalisation d'un grand nombre d'initiatives culturelles.

L'intérêt des collectivités locales à l'égard de la culture — et du patrimoine — a été traditionnellement très faible. Les déséquilibres entre capitales et régions ont suscité des politiques de décentralisation. Globalement une tendance à l'autonomie culturelle s'affirme. De nombreuses villes prennent conscience de leur responsabilité patrimoniale et de la nécessité d'une prise en charge locale. Le patrimoine culturel longtemps tenu pour un handicap est progressivement considéré comme une ressource du développement touristique. Le public ou plus exactement les publics — internationaux, nationaux et locaux — sont une composante essentielle du musée dans une perspective de développement local.

Ce mouvement touche également les musées dont le statut est privé. Dans différents pays, en effet, de nombreux musées sont privés (Grande-Bretagne, Pays-Bas ou Etats-Unis). Il en est ainsi des musées «indépendants» en Grande-Bretagne, des musées appartenant à des «fondations» aux Pays-Bas et à l'Eglise en Italie, des musées d'associations en Allemagne. L'extension de l'infrastructure muséale a renforcé la proportion

relative de musées privés et a entraîné l'amélioration des services culturels qu'ils offrent au public.

L'augmentation du nombre de musées est le trait majeur de l'évolution qui se dessine. De 1960 à 1990, ce chiffre a évolué: en Allemagne, de 1000 à plus de 4000; en France et en Grande-Bretagne, d'environ 1000 à plus de 2000 — et dans les deux cas ce chiffre «officiel» est sans doute inférieur au nombre «réel» de musées. Aux Etats-Unis, la croissance a été pour la même période de 2000 à près de 5000. Cette augmentation n'est pas identique pour toutes les catégories de musées. Il y a, par exemple, un accroissement notable des musées de sciences humaines: musées d'histoire, de société, de civilisation. Il en est de même des musées techniques et spécialisés. Dans le secteur de l'art, des musées d'art moderne et des centres d'art contemporain ont été créés. La diversification change le rapport entre les différents musées. Au début du siècle, il y avait approximativement autant de musées d'art que d'autres types de musées; dorénavant près de 20% des musées sont des musées d'art et 80% correspondent aux autres collections, à l'exception des pays qui possèdent un patrimoine artistique et archéologique particulièrement important. Par ailleurs, l'extension et la diversification des musées modifient leur répartition territoriale (Ballé/Poulot à paraître).

L'attention accordée à la mission culturelle du musée a changé radicalement sa physionomie. Les espaces publics ont fait l'objet de réaménagements importants. De nouveaux services destinés à l'accueil du public ont été créés. Les prestations offertes au public se sont généralisées et diversifiées: expositions pour amateur éclairé ou initié, colloques réservés aux spécialistes — professionnels, chercheurs et universitaires — activités pédagogiques et visites scolaires, prise en charge des groupes et accueil du grand public, national ou international. Les musées se sont modernisés, leurs activités ont été étendues et démultipliées, leur personnel s'est étoffé et diversifié, leur administration s'est rationalisée et leur organisation est devenue plus complexe.

L'affirmation de la vocation publique des musées et des liens privilégiés avec le ou les publics, la ou les communautés se traduit par un souci de promotion culturelle. Des relations plus

étroites sont nouées avec les milieux scientifiques, administratifs ou politiques. La nécessité de revoir le financement des musées est l'occasion d'établir des contacts avec une multiplicité d'instances — entreprises, administrations et mécénats divers. La volonté de renforcer l'interaction entre le musée et son environnement est une préoccupation explicite et l'ancrage social du musée est désormais une donnée incontournable.

3. Le succès d'un projet

Les musées sont allés vers leurs publics, mais ceux-ci se sont également rendus au musée comme le rappellent Gottesdiener/Mironer/Davallon (1993: 13): «les musées connaissent un développement rapide avec le soutien du public». Ou bien encore, selon McManus/Miles (1993), les musées proposent un service et, en obéissant à la loi du marché, le public fait son succès. De même Bayart/Benghozi (1993: 13) considèrent que «les musées vont d'ailleurs au devant d'une demande du public qui préexiste». Pour Schuster (1993) le succès des musées correspond surtout à un changement de valeurs, de représentations et de pratiques. Cette tendance est partagée par la majorité des pays occidentaux tant en Amérique du Nord qu'en Europe. En 1960, la fréquentation des musées nationaux en France était de 5 millions, elle est de l'ordre de 14 millions en 1992. En Italie, l'évolution du nombre de visiteurs des monuments et musées nationaux était de 18 millions en 1979; ce nombre s'élève à 30 millions en 1989. Aux Pays-Bas la fréquentation des musées était de 2,6 millions en 1950. En 1987, elle atteint 19 millions. En Norvège, le nombre de visiteurs a augmenté de 2,3 à 6 millions. En Finlande, la fréquentation qui était de 19% en 1972 est de 35% en 1981. En Autriche, on assiste à une augmentation similaire de 20 à 48%. La fréquentation a presque doublé entre 1970 et 1990 dans tous les pays européens. Une personne sur trois se rend annuellement dans un musée (Guy 1991 et Ballé/Poulot à paraître).

La place du musée dans les pratiques culturelles indique qu'il s'agit d'une proportion limitée mais stable de la population. En

effet, les musées et les monuments historiques occupent toujours une place importante dans les «sorties» culturelles, familiales ou individuelles. La fréquentation des musées d'art concerne «1/5 à 1/4» de la population (Schuster 1993). Les caractéristiques des publics présentent une très grande similitude. Le public des musées se caractérise par un niveau élevé d'éducation, de statut social et de revenu. Néanmoins, une analyse plus approfondie de la fréquentation d'autres musées que les musées d'art conduirait à corriger une représentation trop homogène, car étudié dans cet ensemble plus vaste, le public semble être plus différencié (Edeilman 1992).

Cependant les spécialistes s'accordent pour dire que le public entre encore au musée par une porte très étroite. La culture savante n'est plus interdite au plus grand nombre mais son accès est toujours difficile. Le musée participe ainsi à une exclusion culturelle, sans cesse renouvelée, de certains groupes sociaux. Mais, compte tenu des chiffres de la culture, il est peut-être légitime de se demander dans quelle mesure cette thèse est encore d'actualité. N'est-elle pas inspirée d'un projet de démocratisation largement dépassé? C'est ce que suggère une approche «marketing» du musée selon laquelle le public est désormais le «grand» public et, par conséquent, le musée s'adresse bien à l'ensemble de la population (Tobelem 1992). Dans une telle approche, chaque catégorie est prise en compte et devient une «cible» susceptible de faire l'objet d'un traitement particularisé: jeunes et adultes; hommes et femmes; scolaires, étudiants, salariés et retraités; clientèle locale, nationale, étrangère; cadres supérieurs, classes moyennes ou autres C.S.P.; membres de toutes les communautés ethniques ou religieuses; visiteurs individuels, en famille ou en groupe.

La généralisation de cette représentation du public dans les musées suscite de nombreuses critiques. Pour les uns, la relation spécifique des individus à la culture — qu'il s'agisse d'art ou de science — n'est pas suffisamment respectée. Les notions de goût, d'intérêt et de curiosité sont ignorées (Heinich 1986). De plus, l'expérience des visiteurs dans le musée est mal appréhendée et la très grande variété des pratiques de visite — de la délectation muséale à la consommation para-culturelle — sont

négligées (Gottesdiener 1987). Enfin, la différence culturelle dans une société pluraliste est largement sous-estimée (Zolberg 1994). Quoi qu'il en soit, un public important est venu au musée qui est, de ce fait, entré dans la logique du nombre.

4. Les contradictions d'un enjeu

L'attention accordée à la mission culturelle du musée s'est traduite par un succès, mais l'interprétation moderne de sa vocation publique soulève de vives polémiques. Malgré ou à cause de ce succès, les activités culturelles du musée sont à l'origine d'un désaccord profond dans les milieux de la culture — professionnels, responsables politiques et administratifs, intellectuels et amateurs. Clivages et conflits se sont même parfois renforcés: le succès a un prix comme l'a très justement montré le colloque *Art Museums and the Price of Success*¹.

Pour certains spécialistes, l'accent mis sur les activités culturelles porte préjudice à la vocation patrimoniale des musées, à savoir: la conservation des objets, l'approfondissement des connaissances, la mise en valeur des collections, la transmission d'un héritage artistique et culturel. Il favorise, en outre, une culture de masse au détriment de la culture savante. La multiplication de manifestations temporaires a privilégié l'événement et le spectaculaire. Cet engouement a donné naissance au souci de «mise en scène» des œuvres ou des objets, atténuant en quelque sorte la séparation traditionnelle entre le secteur du patrimoine et celui du spectacle. Une telle orientation a correspondu indubitablement au goût du public, comme en témoigne le succès des expositions. Mais l'organisation quotidienne de l'éphémère a eu pour conséquence de mettre au second plan les préoccupations à plus long terme. Elle a ainsi détourné l'investissement institutionnel que requiert l'entretien et l'amélioration du permanent. La difficulté de trouver un équilibre entre ces deux pôles, théoriquement complémentaires mais dans la pratique souvent contradictoires, a été un facteur de tensions et de différends.

1 Gubbels & Van Hemel (éds), voir Schuster (1993).

L'élargissement du culturel a nécessité le recours à des expertises nouvelles. Différents discours se sont développés *sur* et *dans* le musée. Or, la pluralité des conceptions a conforté la coexistence de modèles distincts du musée: temple, école, centre culturel, espace de loisirs, entreprise patrimoniale. La création d'un grand nombre de musées, particulièrement dans le domaine de la société, a diversifié les préoccupations des milieux muséaux. Des divergences profondes se sont manifestées entre les musées. Cette tendance a multiplié les sujets de confrontation sur la vocation du musée. Des questions statutaires et réglementaires se sont posées. L'hétérogénéité des situations a entraîné des conflits dont la forme a varié selon les spécificités politiques et administratives, nationales ou locales. Par ailleurs, la taille, la fréquentation et la notoriété ont introduit de nouveaux écarts et de nouvelles distances. Ainsi, l'existence, en France, de musées à «deux vitesses», a étayé la thèse d'un développement culturel inégal.

Au sein des établissements, la diversité des cadres de référence s'est traduite par l'élaboration de stratégies et de politiques hétérogènes parfois antinomiques. Dans les musées qui ont toujours affirmé une vocation pédagogique ou une finalité de diffusion culturelle, comme les musées de sciences, les écomusées ou d'autres musées de sciences humaines, ces clivages sont peu marqués mais les discussions sur la dérive commerciale actuelle montrent qu'ils sont néanmoins présents. Dans les musées d'art, notamment les plus grands, des conceptions antagonistes opposent conservateurs, administrateurs, éducateurs ou médiateurs culturels, responsables de la communication et de la commercialisation.

La question économique est également au cœur de ces débats. Après avoir vécu pendant des décennies presque sans ressources, les musées drainent désormais des moyens non négligeables, voire considérables. Or, l'obtention de ces ressources suppose la mise en œuvre de programmes justifiant les investissements publics ou privés. Les musées se sont en quelque sorte développés à crédit. En conséquence, ils connaissent, même les plus «riches» et les plus prestigieux, des crises financières répétées. Leurs nouvelles possibilités financières sont à la fois

source d'opportunités et facteur de fragilité. Cette vulnérabilité est particulièrement critique quand le musée relève du «privé» ainsi que l'indique l'expérience des musées américains (Zolberg 1996). Lorsque l'intervention publique est plus déterminante, comme c'est fréquemment le cas en Europe, l'activité du musée dépend alors étroitement du politique et de ses aléas.

Les décisions concrètes reflètent souvent l'impossibilité de trouver des compromis entre exigences patrimoniales, objectifs culturels et contraintes économiques. Que le musée obéisse à une logique privée ou publique, il possède, à bien des égards, les traits d'une «entreprise» patrimoniale. La hiérarchisation des priorités liées à chacun de ces paramètres demande une projection dans l'avenir, la recherche d'un équilibre de valeurs ainsi qu'une capacité de concertation et de coopération que les musées ne semblent pas toujours — pouvoir ou savoir — acquérir et maîtriser. Dans un contexte où l'économie de la culture s'inscrit dans les pratiques, le public est à la fois fin et moyen. Les choix — individuels, collectifs ou institutionnels — révèlent alors des risques non négligeables de confusion et de dérive. Le public est devenu un enjeu institutionnel du musée.

L'accès limité des musées était l'une des critiques majeures de l'après-guerre. Leur accessibilité a été une priorité des programmes de mise en valeur et de création. Il est manifeste que l'objectif a été atteint: le musée vit pour et par le public. Le spectre du musée désaffecté ou «en voie de disparition» semble définitivement écarté et les critiques des années 60 sans objet. Les musées sont plus nombreux, ont plus d'activités, leurs prestations se sont notablement améliorées et leur public s'est considérablement étendu si ce n'est différencié et démocratisé. La conservation des objets bénéficie de moyens techniques plus adéquats, les collections ont été enrichies. La connaissance scientifique a été approfondie et consolidée. Le personnel s'est professionnalisé et, dans bien des cas, le cadre muséal est méconnaissable. La présentation des collections, l'organisation des manifestations et la création d'activités diverses a débouché sur une démultiplication des propositions culturelles. Les effets positifs de ce changement ne peuvent et ne doivent être sous-estimés. C'est, d'ailleurs, l'opinion que semble partager le

«public» qui, par son assiduité, a fait le succès récent des musées.

Les controverses dont le musée fait l'objet et dans lesquelles la question du public est centrale sont-elles le produit d'un regard nostalgique sur une pratique muséale qui appartient à un passé révolu — la découverte des musées au hasard d'une visite ou d'une promenade comme en témoignent les récits des voyageurs des siècles derniers, et la délectation des œuvres dans des salles fréquentées par un petit nombre d'amateurs, de savants ou d'artistes? Peuvent-elles être considérées comme transitoires, dues à un changement trop rapide et destinées à disparaître progressivement? Il est légitime de penser qu'elles sont l'expression d'une situation muséale qui s'est radicalement transformée, et de contradictions à la fois profondes et permanentes qui, comme le suggère Bell dans *Les Contradictions culturelles du capitalisme* (1979), sont inhérentes aux sociétés modernes ou post-modernes.

En conséquence, le futur des musées dépend de leur capacité à gérer ces contradictions: préserver leur vocation patrimoniale, satisfaire leurs objectifs culturels — éducation, délectation, ouverture à tous — et assurer une viabilité si ce n'est une rentabilité économique. Or, l'intégration de cet impératif économique aux fonctions patrimoniale et culturelle représente une source d'incertitude majeure. L'acceptation, sans doute inéluctable en raison du désengagement financier des pouvoirs publics, d'un tel enjeu par les musées contemporains ne saurait faire oublier que la responsabilité patrimoniale et culturelle est également — voire plus que jamais — celle des Etats et de la société dans son ensemble, c'est-à-dire du public des musées.

Centre de Sociologie des Organisations
19, rue Amélie
F-75007 Paris

Bibliographie

- BALLÉ C. (1987). Les nouveaux musées, une incidence institutionnelle de l'évolution culturelle. *Brises*, n° 12, 13-16.
- BALLÉ C. & POULOT D. (à paraître). *Les Politiques de public dans les musées européens*. Paris: La Documentation Française.
- BAYART D. & BENGHOZI P.-J. (1993). *Le Tournant commercial des musées*. Paris: La Documentation Française.
- BAZIN G. (1967). *Le Temps des musées*. Liège/Bruxelles: Desœr.
- BELL D. (1979). *Les Contradictions culturelles du capitalisme*. Paris: PUF.
- BOURDIEU P. & DARBEL A. (1969). *L'Amour de l'art*. Les musées européens et leurs publics. Paris: Minuit.
- CAILLET E. (1995). *A l'approche du musée, la médiation culturelle*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon.
- CLARKE R. (1991). Government Policy and Art Museums in the United Kingdom. In: M. Feldstein (éd.), *The Economics of Art Museums*. Chicago: The University of Chicago Press, 271-325.
- DÉOTTE J.-L. (1993). *Le Musée, l'origine de l'esthétique*. Paris: L'Harmattan.
- DESVALLÉES A. (1989). Le défi muséologique. In: *La Muséologie selon G.-H. Rivière*. Paris: Dunod, 345-367.
- DIMAGGIO P. (1982). Cultural Entrepreneurship in Nineteen Century Boston; the Creation of an Organizational Base for Culture in America. Part 1 & 2. *Media, Culture and Society*, 4, 33-50, 303-322.
- DUBUFFET J. (1968). *Asphyxiante culture*. Paris: Pauvert.
- EDEILMAN J. (1992). Qui fréquente les musées à Paris? *Publics & Musées*, n° 2, 19-49.
- GOTTESDIENER H. (1987). *Evaluer l'exposition: Définitions, méthodes et bibliographie commentée d'études d'évaluation*. Paris: La Documentation Française.
- GOTTESDIENER H. & MIRONER L. & DAVALLON J. (1993). France: un développement rapide avec le soutien du public. *Museum International*, 45, n° 178, 13-19.

- GUY J.-M. (1991). Les pratiques culturelles en Europe. In: *Participation à la vie culturelle en Europe*. Paris: La Documentation Française, 23-106.
- HEINICH N. (1986). La sociologie et les publics de l'art. In: R. Moulin (éd.), *Sociologie de l'art*. Paris: La Documentation Française, 267-278.
- KOVEN S. (1994). The Whitechapel Picture Exhibitions and the Politics of Seeing. In: D. Sherman & I. Rogoff (éds), *Museum Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 22-48.
- MCMANUS P. & MILES R. (1993). Royaume-Uni: la loi du marché. *Museum International*, 45, n° 178, 26-32.
- NIEC H. The Concert of Culture in the Context of Human Rights. *Human Rights and Cultural Policies in a Changing Europe*. The Right to Participate in Cultural Life, Helsinki, 30 avril 1993- 2 mai 1993, communication dactylographiée.
- POULOT D. (1983). Les finalités des musées du XVII^e siècle au XIX^e siècle. In: *Quels musées, pour quelles fins, aujourd'hui?* Paris: La Documentation Française, 13-33.
- POULOT D. (1994). *Bibliographie de l'histoire des musées de France*. Paris: C.T.H.S.
- REBÉRIOUX M. (1991). Le musée lieu d'apprentissage. In: *Le Futur antérieur des musées*. Paris: Éditions du Renard, 121-130.
- RIVIÈRE G.-H. (1989). Musée et société, à travers le temps et l'espace. In: *La Muséologie selon G.-H. Rivière*. Paris: Dunod, 47-75.
- SCHAER R. (1993). *L'Invention des musées*. Paris: Gallimard.
- SCHUSTER J. M. (1993). The Public Interest in the Art Museum's Public. In: T. Gubbels et A. van Hemel (éds), *Art Museums and the Price of Success*. Amsterdam: Bœkman Foundation, 39-75.
- TOBELEM J.-M. (1992). De l'approche marketing dans les musées. *Publics & Musées*, n° 2, 49-67.
- VAN PRAËT M. (1991). Les musées d'histoire naturelle. Progrès des sciences naturelles et évolution des musées scientifiques. In: *Le Futur antérieur des musées*. Paris: Éditions du Renard, 103-110.

- ZOLBERG V. (1994). «An Elite Experience for Everyone»: Art Museums, the Public, and Cultural Literacy. In: D. Sherman et I. Rogoff (éds), *Museum Culture*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 49-65.
- ZOLBERG V. (1996). Comment financer les musées d'art? Les dilemmes américains à l'œuvre. In: J.-M. Tobelem (éd.), *Musées. Gérer autrement*. Paris: La Documentation Française, 45-55.