

# **Améliorer l'expérience de visite individuelle : des pistes de réflexion**

Mise en perspectives des travaux de J. H. Falk et L. D. Dierking sur l'expérience muséale (*museum experience*) et observation des pratiques de musées exposant du mobilier archéologique

*Mémoire rédigé pour l'obtention du certificat. Cours de base en muséologie 2017-2018 d'ICOM Suisse.*

Marie Bagnoud

06.06.2018

# Table des matières

Introduction.....	2
I. L'expérience muséale en théorie et en pratique.....	3
1. Présentation de <i>The Museum Experience Revisited</i> de Falk et Dierking.....	3
1.1. Les modèles.....	4
1.2. Les idées principales.....	5
2. L'expérience muséale appliquée.....	6
II. Expérience muséale et musées archéologiques.....	6
1. Présentation des musées d'archéologie observés.....	7
2. La préparation de la visite.....	8
3. Les visiteurs et l'exposition.....	9
3.1. Les explorateurs (« <i>explorers</i> »).....	11
3.2. Les médiateurs (« <i>facilitators</i> »).....	13
3.3. Les professionnels-amateurs (« <i>professionals/hobbyists</i> »).....	14
3.4. Les chercheurs d'expérience (« <i>experience seekers</i> »).....	15
3.5. Les chercheurs d'apaisement (« <i>rechargers</i> »).....	17
3.6. Les pèlerins (« <i>respectful pilgrims</i> »).....	18
3.7. Les chercheurs d'affinité (« <i>affinity seekers</i> »).....	18
4. L'apprentissage en milieu muséal.....	20
5. L'unité des services.....	22
Conclusion.....	23
Bibliographie.....	25
Annexes.....	27
Annexe 1.....	27
Annexe 2.....	28
Annexe 3.....	29

## Introduction

L'idée de base gravitant autour du concept d'expérience muséale (« *museum experience* ») est simple : comment faire en sorte que le visiteur garde un bon souvenir de sa visite et qu'il soit conséquemment susceptible de revenir ou de recommander le musée à son entourage. Selon les partisans des idées véhiculées avec le concept, et selon en particulier John H. Falk et Lynn D. Dierking qui en sont deux grands promoteurs, il faut comprendre les attentes des visiteurs, pour pouvoir proposer une expérience de visite dont ils se souviendront.

Selon les modélisations de Falk et Dierking, bien que les motivations et les attentes des visiteurs, conscientes ou non, soient dans le détail extrêmement variées, il serait possible de mettre en évidence des tendances dans la manière de visiter une exposition, et donc dans la forme à laquelle le visiteur s'attend à être confronté. Il ne s'agira donc pas de discuter dans ce travail le type de contenu qu'il faudrait mettre en avant dans une exposition d'archéologie, mais plutôt quelles dispositions sont utiles à prendre pour capter l'intérêt du public, dans le cadre particulier où l'on souhaite transmettre du contenu archéologique.

Suivant la définition d'Alex W. Barker, on acceptera comme musée d'archéologie toute institution à vocation éducative qui expose du mobilier archéologique.<sup>1</sup> Peuvent être considérés comme collections archéologiques des artefacts produits par toute culture jusqu'à des périodes très récentes et généralement retrouvés en fouilles. Toutefois, pour des questions de compétences personnelles, j'ai préféré me limiter aux cultures européennes ou méditerranéennes et laisser de côté les périodes postérieures à l'antiquité tardive, avec pour seule exception l'exposition sur les Nasca du Musée Rietberg, à Zurich.

Dans ce travail, j'ai choisi de m'intéresser en particulier à la visite individuelle, parce que les réflexions de Falk et Dierking paraissaient mieux s'appliquer à cette situation où le visiteur interagit librement face à des dispositifs fixes.

Les observations de Falk et Dierking se basent naturellement sur la situation américaine. L'idéal pour ce travail était donc de pouvoir se fonder sur des données suisses ou européennes. Marie-Agnès Gainon-Court, responsable du cours de muséologie de base de l'ICOM Suisse, m'a conseillé de prendre pour repère trois musées suisses romands, trois suisses allemands et trois en dehors de Suisse. C'est elle aussi qui m'a recommandé les musées de Suisse Romande à suivre. En opérant la sélection du reste des musées, mon idée était plus de pouvoir observer des situations variées que d'obtenir un échantillon représentatif. Le délai de reddition étant relativement proche, il fallait aussi que la visite puisse s'intégrer à mon emploi du temps. Dans

---

1 Barker 2010, p. 294.

l'espoir d'obtenir des données fiables, j'ai envoyé un questionnaire aux musées qui me servaient de repère pour ce travail. Seul Marc-Antoine Kaeser, directeur du Laténium et professeur associé à la chaire d'archéologie préhistorique, a eu le temps et le courage d'y répondre. Sophie Bärtschi Delbarre, conservatrice au Musée Romain d'Avenches, a eu la gentillesse de me proposer un entretien téléphonique que je n'ai pas eu le temps de concrétiser. L'échec de ma démarche réside sans doute en partie dans le fait que les réponses devaient être librement formulées et suggéraient un développement. Dans mon désir d'obtenir des données concrètes, j'ai aussi dû un peu effrayer les musées sélectionnés avec mes questions sur toutes les études qu'ils auraient pu mener, alors qu'on n'en a généralement ni le temps ni les moyens. A défaut de données concrètes, j'ai regardé ce que les visiteurs des différents musées avaient posté sur *Instagram* et *twitter* ces derniers mois, pour en tirer des indications subjectives qui serviront d'indices. La manière qu'ont les musées de présenter leurs expositions sur leurs sites Internet permet aussi de tirer quelques conclusions.

La première partie de ce travail servira à présenter le modèle de Falk et Dierking, en particulier leur modélisation des catégories de visiteur, et à donner l'exemple concret d'un musée qui revendique s'inspirer de ces théories. La deuxième partie s'attachera en particulier à la situation des musées d'archéologie. Après une présentation sommaire des musées qui servent de repère dans ce travail, nous traiterons de plusieurs points importants selon Falk et Dierking et se rapportant à la préparation de la visite, aux types de visiteurs, à l'apprentissage en milieu muséal et à la coordination des services. Les musées servant de repère fourniront des exemples illustratifs d'application, d'une manière qui ne se veut pas exhaustive.

## **I. L'expérience muséale en théorie et en pratique**

### **1. Présentation de *The Museum Experience Revisited* de Falk et Dierking**

Falk et Dierking sont tous les deux en fonction à l'Université d'État de l'Oregon. Bien qu'ils ne soient pas à proprement parler des professionnels des musées, ils ont beaucoup écrit sur la muséologie, en s'intéressant en particulier aux types de visiteurs et à l'apprentissage en contexte muséal. *The Museum Experience Revisited* (2013) est une reprise enrichie et actualisée de *The Museum Experience*, écrit par les mêmes auteurs en 1992.<sup>2</sup> L'intérêt principal de cet ouvrage est de faire un point actuel sur la question et de se fonder sur de nombreuses données et études.

L'ouvrage est structuré de manière à regrouper les informations, selon qu'elles concernent les contextes personnels et sociaux-culturels auquel le musée a affaire (chapitre « *Before the Visit* »), les paramètres intervenant lors de la visite (« *During the Visit* ») ou l'apprentissage (« *After the Visit* »). Chaque section comporte un encart récapitulatif destiné aux professionnels. Un chapitre

---

2 Falk-Dierking 1992.

entier a de plus cette même vocation (« *A Professional's Guide to the Museal Experience* »). Un dernier chapitre propose quelques idées sur la manière dont les musées pourraient se positionner dans la société pour maximiser leur impact (« *Beyond the Visit* »).

### 1.1. Les modèles

Les réflexions de Falk et Dierking se fondent sur deux modèles qu'il convient de présenter : l'un sur les types de contextes<sup>3</sup>, l'autre sur les catégories de visiteurs<sup>4</sup>.

Falk et Dierking mettent en évidence trois contextes qui interagissent lors d'une visite :

1. le contexte personnel (unique ; dépendant des expériences, connaissances, intérêts, etc.),
2. les contextes socio-culturels (celui du visiteur et celui de l'institution ; dépendant du milieu culturel, des valeurs, des croyances, etc.),
3. le contexte physique (architecture, ambiance, fournitures, etc.).

Les catégories de visiteurs proposées se fondent sur les motivations du visiteur, donc de ses attentes, et non sur des catégories plus identitaires, comme son contexte socio-culturel, son âge, son sexe, etc. L'idée est qu'une même personne entrera dans une catégorie différente, donc avec des attentes différentes, selon les circonstances. Les catégories de visiteurs sont les suivantes :

1. Les explorateurs (« *explorers* ») portent un intérêt général au contenu et cherchent quelque chose qui va attirer leur attention ou assouvir leur curiosité.
2. Les médiateurs (« *facilitators* ») cherchent à enclencher l'apprentissage et l'expérience des autres membres du groupe social auquel ils appartiennent, p. ex. parent).
3. Les professionnel-amateurs (« *professionals/hobbyists* ») ont un intérêt spécifiquement lié au contenu.
4. Les chercheurs d'expérience (« *experience seekers* ») font une visite motivée par l'impression que le musée est une importante destination ; ils éprouvent de la satisfaction au fait de s'être rendu à tel endroit et d'avoir fait telle chose.
5. Les chercheurs d'apaisement (« *rechargers* ») recherchent une expérience contemplative, spirituelle, restauratrice ; pour eux, le musée permet un refuge par rapport à leur vie quotidienne ou la confirmation de leurs croyances.
6. Les pèlerins (« *respectful pilgrims* ») cherchent à honorer la mémoire de ceux représentés par l'institution.
7. Les chercheurs d'affinité (« *affinity seekers* ») font une visite motivée par le fait que le thème de l'exposition parle à leur identité ou à leur héritage culturel.

---

3 Falk-Dierking 2013, pp. 26-33.

4 Falk-Dierking 2013, pp. 47-49.

## 1.2. Les idées principales

Au niveau des considérations générales, Falk et Dierking estiment que le visiteur vient au musée parce qu'il a un besoin personnel ou socio-culturel à combler et qu'il pense pouvoir le faire dans le musée. Ils estiment par conséquent qu'il est essentiel de connaître ses visiteurs et de comprendre les raisons de leur visite. Ils observent aussi que les autres services des musées (boutique, restaurant, café, etc.) font, pour le visiteur, pleinement partie de l'expérience vécue au musée. Il est donc important que ces services communiquent.

Falk et Dierking mettent en évidence plusieurs points concernant l'exposition elle-même. Ils observent que le visiteur passe peu de temps dans le musée, qu'il faut donc faire en sorte qu'il comprenne tout de suite le propos. La mise en contexte de l'objet ou une bonne installation peuvent l'aider à saisir la fonction ou l'intérêt de l'objet et à s'en souvenir. Les auteurs soulignent aussi le fait que le public aspire à voir des choses nouvelles, mais à partir de thématiques connues. Ils remarquent encore que les musées tendent à communiquer des idées abstraites, alors que le public se pose plutôt des questions concrètes (p. ex. « qu'est-ce que c'est ? » « à quoi ça sert ? ») Ils recommandent d'étudier comment, afin de combler ses besoins personnels, le visiteur emploie l'espace, comment et selon quelles proportions il a recours aux informations visuelles, orales et écrites, et quel usage il fait du matériel.

La question de l'apprentissage en contexte muséal est un volet important de l'ouvrage. Il en ressort que, selon des enquêtes menées longtemps après sa venue, le visiteur se souvient assez bien de sa visite en particulier de certains éléments qui l'ont marqué. La sélection de ces éléments est due à un filtre créé par l'expérience. Falk et Dierking déterminent quatre facteurs clefs permettant une bonne mémorisation : 1. l'originalité ou la nouveauté, 2. les attentes et motivations liées à l'identité, 3. l'émotion provoquée, 4. la répétition. Il est donc important de créer des expériences émotionnelles, sensorielles, kinesthésiques et intellectuelles, qui seront marquantes pour le visiteur. Il faut aussi s'assurer que l'exposition soit disposée de manière à ce que le visiteur puisse créer sa propre visite, en faisant les choix qui lui paraissent significatifs. Le visiteur doit enfin pouvoir créer des liens tangibles avec ses expériences préalables, ce qui lui permettra de renforcer ses connaissances.

## 2. L'expérience muséale appliquée

Gallery One du Cleveland Museum of Art (CMA) est une galerie d'art interactive ouverte le 21 janvier 2013. Dans un article disponible sur Internet, elle revendique une approche apparentée à la monographie de John Falk, titré *Identity and the Museum Visitor Experience* (2009), ouvrage qui a précédé *The Museum Experience Revisited*, sujet de ce travail.<sup>5</sup> C'est le seul musée que j'ai trouvé qui s'inspire ouvertement du système d'expérience muséale promu par Falk et Dierking et c'est pourquoi il est évoqué ici. Passons rapidement en revue les dispositifs et dispositions prises par la Gallery One et exposés dans l'article.

Dans la section principale, des œuvres d'art sont regroupées et présentées devant des écrans tactiles qui permettent d'interpréter des œuvres, de les retourner virtuellement, de comprendre leur contexte d'origine. Elle contient plusieurs dispositifs interactifs. Par exemple, l'une des premières installations, nommée « Comment nos corps inspirent-ils l'art ? » (« *How Do Our Bodies Inspire Art?* »). D'autres installations encouragent le visiteur à prendre une pose (« *Strike a Pose* ») pour imiter une sculpture ou à former une expression sur son visage (« *Make a Face* ») qui sera rapprochée d'une œuvre ressemblante de la collection.

Une section « Atelier jeu » (« *Studio Play* ») plutôt dédiée aux familles permet de découvrir la collection par des écrans interactifs et de faire des dessins qui seront exposés dans cette salle.

Les visiteurs peuvent aussi télécharger une application iPad nommée ArtLens. Celle-ci a trois fonctions : La fonction « A proximité » (« *Near You Now* ») propose de courts segments de vidéo et enregistrements sur les œuvres à proximité. Cela permet aux visiteurs de choisir les explications plutôt que de devoir écouter tout un ensemble. La fonction « Tour » (*Tours*) permet au visiteur de choisir une visite guidée selon le temps à disposition, un thème choisi, les œuvres préférées du conservateur. Deux cents visites guidées enregistrées par d'autres visiteurs sont aussi disponibles. La fonction « *Scan* » permet de scanner un objet et d'obtenir des textes et vidéo à son sujet.

Dans cette présentation, l'accent est donc mis sur l'interactivité des dispositifs, la possibilité donnée à des expériences sensorielles et sur la liberté de choix de parcours par le visiteur.

## II. Expérience muséale et musées archéologiques

Dans cette deuxième partie, nous avons relevé quelques points importants de l'ouvrage de Falk et Dierking, dont il s'agira de voir quelle application proposent les musées d'archéologie étudiés. Ces exemples sont illustratifs des « bonnes idées » issues de ces musées et ne forment donc pas une liste exhaustive.

---

5 Alexander *et alii* 2013.

## 1. Présentation des musées d'archéologie observés

Ce chapitre vise à dresser un portrait très succinct des musées servant de référence à ce travail. Toute sommaire que soit cette présentation, elle devrait toutefois permettre de comprendre les particularités de leurs situations.

A Avenches, le Musée Romain présente de manière thématique le mobilier romain trouvé sur le site d'Aventicum. Il est situé dans une petite tour médiévale construite sur l'amphithéâtre. Des ruines importantes d'Aventicum, encore visibles, complètent la visite.

Le Laténium de Neuchâtel est le musée suisse d'archéologie qui possède la plus grande surface d'exposition. Il présente des collections régionales organisées selon un parcours chronologique qui a la particularité de commencer par le moyen-âge, pour remonter le temps jusqu'à la préhistoire. Ce sens de lecture évoque la réalité du site archéologique, qui dévoile lors de la fouille les structures récentes en premier. Au musée est associé le parc archéologique.

Le Musée Romain de Vallon a été créé sur le site d'une villa romaine, ce qui permet d'en conserver deux grandes mosaïques. L'exposition permanente présente cette villa et le mobilier qui s'y trouvait de manière thématique. Lors de ma visite avait lieu l'exposition temporaire « C'est du propre ! Hygiène et cosmétique à l'époque romaine » [8 avril 2017 – 25 février 2018].

Le Musée d'Augusta Raurica à Augst contient une salle d'exposition permanente sur le trésor d'argenterie trouvé sur le site, un espace contenant l'exposition « Des enfants ? Des enfants ! », et la reconstitution grandeur nature d'une maison romaine. Des ruines importantes sont visibles sur le site.

Le Musée d'Histoire de Berne (Bernisches Historisches Museum) contient des collections historiques, numismatiques, archéologiques et ethnographiques. Les salles d'archéologie régionale comportent une salle de préhistoire, une salle sur les Celtes et une sur les Romains. La petite salle d'égyptologie présente du mobilier funéraire prestigieux dans l'ordre chronologique.

Le Musée Rietberg (Museum Rietberg) à Zurich possède une collection d'art de tous les continents. Il ne s'agit pas à proprement parler d'un musée d'archéologie, mais il lui arrive d'héberger des expositions plus proches de cette discipline, comme c'est le cas de l'exposition « Nasca. Pérou. A la recherche de traces dans le désert » [24 novembre 2017 - 15 avril 2018].

Le Château d'Annecy contient principalement des expositions d'art et du mobilier médiéval. Quelques salles d'archéologie sont intégrées dans l'Observatoire Régional des Lacs Alpains. A la suite des espaces concernant l'écologie et l'ethnologie (la pêche), un espace présente l'archéologie subaquatique. Viennent ensuite des espaces sur la limnologie, la batellerie et la biologie.



Le Musée National de Finlande (Kansallismuseo) à Helsinki comporte un grand parcours historique, un espace interactif « Workshop Vintti » qui permet d'appréhender la culture finlandaise et un espace pour les expositions temporaires. Les salles de préhistoire, intégrées au parcours historique, ont été refaites récemment.

Le Landesmuseum Württemberg, à Stuttgart, se situe dans un grand château. Plusieurs espaces sont dédiés à l'archéologie. L'archéologie régionale tient une place importante dans le parcours chronologique sur le Baden Württemberg qui se déploie sur un étage entier. L'espace d'exposition « Vrais Trésors » (« *Wahre Schätze* ») comporte une salle d'archéologie méditerranéenne (gréco-romaine), et trois salles sur les Celtes qui présentent principalement du mobilier exceptionnel trouvé dans des tombes princières. La collection de verre du collectionneur Ernesto Wolf est exposée au sous-sol (« *Glas aus vier Jahrtausenden* »). Un lapidaire, ouvert sur demande, est situé dans un autre bâtiment.

## 2. La préparation de la visite

Falk et Dierking rappellent que la planification de la visite s'insère dans le cadre global de la préparation de la journée, qui peut comporter plus d'une activité, et implique des questions d'organisation tout à fait concrètes, comme le lieu où se parquer ou la possibilité de manger.<sup>6</sup> Il est donc important que le site Internet du musée soit bien construit et pratique. C'est globalement le cas des musées archéologiques qui servent de repère pour ce travail.

Le Landesmuseum Württemberg de Stuttgart, par exemple, propose, en plus des indications verbalisées sur le trajet à parcourir depuis la gare et sur les possibilités de parking, un lien vers un planificateur de voyage et un plan de situation des bâtiments.<sup>7</sup> Le site Internet d'Augusta Raurica rend disponible un plan touristique qui localise spécifiquement les monuments, le musée, les parkings, les arrêts du transport public, les places de pique-nique et les toilettes.<sup>8</sup> Le site Internet du Musée National de Finlande à Helsinki est particulièrement détaillé en ce qui concerne son accessibilité.<sup>9</sup>

Outre les questions d'organisations pratiques, le visiteur peut avoir envie de savoir à quoi il va être confronté. Ce peut être le cas pour les visites des classes. Le site Internet du Musée d'Histoire de Berne, par exemple, propose des vues d'ambiance des salles d'exposition.<sup>10</sup> Le site Internet du

---

6 Falk-Dierking 2013, pp.175-179.

7 <http://www.landmuseum-stuttgart.de/besucherinformation/anfahrt/> [23.03.2018]

8 <http://www.augustaurica.ch/fr/visiter/le-site-archeologique/> [07.02.2018]

9 <https://www.kansallismuseo.fi/en/kansallismuseo/saavutettavuus> [13.04.2018]

10 <http://www.bhm.ch/de/ausstellungen/dauerausstellungen/grabschaetze-aus-altaegypten/> ;  
<http://www.bhm.ch/de/ausstellungen/dauerausstellungen/steinzeit-kelten-roemer/> [14.01.2018]

Musée Romain d'Avenches détaille les sujets abordés dans chaque section.<sup>11</sup> Le site Internet du Musée d'Augusta Raurica est particulièrement bien fourni en documents didactiques de tous types.<sup>12</sup>

### 3. Les visiteurs et l'exposition

Falk et Dierking insistent sur le fait que chaque musée se trouve dans une situation différente et qui lui est propre, et qu'il lui faut donc étudier ses propres visiteurs pour obtenir les données qui lui correspondent. Pour pouvoir dresser un bilan substantiel des musées étudiés pour ce travail et déterminer si les catégories de Falk et Dierking s'appliquent, il faudrait obtenir pour chacun d'eux le profil de leurs visiteurs et en particulier leurs motivations à la visite.

Les résultats parus sous la direction d'Arlette Mottaz Baran dans *Publics et musées en Suisse* (2005), sont à mentionner, bien que les données propres aux musées d'histoire, qui comprennent les musées d'archéologie, ne soient qu'épisodiquement isolées. Pour cette étude, 96 musées suisses de divers types ont proposé à leurs visiteurs un questionnaire portant sur leurs pratiques, le contexte de leur visite, leurs parcours de la visite, leurs conceptions du musée et leurs données socio-biographiques. 2045 visiteurs ont participé à l'enquête.<sup>13</sup> La partie de ce questionnaire qui concernait les raisons de la visite proposait de choisir trois raisons principales parmi 27 propositions (dont « autres »), à remplir une fois pour le jour même et une fois en général.<sup>14</sup> Certaines des raisons proposées font écho en particulier certaines catégories du modèle de Falk et Dierking, comme le présente le tableau ci-dessous. Toutes les catégories sont représentées dans le questionnaire et cochées par des visiteurs à l'exception de celle des pèlerins (« *respectful pilgrims* ») à laquelle aucune question ne peut clairement faire référence. Il faut aussi noter que 15 de ces raisons, qui correspondent aux  $\frac{2}{3}$  des raisons cochées, pourraient entrer dans plusieurs catégories, comme c'est le cas pour la raison « 1. l'intérêt pour le thème traité », qui est largement la raison la plus choisie comme l'une des trois raisons de la visite (58,6 %) ou ne pourraient entrer dans aucune, comme c'est le cas pour la raison « 23. la météo » cochée à 7,8 %. Les pourcentages présents à titre indicatif dans le tableau ne sauraient donc se montrer significatifs.

Catégories (Falk-Dierking 2013)	Raisons (Mottaz Baran 2005)	P1	P2	P3
1. Explorateurs	25. assouvir votre curiosité	12 %	3,9 %	3,9 %
2. Médiateurs	13. partager une activité en famille	10,1 %	3,3 %	10,1 %

11 <https://www.aventicum.org/fr/musee-romain/exposition-permanente> [13.04.2018]

12 cf. <http://www.augustaurica.ch/fr/visiter/pour-les-ecoles/documents-pedagogiques/> [13.04.2018]

13 Mottaz Baran 2005, pp.15-25.

14 Mottaz Baran 2005, p. 73.

<i>Facilitating Parents</i>				
<i>Facilitating Socializers</i>	14. passer un moment avec des amis	5,7 %	1,8 %	
	15. faire découvrir l'exposition à quelqu'un	10,6 %	3,4 %	
	16. un proche vous a proposé de l'accompagner	4,8 %	1,6 %	
3. Professionnels-amateurs	2. intérêt pour la discipline	19,1 %	6,2 %	6,2 %
4. Chercheurs d'expérience	3. la renommée des objets présentés	7,9 %	2,6 %	3,4 %
	22. voir un musée / une exposition « dont on parle »	2,4 %	0,8 %	
5. Chercheurs d'apaisement	4. admirer des chefs d'œuvre	8,7 %	2,8 %	5,8 %
	5. l'amour de ce qui est « beau »	9,3 %	3,0 %	
6. Pèlerins	X			
7. Chercheurs d'affinité	9. voir des objets du patrimoine de votre culture	12,6 % <sup>15</sup>	4,1 %	7,2 %
	11. voir des objets témoins de traditions de votre région	9,5 %	3,1 %	
	<b>Total</b>	<b>112.7 %</b>	<b>36,6 %</b>	<b>36,6 %</b>
	<i>toutes les autres raisons (n =15)</i>	<i>195.5 %</i>	<i>63.4 %</i>	<i>63.4 %</i>

P1 : Pourcentage de personne ayant coché cette raison comme l'une des trois raisons de la visite du jour (sur un total de 308.2 %)<sup>16</sup>

P2 : Pourcentage de P1 converti sur un total de 100%.

P3 : Pourcentage de P2 regroupé pour chaque catégorie de Falk et Dierking.

Rappelons aussi que ces chiffres concernent tout les types de musées suisses dans leur globalité et non le cas spécifique de l'archéologie, et encore moins celui des musées qui nous servent de repère. A défaut d'une documentation plus complète, j'essayerai dans la suite de ce chapitre de déterminer de manière plus intuitive si les catégories de Falk et Dierking s'appliquent aux musées d'archéologie. Les informations déposées par les musées sur leurs sites Internet peuvent nous

<sup>15</sup> Le pourcentage pour les musées d'Histoire spécifiquement s'élève à 14,4 %, cf. Mottaz Baran 2005, p. 77.

<sup>16</sup> Mottaz Baran 2005, p. 73.

révéler les types de visiteurs auxquels ils s'adressent, qu'il s'agisse des publics cibles ou d'habituels. J'indiquerai aussi les dispositifs mis en place par les musées qui nous servent de repère qui peuvent être particulièrement parlants pour ces catégories.

### 3.1. Les explorateurs (« *explorers* »)

Falk considère que la plupart des visiteurs appartient à cette catégorie. Il caractérise les explorateurs de la manière suivante : La plupart d'entre eux évitent les audioguides et les visites guidées qu'ils considèrent comme trop structurés. Les audioguides, qui permettent de nos jours généralement une visite flexible, ne sont en effet pas perçus ainsi par les visiteurs. Les explorateurs n'apprécient pas les expositions linéaires dont les stations sont obligatoires. Ils sont susceptibles de lire les textes et de retenir, mais de manière sélective.<sup>17</sup>

Il est donc important pour ce type de visiteurs que l'exposition leur laisse le contrôle de leur visite, du parcours qu'ils veulent suivre et des sujets qu'ils veulent aborder.

Si réellement la plupart des visiteurs appartient à cette catégorie, il est vraisemblable que les musées d'archéologie soient concernés. De plus, la remarque provenant du questionnaire rendu par Marc-Antoine Kaeser, selon qui les visiteurs du Laténium se souviendraient moins de contenus que d'impressions et de détails, paraît cohérente avec ce type de visiteurs. En l'absence de contre-argument évident, il ne paraît pas absurde de considérer cette catégorie comme recevable.

Il faut en premier lieu remarquer que, dans le cas des collections d'archéologie qui couvrent de larges périodes, il est difficilement possible de s'affranchir d'un regroupement chronologique des vestiges, car ce serait au détriment d'un discours scientifique et d'une bonne compréhension du passé par le visiteur. Cela n'empêche pas de créer des sous-sections indépendantes thématiques que le visiteur pourra choisir de visiter ou non. C'est l'option qu'ont choisi de suivre les musées concernés étudiés dans ce travail. Pour que le visiteur puisse identifier rapidement les sections qui l'intéressent, il peut être utile que celles-ci portent un titre bien lisible.

De même, la hiérarchisation des informations exposées sous forme de texte permet de comprendre rapidement l'idée du sujet traité, et de décider de si on veut approfondir. L'exposition « Des enfants ? Des enfants ! » du Musée d'Augusta Raurica est un bon exemple. Un titre bien visible indique le thème de la section ; de courts textes racontent l'essentiel du sujet ; des encarts fournissent des petits textes anecdotiques ; les cartels ajoutent les informations liées spécifiquement aux objets. Dans le même ordre d'idée, au Musée Romain de Vallon, la disposition et la présentation des textes de l'exposition temporaire du permet au visiteur de repérer du premier

---

<sup>17</sup> Falk 2009, pp. 217-221.

coup d'œil la nature des informations à disposition (informations thématiques ou citations antiques anecdotiques).

Dans une des salles de l'Observatoire Régional des Lacs Alpains à Annecy, des fiches thématiques sur les sujets présentés dans la salle sont disponibles à côté d'un banc. Offrant une vue d'ensemble des sujets traités dans la salle, cette disposition peut permettre à certains visiteurs de faire plus facilement un choix sur un sujet qui les intéresse que lorsqu'ils déambulent sans forcément reconnaître du premier coup d'œil la thématique d'une section. De plus, cette zone de confort peut inciter le visiteur à prendre plus de temps pour s'intéresser à un sujet.

Dans le même style, au Musée Romain d'Avenches, une application à laquelle on accède grâce aux QR codes présents dans l'exposition liste les sujets et en propose les textes à la lecture. Les textes sont proches de ceux des panneaux exposés, mais certaines images supplémentaires, principalement des reconstitutions, mais aussi des photographies, apparaissent sur l'application. Cette application donne la possibilité au visiteur de passer à un support plus familier, qui lui fournira une vue d'ensemble et lui donnera accès à des documents complémentaires. Le parc archéologique du Laténium à Neuchâtel peut aussi se visiter avec une application, qui révèle des textes, photographies et vidéos complétant les textes physiquement présents lorsque le visiteur se trouve à proximité d'une station. Ces applications sont l'équivalent de la fonction « A proximité » de l'application ArtLens employée par la Gallery One du Cleveland Museum of Art (cf. ci-dessus p. 6).

Au Landesmuseum Württemberg de Stuttgart, dans l'exposition permanente « Vrais trésors », dans la section de l'antiquité gréco-romaine, un écran affiche l'image d'une ruine ; parmi les décombres de celle-ci se trouvent les photographies des objets présentés dans la salle. Le visiteur peut, en cliquant sur un objet, obtenir une information à son sujet et connaître sa localisation dans la salle. Plus loin, dans la section des tombes princières celtes, plusieurs écrans permettent d'approfondir les sujets à choix, avec force reconstitutions.

L'exposition sur la préhistoire du Musée National de Finlande à Helsinki contient plusieurs dispositifs intéressants permettant au visiteur de faire son choix. Sur plusieurs tablettes disposées à travers l'exposition, une question ou une indication propre à susciter l'intérêt du visiteur est bien visible. Le visiteur intéressé par cette thématique clique sur l'écran et obtient les détails correspondants. Un autre dispositif à mentionner est un écran complétant un tableau chronologique affiché sur le mur : le visiteur peut le faire glisser le long de la ligne du temps et faire s'afficher les objets caractéristiques des périodes qui l'intéressent.

Dans un autre style, le Musée Romain d'Avenches propose du contenu complémentaire à l'exposition par le biais de films thématiques à choix, qui viennent compléter l'exposition permanente et qui peuvent être visionnés dans une salle séparée.

### 3.2. Les médiateurs (« *facilitators* »)

Falk divise cette catégorie en deux groupes : les « *Facilitating Parents* » et « *Facilitating Socializers* ». Les *Facilitating Parents* suivent les intérêts des enfants qu'ils accompagnent. Ils ont particulièrement besoin d'obtenir rapidement des explications simples et claires à transmettre. Les *Facilitating Socializers* ont pour motivation de passer un moment agréable avec les personnes qu'ils accompagnent et s'adaptent à leurs intérêts.<sup>18</sup> Il est étonnant que les enseignants et leurs classes n'aient pas été explicitement pris en considération dans cette catégorie qui serait pourtant la plus indiquée parmi celles proposées par Falk et Dierking. Dans la suite de cette section, nous laisserons nous aussi de côté les classes, mais pour la raison qu'elles sont moins concernées par les visites individuelles, sujet de ce travail.

Les visiteurs accompagnés d'enfants sont clairement un public visé par les musées d'archéologie, qui mentionnent tous l'aspect didactique de leurs collections ou les dispositions prises spécifiquement pour cette catégorie de visiteurs. Comme mentionné ci-dessus, il est important, pour toucher les *Facilitating Parents*, que les moyens et dispositifs mis en place leur permettent de comprendre rapidement le propos.

Dans le cadre de l'archéologie, l'enjeu pour aider à la compréhension réside dans le besoin de remettre le mobilier en contexte, de suppléer aux objets incomplets, et d'expliquer les gestes et coutumes qu'on ne connaît plus. Le moyen le plus courant dans les musées présentant des collections d'archéologie sont les reconstitutions, qu'elles soient sous forme de dessins, vidéos, maquettes ou restitution en grandeur nature.

Au Musée Rietberg, à Zurich, par exemple, un film de reconstitution montre comment une momie Nazca était emballée dans les divers tissus présentés dans la même salle. Un autre film, associé au mobilier des tombeaux d'élite de la Muña, reconstitue la construction d'un des tombeaux. Des vidéos permettant au visiteur de visualiser un geste qui n'est plus connu de nos jours, comme la taille du silex, sont par exemple visibles dans une salle d'archéologie régionale du Musée d'Histoire de Berne et au Laténium, à Neuchâtel.

Les maquettes ont la réputation de faire démodé. Elles peuvent pourtant se révéler un support utile. Lors de ma visite dans les salles d'archéologie régionale du Musée d'Histoire de Berne, la grande maquette servait de support à un père accompagné de son fils. Les maquettes, généralement très réfléchies, permettent de représenter plusieurs activités, situations ou détails susceptibles de susciter des questions chez le visiteur. Il pourrait se révéler intéressant de trouver un moyen de répondre à ces questions. Un système de tablette tactile permettrait de cliquer sur la zone sur laquelle on s'interroge, pour obtenir des explications et éventuellement un renvoi à une partie de l'expo. Si l'on veut éviter l'informatique, un système de fiches pourrait faire l'affaire.

---

<sup>18</sup> Falk 2009, pp. 221-225.

Des restitutions en grandeur nature sont proposées de manière permanente au Musée d'Augusta Raurica (restitution d'une maison entière) et dans l'exposition temporaire du Musée Romain de Vallon (restitution de latrines). Dans la salle d'archéologie régionale du Musée d'Histoire de Berne, deux mannequins portent des vêtements celtes et des bijoux retrouvés dans deux tombes spécifiques du cimetière celte de Münsingen « Rain ». Ces mannequins sont présentés à côté du mobilier, qui est disposé dans des vitrines insérées dans une paroi murale, chaque vitrine représentant une tombe.

Pour faire comprendre la valeur de la monnaie antique, le Musée Romain d'Avenches présente des objets, comme un pain et une lampe, en regard de la somme d'argent nécessaire à leur achat. Dans le même ordre d'idée, un trésor monétaire est exposé au Laténium, à Neuchâtel, à côté de sa valeur en objets.

Il existe tout une série de dispositifs d'autres types faciles d'accès, comme dans l'Observatoire Régional des Lacs Alpains à Annecy où se trouve une carte des lacs alpins sur laquelle les sites de la période demandée s'allument ou comme encore projection « l'hygiène et la propreté à Vallon » du Musée Romain de Vallon qui affiche de manière très claire des photos et plans accompagnés de phrases simples. La plupart des musées propose du matériel varié pouvant fournir un bon support à des explications, comme c'est le cas par exemple dans le Musée Romain d'Avenches, dans la section « Les Gallo-Romains et la mort », où des panneaux-tiroirs contenant des photographies de fouilles, des reconstitutions et des explications viennent compléter les vitrines de mobilier.

Certains musées prennent de plus des dispositions spécifiquement destinées aux enfants. Dans l'ensemble des salles d'expositions permanentes du Landesmuseum Württemberg à Stuttgart, on trouve des textes plus simples et des vitrines basses facilement repérables du fait de leur couleur jaune. Par exemple, dans la partie concernant l'Égypte romaine de l'exposition permanente « Vrais Trésors », une vitrine indique clairement quels organes du défunt contenaient chaque type de vase canope.

Concernant les *Facilitating Socializers*, leurs besoins se confondent avec ceux des personnes qu'ils accompagnent. S'ajoute toutefois à cela la velléité de passer un moment socialement agréable leur permettant d'échanger.

### 3.3. Les professionnels-amateurs (« *professionals/hobbyists* »)

Selon Falk, les professionnels-amateurs tendent à ne pas lire les textes, d'une part parce qu'ils pensent déjà savoir ce qui y est écrit, d'autre part parce qu'ils ont assez de connaissances pour donner du sens à ce qu'ils voient. Leurs visites sont généralement intenses et très ciblées. Ils

n'aiment pas avoir l'impression de perdre du temps à se repérer dans l'espace. Ils tendent aussi à se considérer comme le visiteur-type, tandis que le reste des visiteurs rentrerait dans la catégorie des touristes.<sup>19</sup>

Pour que le visiteur puisse se repérer facilement dans l'exposition, il faut que la structuration des sections et des vitrines soit claire, comme c'est habituellement le cas dans les expositions d'archéologie. Il peut être utile que des titres de section et de vitrine soient bien visibles. Au Landesmuseum Württemberg de Stuttgart, qui présente de grandes surfaces d'exposition, un plan des étages est distribué à l'entrée et la signalétique est présente jusque dans l'ascenseur.

Il me paraît aussi important pour cette catégorie de personne que les informations de base des objets, telles la datation ou le numéro d'inventaire, soient disponibles. C'est toutefois la pratique habituelle des musées.

### 3.4. Les chercheurs d'expérience (« *experience seekers* »)

Selon Falk, le chercheur d'expérience doit, pour être satisfait, avoir la sensation qu'il a vu et fait ce qu'il était important de voir et faire. Il cherche plutôt à avoir une vue d'ensemble de l'exposition et est susceptible de se poser des questions qui peuvent sembler de moindre importance à des spécialistes. Il aime prendre des photographies pour immortaliser l'expérience.<sup>20</sup>

Pour attirer et satisfaire cette catégorie de visiteur, il est donc utile de montrer l'importance du musée et mettre en évidence les objets phares de l'exposition. Comme attendu, l'importance du musée est indiquée sur les sites Internet de tous les musées servant de repère pour ce travail. Celle-ci est toutefois plus rarement ou discrètement rappelée au visiteur une fois sur place. L'Observatoire Régional des Lacs Alpains à Annecy, au contraire, répète à plusieurs endroits de son exposition l'inscription de sites lacustres au patrimoine mondial de l'UNESCO.

La question de la mise en évidence d'œuvres phares est discutable dans la mesure où l'archéologie actuelle cherche à se démarquer d'un passé où dans une optique esthétique l'importance était donnée aux beaux objets. Toutefois, il ne s'agit à mon sens pas tant de mettre en exergue des objets pour leur valeur esthétique, ce que le visiteur serait en mesure de déterminer lui-même si bon lui semble, que de souligner l'importance du mobilier de la collection pour notre compréhension du passé, ce que le visiteur non instruit ne peut reconnaître de lui-même. Dans un contexte où il faut de plus en plus se justifier de l'intérêt que comporte la recherche archéologique ou la conservation des vestiges, il me paraît bon que le visiteur se rende compte des atouts de la collection exposée.

---

19 Falk 2009, pp. 228-230.

20 Falk 2009, pp. 225-227.



Certains des musées qui servent de repère pour ce travail mentionnent quelques objets importants sur leur site Internet, comme par exemple le Musée d'Histoire de Berne<sup>21</sup> et le Landesmuseum Württemberg de Stuttgart<sup>22</sup>. Le site Internet d'Augusta Raurica comporte une page des « highlights » de la collection<sup>23</sup>. Il en va de même pour le Musée Rietberg à Zurich.<sup>24</sup>

Au Landesmuseum Württemberg de Stuttgart, une partie de l'exposition permanente, nommée « Vrais Trésors », est susceptible d'attirer des visiteurs de cette catégorie. Bien que les objets de cette section soient de particulièrement belle facture ou conservation, l'exposition ne devient pas pour autant une exposition d'art ; le contenu reste bien fourni et de bonne qualité. Cette section comporte sans doute plus spécifiquement les collections qui ne rentrent pas dans le parcours chronologique, pour des raisons thématiques, comme les collections méditerranéennes, ou de surabondance du mobilier, comme ce semble être le cas des collections celtes.

Dans les salles d'archéologie régionale du Musée d'Histoire de Berne, des objets emblématiques de chaque période sont disposés dans une vitrine au centre de la salle. Elles sont rendues encore plus visibles par un fond rouge de la même couleur que celle du panneau d'explication de la période qui lui est afflanqué.

L'importance d'un objet est parfois mentionnée dans les cartels, d'une manière plus discrète. Ainsi, à Neuchâtel, au Laténium, dans l'exposition permanente le poignard de Cudrefin est signalé comme « l'un des plus beaux et des mieux conservés découverts dans le nord des Alpes ». Dans le Musée Romain d'Avenches un portrait est décrit comme « un des rares portraits de personnage non officiel trouvé jusqu'à présent en Suisse » et la statue d'un satyre portant Dionysos est « d'une grande importance, car il s'agit de l'une des plus anciennes reprises romaines de ce thème d'origine hellénistique ».

Si l'on ne souhaite pas créer de vitrine mettant spécialement en exergue certains objets, une solution pourrait être de créer un dépliant proposant un parcours d'objets « à ne pas manquer », qu'on rappellerait en salle par une signalétique discrète. Ces petits aménagements pourraient être bénéfiques pour l'expérience de visite des « chercheurs d'expérience » de Falk et Dierking.

---

21 « Zu den herausragenden Stücken zählen die kostbaren Grabbeigaben eines bronzezeitlichen Anführers aus Thun. Die Hydria von Grächwil, ein spektakuläres griechisches Importstück aus dem 6. Jh. v. Chr., bildet einen weiteren Höhepunkt der Ausstellung. Die Bronzefigur der Bäregöttin Dea Artio fasziniert nicht nur durch ihre Erscheinung, sondern auch durch ihre rätselhafte Bedeutung im Zusammenhang mit der Berner Stadtgründungslegende. »

(<http://www.bhm.ch/de/ausstellungen/dauerausstellungen/steinzeit-kelten-roemer/> [14.01.2018]) ;

« Hauptstück ist ein vierteiliges Sargensemble aus der Blütezeit der Sargmalerei. »

(<http://www.bhm.ch/de/ausstellungen/dauerausstellungen/grabschaetze-aus-altaegypten/> [14.01.2018])

22 Stuttgart, trésors, site internet : « Höhepunkte sind das einzigartige „Fürstengrab“ von Eberdingen-Hochdorf, die Statue des „Kriegers von Hirschlanden“ und die Funde aus dem „Fürstengrab“ des Kleinaspergle. » (<http://www.landesmuseum-stuttgart.de/ausstellungen/schausammlungen/wahre-schaetze/>)

23 Cf. <http://www.augustaurica.ch/fr/archeologie/collection/> [11.04.2018]

24 Cf. <http://www.rietberg.ch/fr-ch/expositions/nasca-perou.aspx> [23.02.2018]

### 3.5. Les chercheurs d'apaisement (« *rechargers* »)

Selon Falk, les chercheurs d'apaisement cherchent des espaces paisibles et esthétiquement agréables, donc, concrètement, des bancs placés face à quelque chose de beau à voir et à l'écart de la foule. La taille du cartel ne dérangerait pas le visiteur de cette catégorie, tant que l'esthétique n'en pâtit pas.<sup>25</sup>

Dans les expositions d'archéologie des musées étudiés, les bancs se situent plutôt en marge de l'exposition ou face à du matériel didactique comme des films. Il se peut que la volonté des musées d'archéologie de se démarquer des musées d'arts ait consciemment ou non conduit à cette tendance. Dans quelques cas subsiste la possibilité pour le visiteur de s'asseoir face à un bel objet. Au Musée Romain de Vallon, par exemple, un siège est disponible près de la mosaïque de la chasse, et au Musée Rietberg, à Zurich, les murs abaissés d'un espace, dont l'objet central, un tambour orné d'une scène mythique, était un des objets phares de l'exposition, étaient employés comme sièges par les visiteurs. Au Laténium, à Neuchâtel, un espace évoque la grotte de Cotencher. Sombre et tranquille, il se peut qu'il soit parlant pour un visiteur de cette catégorie.

Peu de mentions sur les sites Internet des musées servant de repère à ce travail semblent s'adresser aux chercheurs d'apaisement des catégories de Falk et Dierking. Sur son site Internet, dans le descriptif de l'exposition permanente, le Laténium comporte une formulation qui peut leur être parlante : « Une exposition semblable à une partition musicale composée de sons, de couleurs et de formes... avec ses points d'orgue et ses moments de recueillement. »<sup>26</sup>

Falk et Dierking suggèrent que cette catégorie comprend aussi des visiteurs dont l'approche est plus mystique.<sup>27</sup> L'archéologie n'est pas exempte d'amateurs à motivations mystico-religieuses. Si ce sont habituellement menhirs et dolmens qui ont la cote, les périodes plus tardives peuvent aussi susciter l'intérêt, comme en atteste le site [www.geniedulieu.ch](http://www.geniedulieu.ch), dont le propriétaire s'intéresse à la géobiologie et à la bioénergie, et qui mentionne parmi quelques sites romains deux monuments d'Avenches : le temple de la Grange-des-Dimes et le théâtre.<sup>28</sup> Bien que dans ce cas précis l'intérêt soit géographique et ne semble pas devoir se reporter sur les musées qui exposent le mobilier du site, il se peut que d'autres approches dérivées soient plus susceptibles de conduire les adeptes vers les salles. De par la vocation scientifique de l'archéologie, il n'est pas étonnant que les approches mystiques ne soient pas valorisées sur les sites Internet et dans les expositions des musées étudiés dans ce travail. Un compromis intéressant est toutefois fait au Laténium, où la statue-menhir de Bevaix-Treytel jouit d'une présentation spécifique par un espace propre et une

---

25 Falk 2009, pp. 230-232.

26 <http://latenium.ch/> [14.01.2018]

27 Falk-Dierking 2013, p. 62.

28 <https://www.geniedulieu.ch/index.php/78-genie-du-lieu/94-lieux-sacres-et-particuliers-de-suisse-et-france-voisine> [28.03.2018]

lumière un peu tamisée. Le cartel précise que « rares sont les œuvres d'où émerge une présence comparable à celle de [cette] statue », qui fait partie des « témoins de l'univers spirituel et symbolique des communautés sédentaires néolithiques ». S'ensuivent les informations plus techniques de l'ensemble auquel elle appartenait et des données de fabrication.

L'exposition de préhistoire du Musée National de Finlande à Helsinki comporte elle aussi des textes susceptibles de parler aux visiteurs plus mystiques. Par exemple, on lit sur un cartel : « Pour les gens, le déplacement ne se réduit pas à un mouvement d'un point à un autre. Les déplacements quotidiens et les voyages sur une longue distance ont tous deux toujours inclus des dimensions à la fois mythiques et spirituelles. »<sup>29</sup> On a la preuve concrète de l'intérêt qu'a pu susciter ce texte, puisqu'il a été partagé sur Instagram le 17 mars 2018 (cf. Annexe 1).

### 3.6. Les pèlerins (« *respectful pilgrims* »)

Cette catégorie de visiteurs qui considèrent que leurs devoirs est d'honorer la mémoire des individus représentés par le musée a été ajoutée par Falk et Dierking dans *The Museum Experience Revisited* (2013). Elle est a priori plus pertinente pour les musées mémoriaux. L'archéologie, qui présente des périodes plus éloignées dans le temps, semble moins susceptible de créer un tel sentiment d'obligation. Une partie des visiteurs ayant pour motivation d'honorer la mémoire des cultures anciennes considère sans doute que celles-ci font partie de leur héritage culturel et doit donc plutôt être comprise dans la catégorie des « chercheurs d'affinités ».

### 3.7. Les chercheurs d'affinité (« *affinity seekers* »)

Cette catégorie de visiteurs à motivations identitaires ou intéressés par leur héritage culturel a été elle aussi ajoutée par Falk et Dierking dans *The Museum Experience Revisited* (2013). Elle paraît intuitivement recevable pour l'archéologie. Un témoin de cela peut être tiré d'un poste du 22 mars sur Instagram après sa visite du Musée National de Finlande à Helsinki (cf. Annexe 2) : « “Qui sommes nous et d'où venons-nous ?” Quelle exposition extraordinaire. J'ai adoré. »<sup>30</sup> Les photos commentées de la sorte sont des panneaux sur l'arrivée des humains en Finlande dont voici les textes : « La Finlande se trouvait sous des kilomètres de glace. Elle commença à fondre il y a

---

29 « *For people, movement is not just about going from one place to another. Both everyday movement and journeys over long distances have always included both mythical and spiritual dimensions.* »

30 « *“Who are we and where did we come from?” What an amazing exhibition. I loved it.* »

18'000 ans. »<sup>31</sup> « Les premiers humains arrivèrent dans les pays nordiques actuels une fois la glace retirée, il y a 10'000 ans. »<sup>32</sup> Ce dernier texte est partagé par un poste Instagram du 11 février 2018, de même qu'un autre texte (cf. Annexe 3) : « Après l'Âge de Glace, de nouvelles zones de pêche et de chasse apparurent, attirant les humains vers le nord. »<sup>33</sup> Leur auteure commente en finnois : « Pourquoi? Eh bien, eh bien, il y avait une explication à cela... Après la culture du corps, l'auto-culture de l'autodiscipline ». <sup>34</sup> L'un des hashtags qui suit cette citation, #suomi, qui est accompagné de l'image du drapeau de la Finlande, confirme le ton de fierté nationale qui accompagne la remarque. Des images de mobilier plus récent font aussi partie du message posté.

L'archéologie régionale est la première concernée par cette catégorie de visiteurs. D'ailleurs, la plupart des sites Internet des musées concernés contiennent des mentions susceptibles d'attirer l'attention des chercheurs d'affinités. Avenches est par exemple présentée comme la « capitale de l'Helvétie romaine ». <sup>35</sup> On lit sur le site Internet du Musée National de Finlande à Helsinki : « Qui sommes nous et d'où venons nous? La région de l'actuelle Finlande fut colonisée il y a 10'000 ans. La nouvelle exposition de préhistoire du Musée National de Finlande vous fait voyager dans le temps pour faire l'expérience d'une préhistoire vivante, en créant des liens qui s'étendent jusqu'à nos jours. Venez apprendre et vous laisser étonner de tout ce que nous avons en commun avec les hommes préhistoriques. »<sup>36</sup> A l'opposé, les collections extrarégionales, quant à elles, évoquent l'exotisme et la fascination. Le Musée d'Histoire de Berne, par exemple, suggère à propos de son exposition permanente de mobilier égyptien : « Découvrez une culture qui fascine aujourd'hui encore par ses pyramides, ses hiéroglyphes et ses momies. »<sup>37</sup>

On peut imaginer que le chercheur d'affinité soit plus particulièrement attentif aux objets qu'il reconnaît comme ancêtres d'objets à caractère identitaire. Le mobilier des périodes les plus récentes, comme le mobilier gallo-romain, comporte assez de similitudes avec des objets plus récents pour que le visiteur soit susceptible de faire des liens spontanés avec son quotidien. La situation est différente pour le mobilier plus ancien ou exotique. Il se pourrait que le fait que l'auteure du poste du 11 février 2018 (cf. Annexe 3) n'ait partagé que des textes pour les périodes

---

31 « Finland was under kilometres of ice. 18,000 years ago it began to melt. »

32 « The first people arrived in the present area of the Nordic countries after the ice retreated 10,000 years ago. »

33 « After the Ice Age, new fishing waters and hunting grounds were revealed, attracting people into the north. »

34 « Miksi? No, kyllähän sillekin joku selitys löytyi... Ruumiin kulttuurin jälkeen pläjäys itsensä sivistämistä » (trad. française de google translate)

35 <https://www.aventicum.org/fr/musee-romain> [13.04.2018]

36 « Who are we and where did we come from? The area now comprising Finland was first settled 10,000 years ago. The National Museum of Finland's updated prehistory exhibition takes you back in time to experience living prehistory, building connections that extend all the way to modern times. Learn and be amazed at how much we have in common with prehistoric people. »

(<http://www.kansallismuseo.fi/en/nationalmuseum/exhibitions> [13.01.2018])

37 <http://www.bhm.ch/fr/expositions/expositions-permanentes/tresors-des-tombes-de-legypte-ancienne/> [14.01.2018]

préhistoriques (contrairement aux périodes plus récentes illustrées par des photos) soit révélateur et témoigne de fait que l'étrangeté du mobilier plus ancien rend plus difficile aux chercheurs d'affinités de le rattacher à leur héritage.

Il pourrait être utile de développer la capacité des chercheurs d'affinité à faire des liens. Au Landesmuseum Württemberg de Stuttgart, dans l'exposition permanente « Vrais Trésors », un jeu permet au visiteur de mettre en évidence des inventions, histoires, mots etc. qui nous sont hérités de l'Antiquité. Un écran propose en effet de lier les images symbolisant ces idées antiques et modernes (par exemple le caducée d'Esculape et le symbole de la pharmacie). Des explications s'affichent quand la paire est bien formée. Ce jeu est susceptible de renforcer les connaissances du chercheur d'affinité sous un angle qui lui parle, tout en offrant l'occasion de lui apporter les nuances utiles à une bonne compréhension du passé (à condition bien sûr qu'il lise le texte).

#### **4. L'apprentissage en milieu muséal**

Selon Falk et Dierking, le public s'attend à ce que sa visite en musée lui apprenne quelque chose.<sup>38</sup> Or, Barker rapporte une enquête effectuée sur le public qui révèle que 88 % des personnes interrogées se sont déjà rendues dans un musée d'archéologie, mais que seuls 9 % pense avoir appris quelque chose sur l'archéologie dans un musée.<sup>39</sup> A moins que le visiteur ne sous-estime l'apprentissage qu'il y a fait, on aurait une bonne marge d'amélioration à combler pour les musées d'archéologie.

Il ressort de l'ouvrage de Falk et Dierking que, selon des enquêtes menées longtemps après sa venue, le visiteur se souvient assez bien de sa visite en particulier de certains éléments qui l'ont marqué. La sélection de ces éléments est due à un filtre créé par l'expérience. Falk et Dierking déterminent quatre facteurs clefs permettant une bonne mémorisation : 1. l'originalité ou la nouveauté, 2. les attentes et motivations liées à l'identité, 3. l'émotion provoquée, 4. la répétition.<sup>40</sup> Ils estiment qu'il est important de créer des expériences émotionnelles, sensorielles, kinesthésiques et intellectuelles, qui seront marquantes pour le visiteur.<sup>41</sup> (Pour une synthèse des études portées sur les moyens d'améliorer l'apprentissage en milieu muséal, on se référera au mémoire d'Astrid Langlois.<sup>42</sup>)

De son côté, Barker relève que le visiteur interprète le passé en fonction de sa vision du monde et qu'il est peu susceptible de transformer son interprétation, même face à des informations

---

38 Falk-Dierking 2013, p. 44.

39 Barker 2010, p. 295.

40 Falk-Dierking 2013, p. 204.

41 Falk-Dierking 2013, p. 250.

42 Langlois 2010, pp. 20-24.

visiblement d'autorité. L'implication active du visiteur dans le processus d'interprétation archéologique du passé serait cruciale pour le succès de l'apprentissage.<sup>43</sup>

On trouve dans le Musée National de Finlande à Helsinki une démarche de ce type : Au-dessus d'une vitrine présentant des objets en pierre de Susiluola s'affiche la question : « Ces objets sont-ils des artefacts produits par des humains ? »<sup>44</sup> Le visiteur peut donner son avis en répondant par oui ou non. Une réponse s'affiche ensuite : « Vous avez répondu "[Oui/Non]". [N] % des visiteurs sont d'accord avec vous. [N] personnes ont voté jusqu'ici. Nous ne connaissons pas la bonne réponse. Les experts sont en désaccord sur si les pierres trouvées dans la grotte de Susiluola ont été travaillées et façonnées par des humains. »<sup>45</sup>

L'exposition permanente du Laténium est ponctuée de « minilabs », stations didactiques proposant une activité au visiteur et le support didactique qui s'impose. Par exemple, le minilab de la section sur les Lacustres qui porte sur la dendrochronologie permet au visiteur de dater lui-même un pieu en superposant sa séquence dendrochronologique à la courbe de référence. S'ensuivent des explications sur l'emploi du couvert forestier, l'aménagement d'un village, les réparations d'une maison et la constitution d'un référentiel.

Sans forcément aller aussi loin que d'impliquer le visiteur dans le processus d'interprétation, les musées archéologiques servant de repère pour ce travail disposent de tout une série de dispositifs proposant une expérience émotionnelle, sensorielle etc. propre à aider le visiteur à mémoriser une information.

Dans le Musée National de Finlande à Helsinki, une toile couvrant une fenêtre est inscrite de l'information suivante : « Des mammoths se promenaient ici à Töölö à Helsinki des milliers d'années avant l'arrivée des hommes préhistoriques. »<sup>46</sup> A travers une lunette dirigée vers cette toile, le visiteur peut voir un mammoth passer derrière la fenêtre.

A la fin de l'exposition sur les Nasca au Musée Rietberg, à Zurich, des lunettes de réalité virtuelle en 3D permettent de voler au-dessus des géoglyphes et de prendre conscience de leurs regroupements et de leur disposition spatiale.

Au Landesmuseum Württemberg de Stuttgart, dans le parcours chronologique, un planificateur de voyage sur écran tactile permet d'appréhender les durées de voyage dans l'empire romain selon les moyens de transports (à pied, en char, en charrette, etc.) Ce support parlant pour le visiteur habitué aux applications de ce type lui permettra de trouver ses repères tout de suite et de donner aux résultats qu'il trouve un sens qui fait écho à son expérience.

---

43 Barker 2010, p. 296.

44 « *Are these objects human-made artefacts ?* »

45 « *You answered '[Yes/No]'. [N] % of the visitors agree with you. [N] voters so far. We do not know the right answer. Experts disagree on whether the stones found in Susiluola Cave were worked and shaped by people.* »

46 « *Mammoths wandered here in Töölö in Helsinki thousands of years before Stone Age people arrived.* »

Plusieurs musées proposent des jeux interactifs didactiques. Au Landesmuseum Württemberg de Stuttgart, un jeu de mise en lien entre éléments modernes et anciens donne des explications après la réussite de l'assemblage (cf. ci-dessus p. 20). Au Laténium, des quiz sur écran tactile permettent au visiteur de sélectionner une image qui ouvrira une fenêtre et sa question. Ce dispositif se trouve en plusieurs endroits de l'exposition et les questions et réponses correspondent à la période de la section.

Au Musée Romain d'Avenches, un espace près du vestiaire propose tout une série de jeux antiques auxquels les visiteurs peuvent s'adonner. D'autres musées, comme le Laténium ou le Landesmuseum Württemberg de Stuttgart, intègrent un jeu antique dans le parcours de l'exposition.

On trouve un peu partout des « hands-on » permettant au visiteur de réaliser le poids d'un casque romain, la force demandée pour faire tourner une meule, la texture d'une peau ou même celle d'une authentique hache en pierre.<sup>47</sup>

## 5. L'unité des services

Falk et Dierking soulignent le fait que lorsqu'on interroge un visiteur sur son expérience de visite, il évoque autant l'exposition que la boutique, la cafétéria, et même les toilettes. Il est important selon eux que tous ces aspects soient réfléchis pour participer positivement à l'expérience du visiteur. Ils considèrent en particulier qu'il est utile que ces services montrent un visage uni.<sup>48</sup>

L'effort de coordination entre les différents services est en tout cas produit par le Laténium, comme Marc-Antoine Kaeser me l'a indiqué.

Dans plusieurs musées qui servent de repère pour ce travail, des catalogues ou d'autres documents disponibles à la boutique sont disposés près de bancs dans l'exposition où ils peuvent être consultés. Au Musée Rietberg, à Zurich, c'est de plus dans la cafétéria, qui est dans un bâtiment séparé, que des catalogues, de même que des programmes, sont disponibles à la consultation.

La cafétéria du Musée Romain de Vallon est particulièrement bien intégrée dans l'ambiance globale du musée. La couverture du menu disponible sur les tables figure un détail d'une des mosaïques du site. Des dessins accrochés au mur présentent l'état de la villa romaine, cause de l'existence du musée, lors de diverses étapes.

Dans le cas d'un musée d'archéologie, les différents services ne se résument pas toujours à la boutique et la cafétéria. Certains musées sont spécifiquement liés à des sites archéologiques qui

---

47 Ces dispositifs ont été observés au Landesmuseum Württemberg de Stuttgart, au Laténium de Neuchâtel et au Musée National de Finlande à Helsinki.

48 Falk-Dierking 2013, pp. 263-265.

font partie intégrante de l'expérience de visite. A Avenches, le site et le musée forment un ensemble repérable pour le visiteur du fait de leur appellation commune « Site et Musée Romains Avenches » et le fait que le même site héberge les informations. De plus, un plan du site est distribué à la sortie du musée, et des panneaux informatifs sont présents sur le site. C'est la même application pour smartphone qui est fonctionnelle sur le site archéologique et dans le musée.

A Neuchâtel, le Laténium, comme me l'a indiqué Marc-Antoine Kaeser, se coordonne aussi avec l'archéologie cantonale et la chaire universitaire de préhistoire, qui sont hébergées dans le bâtiment du musée. Cette proximité n'est pas visible pour le visiteur.

## Conclusion

Les catégories de visiteurs proposées par Falk et Dierking suivent l'angle des raisons qui ont motivé la visite et par extension des attentes et du mode de visite des visiteurs. Comme toute forme de catégorisation, elles produisent des généralisations qui ne permettent évidemment pas de deviner les attentes précises de chaque visiteur, attentes qui changeraient de toutes façons d'une fois à l'autre. De plus, en l'absence de données suffisantes sur chacun des musées étudiés, il ne nous est pas possible de savoir à quel point le modèle proposé par Falk et Dierking est fonctionnel pour chacun d'eux, ni pour les musées d'archéologie en général. Chacun se contentera donc de retenir de ce travail les pistes qui semblent pertinentes pour le cas spécifique de son musée.

Tout au long de leur ouvrage, Falk et Dierking insistent sur l'importance de connaître son public en produisant des enquêtes permettant d'obtenir les données nécessaires sur les types de visiteurs, la raison de leur visite, leur parcours dans l'exposition, leur satisfaction et ce qu'ils ont retenu. Celles-ci demandent toutefois des moyens, qu'il n'est pas toujours possible de fournir. D'autres possibilités permettent de se faire une idée de la situation. On peut par exemple proposer un court questionnaire à cocher à la sortie. C'est ce que font deux des musées observés. Au Landesmuseum Württemberg à Stuttgart, un questionnaire en treize points est disponible à l'entrée. La plupart des questions sont à cocher et comportent parfois une plage à remplir librement. Outre quelques questions liées à la gratuité des expositions permanentes, elles concernent le nombre de visites effectuées auparavant, le moment de la décision de la visite, les motivations, le temps passé lors de cette visite et le profil du visiteur (âge, genre, études, origine). Le questionnaire présent dans les vestiaires du Musée d'Augusta Raurica est une enquête de satisfaction sur l'accueil du personnel, la propreté et la présentation du musée et du site. Une plage au dos permet de formuler librement ses remarques. L'ennui est qu'il est vraisemblable que toute une partie des visiteurs ne prenne pas la peine de remplir le questionnaire, en particulier



sans doute ceux qui ne se sentent pas impliqués dans l'idée d'une amélioration, alors qu'on voudrait bien savoir comment mieux les toucher. D'autres indications d'importance peuvent être fournies par les employés du musée en contact avec le public. Marc-Antoine Kaeser m'a indiqué que les enquêtes de satisfaction faites au Laténium ont surtout confirmé leurs impressions qui se basaient sur les observations des employés de la réception et de la médiation.

Il ressort de ce travail que deux points en particulier semblent pouvoir être améliorés dans les musées d'archéologie : en premier lieu un agencement plus bienveillant pour les chercheurs d'expérience (« *experience seekers* ») (cf. chapitre 3.4, p. 15 sq.) et en second lieu la question de l'apprentissage en milieu muséal (cf. chapitre 4, p. 20 sq.)

Quelques idées globales pour l'agencement d'une exposition peuvent aussi être retenues de ce travail. Si certains visiteurs ont besoin de comprendre rapidement le propos général ou particulier, d'autres cherchent plutôt l'anecdotique, alors que d'autres encore veulent voir l'essentiel. Il est donc important que l'exposition présente des contenus variés et que le visiteur puisse facilement se repérer et identifier le type d'information qui lui fait face. Cela peut, entre autres, se faire par des titres de section ou de vitrine bien visibles et une typographie différenciée selon le contenu. Il peut être utile de créer des parcours de thèmes variés, sur application, sur prospectus et/ou par signalétique, que le visiteur choisira de suivre selon son intérêt.

## Bibliographie

- Alexander, J., Barton, J., Goeser, C. (2013). « **Transforming the Art Museum Experience: Gallery One** » in : N. Proctor, R. Cherry (éd). *The annual conference of Museums and the Web, April 17-20, 2013* (<https://mw2013.museumsandtheweb.com/paper/transforming-the-art-museum-experience-gallery-one-2/> [29.12.2017]).
- Barker, Alex W., (2010). « **Exhibiting Archaeology: Archaeology and Museums** », *Annual Review of Anthropology* 39, pp. 293-308.
- Falk, John H., Dierking, Lynn, D. (2013). *The Museum Experience Revisited*. Walnut Creek : Left Coast. 416 p.
- Falk, John H., Dierking, Lynn, D. (1992). *The Museum Experience*. Whalesback Books : Washington, D.C. 205 p.
- Falk, John H. (2009). *Identity and the Museum Visitor Experience*. Walnut Creek : California. 301 p.
- Langlois, Astrid (2010). *La motivation et l'apprentissage dans les musées*. Université Nanterre Paris Ouest La Défense - Master 1 Psychologie Cognitive Appliquée. (<https://www.memoireonline.com/05/11/4536/La-motivation-et-lapprentissage-dans-les-musees.html> [04.06.2018]).
- Mottaz Baran, Arlette (2005). *Publics et musées en Suisse*. Peter Lang : Berne. 221 p.
- Page d'accueil des sites Internet des musées servant de repère pour ce travail (par ordre alphabétique du nom de la ville) :*
- Château d'Annecy : <http://musees.agglo-annecy.fr/> [13.04.2018]
- Musée d'Augusta Raurica : <http://www.augustaurica.ch/fr/> [13.04.2018]
- Musée Romain d'Avenches : <https://www.aventicum.org/fr/> [13.04.2018]
- Musée d'Histoire de Berne : <http://www.bhm.ch/fr/> [13.04.2018]
- Musée National de Finlande à Helsinki : <https://www.kansallismuseo.fi/en/> [13.04.2018]
- Laténium de Neuchâtel : <http://latenium.ch/> [13.04.2018]
- Landesmuseum de Stuttgart : <http://www.landmuseum-stuttgart.de/> [13.04.2018]

Musée Romain de Vallon : <http://www.museevallon.ch/mrva/> [13.04.2018]

Musée Rietberg à Zurich : <http://www.rietberg.ch/fr-ch/home.aspx> [13.04.2018]

# Annexes

## Annexe 1

For people,  
movement is not  
just about going  
from one place to  
another. Both  
everyday movement  
and journeys over  
long distances have  
always included  
both mythical and  
spiritual dimensions.

There was no strict distinction between people and animals, or between living and non-living things. All things were regarded as having their own will and personality. This animistic way of thinking can also be seen in how people today speak to their cars as if they were living beings or get angry at computers.

The world was believed to have several layers or dimensions, only some of which were visible to the naked eye. Shamans could move between these worlds in a trance. On their journeys to the nether and upper worlds they tried to influence matters with the aid of spirits and the dead.

The whole world was believed to rotate around the tree of life or the pillar of the world that bore the heavens. The sky was regarded as a kind of tent cloth held aloft by the pillar of the world, comparable to the central pole of the tepee-like kota shelter. The stars were thought to be holes in the cloth through which the light of the upper world shone.



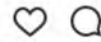
Follow

Text from the permanent exhibition on #Prehistory @ the #Kansallismuseo #The National Museum of Finland.

Ahti- this. Thank you.

One of the best exhibitions I've been to

Wow!...



12 likes

MARCH 17

Log in to like or comment.



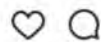
Follow

Text from the permanent exhibition on #Prehistory @ the #Kansallismuseo #The National Museum of Finland.

Ahti- this. Thank you.

One of the best exhibitions I've been to

Wow!...

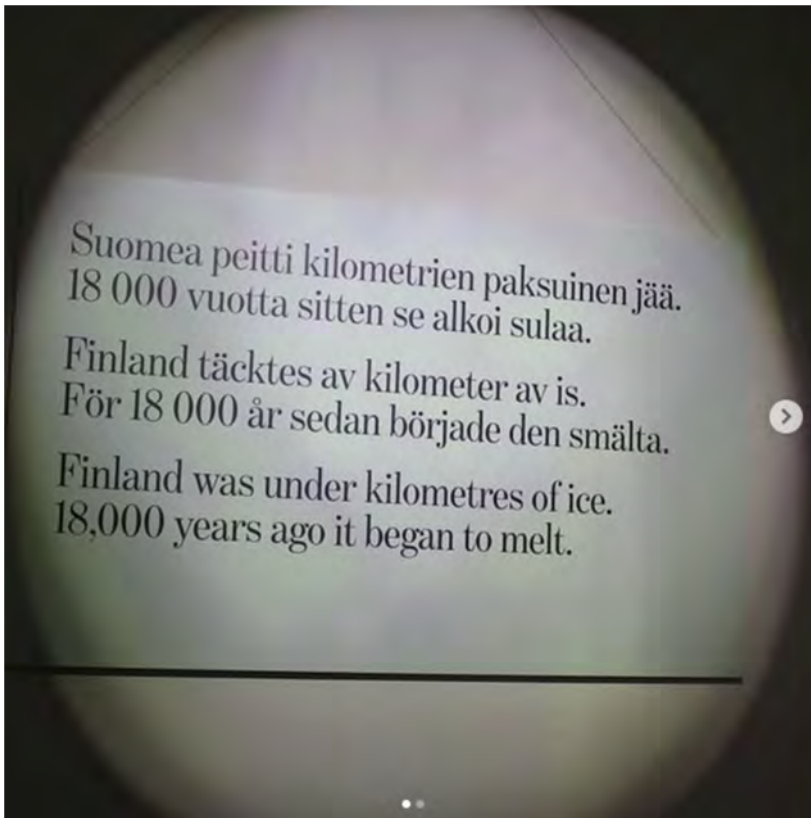


12 likes

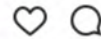
MARCH 17

Log in to like or comment.

## Annexe 2



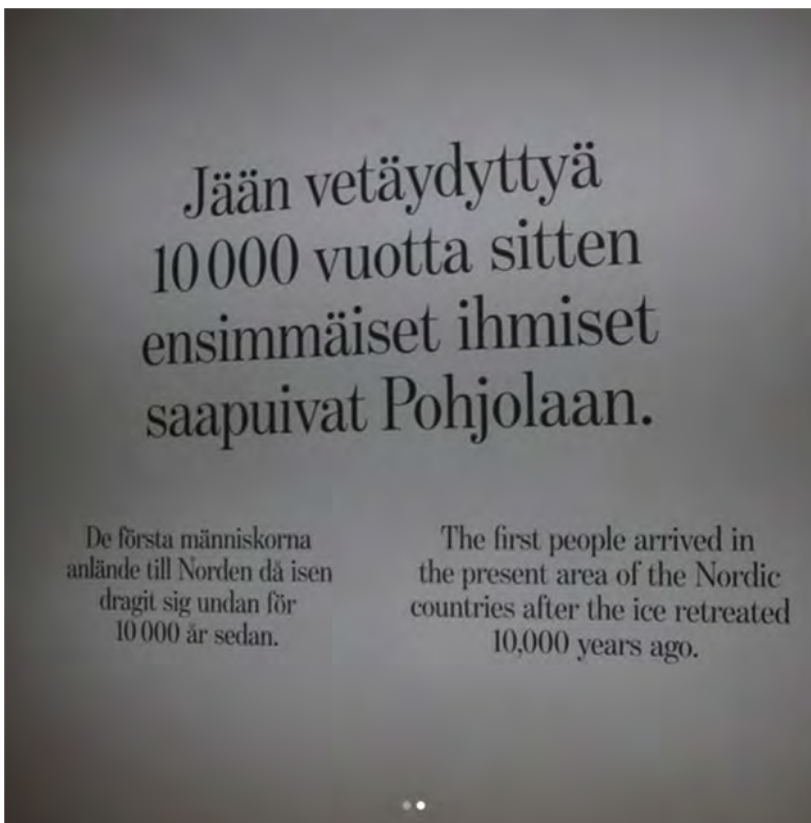
"Who are we and where did we come from?" What an amazing exhibition. I loved it. #kansallismuseo #esihistoria #nationalmuseumoffinland #nationalmuseum #prehistory



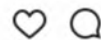
missanedya and princemalekhorridus like this

MARCH 22

Log in to like or comment.



"Who are we and where did we come from?" What an amazing exhibition. I loved it. #kansallismuseo #esihistoria #nationalmuseumoffinland #nationalmuseum #prehistory



missanedya and princemalekhorridus like this

MARCH 22

Log in to like or comment.



## Annexe 3



• Follow  
Suomen kansallismuseo - The National ...

Miksi? No, kyllähän sillekin joku selitys löytyi... Ruumiin kulttuurin jälkeen pläjäys itsensä sivistämistä  
👉 #kansallismuseo #museokortti #museot #suomi+ #vesilahtimainittu



38 likes

JANUARY 11

Log in to like or comment.



• Follow  
Suomen kansallismuseo - The National ...

Miksi? No, kyllähän sillekin joku selitys löytyi... Ruumiin kulttuurin jälkeen pläjäys itsensä sivistämistä  
👉 #kansallismuseo #museokortti #museot #suomi+ #vesilahtimainittu



38 likes

JANUARY 11

Log in to like or comment.

