

DES
MUSÉES
POUR MOI.



Des musées pour moi : Mobilisation des
Canadiens au sujet de l'avenir des musées

Rapport Ce que nous avons entendu

Rapport préparé par Hill+Knowlton Stratégies

Juin 2021



Remerciements



Des musées pour moi : Mobilisation des Canadiens au sujet de l'avenir des musées
Rapport Ce que nous avons entendu

© 2021 Alberta Museums Association

Rapport préparé par Hill+Knowlton Stratégies Canada au nom de l'Alberta Museums Association.

Remerciements particulier :

Dr. Victoria Dickenson
Fellows de l'Association des musées canadiens
Jennifer Forsyth
Caroline Loewen
Adrienne Orr
Meaghan Patterson
Lauren Wheeler

L'Alberta Museums Association reconnaît avec gratitude le soutien financier fourni par le Fonds du Canada pour l'investissement en culture du gouvernement du Canada en vue de la réalisation de cette recherche.



Alberta Museums Association
Des musées pour moi : Mobilisation des Canadiens
au sujet de l'avenir des musées
Rapport Ce que nous avons entendu

Résumé de la direction

À un moment où les discussions sur le changement social se faisaient de plus en plus pressantes, et à un moment où nos vies ont été perturbées par la pandémie de la COVID-19, l'Alberta Museums Association (AMA) a tenu à se pencher sur le rôle des musées canadiens au sein d'un avenir caractérisé par l'incertitude. Vers la fin de 2020 et le début de 2021, l'AMA a sondé plus de 3 000 Canadiens pour savoir ce qu'ils pensent des musées actuels et pour comprendre la façon dont ils servent (ou ne servent pas) leurs communautés. L'AMA tenait également à connaître leur vision de l'avenir pour les musées et tâcher d'apprendre comment transformer cette vision en réalité.

Selon des études réalisées en 1974 et en 2016, les Canadiens avaient un degré de confiance très élevé envers leurs musées. Pour la plupart des gens, les musées jouaient un rôle dans la qualité de vie de leur communauté. Par ailleurs, presque toutes les personnes interrogées voulaient que les musées préservent le passé et qu'ils aident le public à se renseigner sur l'art, la nature et l'histoire. Même si bien des choses ont changé depuis, le processus de mobilisation de l'AMA a permis de constater que les musées bénéficient toujours d'un respect considérable chez les Canadiens, et que les musées racontent des histoires qui ont de l'importance pour eux et pour leurs communautés.

Les musées d'aujourd'hui

Les deux tiers des répondants au sondage affirment visiter un musée au moins trois fois par année, et près de deux répondants sur cinq visitent un musée plus de six fois par année. Seulement une personne sur six a déclaré ne jamais fréquenter les musées.

Les musées d'envergure nationale ou régionale sont les musées qui remportent le plus de popularité. Neuf personnes sur dix visitent des musées en voyage, tandis que deux personnes sur cinq affirment n'avoir jamais visité de musée local. La plupart des personnes avouent que la visite d'un musée leur procure du plaisir. La pertinence et la qualité des expositions – tant celles qui sont permanentes que celles qui sont temporaires – figurent au premier plan de leurs considérations lorsqu'elles planifient leur visite, en plus de la disponibilité d'activités et de programmes d'apprentissage destinés aux enfants. Parmi les autres considérations importantes, notons les événements spéciaux (comme les festivals) et les visites guidées. De plus, les avantages de l'adhésion à un musée revêtent de l'importance pour environ la moitié des visiteurs de musées, tout comme les droits d'entrée.

Les musées sont considérés comme des lieux propices à l'apprentissage et à l'inspiration, à la préservation et à l'entretien de l'art et des objets, à la découverte d'une région ou d'un lieu par les touristes et les visiteurs, et à la compréhension des cultures et des communautés. Même si la plupart des gens, y compris les jeunes, affirment qu'ils se sentent les bienvenus dans les musées et que ceux-ci sont à l'image de leurs intérêts et de leurs besoins, ils s'entendent généralement pour dire que les musées devraient en faire plus pour aider les gens à comprendre le monde actuel et qu'ils devraient prendre en compte une panoplie d'enjeux socioéconomiques, comme l'inclusion et l'accessibilité, les avancées technologiques et numériques, et la réconciliation avec les Autochtones. D'après plus des trois quarts des répondants, les musées devraient aider les gens à comprendre les gens d'autres régions et cultures et à répondre à leurs besoins. Cela dit, une importante minorité, surtout chez les jeunes Canadiens, estime que l'approche des musées verse trop dans l'eurocentrisme.

Nous avons également entendu parler de certains des enjeux auxquels les musées du Canada font actuellement face, y compris une dépendance excessive vis-à-vis des bénévoles, un système de financement toujours principalement axé sur les collections, l'insuffisance des communications entre les musées et un manque d'attention accordé aux questions de durabilité.

Les musées de demain

Selon plusieurs personnes, la perception veut que les musées d'aujourd'hui soient principalement destinés aux personnes instruites de la classe moyenne, et ils doivent devenir moins « guindés » pour englober un plus grand public. Ils veulent que les musées de demain continuent de desservir leur communauté, qu'ils fassent preuve de souplesse en s'adaptant aux situations et aux besoins changeants, et qu'ils présentent de l'information digeste que les non-initiés peuvent comprendre et à laquelle ils peuvent s'identifier. Bien des personnes veulent que les musées soient davantage représentatifs de tous les Canadiens, qu'ils racontent des histoires plus pertinentes et qu'ils travaillent en collaboration avec les groupes culturels touchés par ces histoires. Cela devrait comprendre des rôles importants pour les communautés autochtones et LGBTQ2+¹ ainsi que pour d'autres groupes afin qu'ils puissent diriger et guider les musées, ce qui pourrait peut-être se concrétiser grâce à la création de conseils consultatifs qui incluraient des représentants de ces groupes.

De manière générale, les répondants s'entendaient pour dire que les musées devraient rester neutres quand ils racontent des histoires et qu'ils ne devraient pas imposer de perspective particulière aux visiteurs, même si une minorité importante estime que les musées devraient jouer un plus grand rôle quand vient le temps de faire valoir le changement social et de mieux représenter le passé colonial du Canada. Cela vaut surtout chez les jeunes, qui perçoivent les musées comme des archives et des conservateurs du passé, mais qui désirent également que les musées soient davantage des établissements d'enseignement activistes et progressifs qui aiguillonnent la société, avec un accent plus contemporain.

¹ Lesbien, gai, bisexuel, transgenre, queer ou en questionnement, bispirituel

Nous avons entendu qu'il faut en faire plus pour que les musées soient accessibles à tous les Canadiens, non seulement en réduisant ou en éliminant les droits d'entrée, mais aussi en créant un ensemble d'espaces physiques et d'espaces virtuels. Les répondants ont également ajouté que les options en ligne pourraient être plus accessibles et qu'elles pourraient permettre aux musées de rejoindre des publics qui ne songeraient autrement pas à les fréquenter, leur offrant ainsi un « avant-goût » des expositions pour inciter plus de gens à acheter des billets. Par ailleurs, les lieux physiques pourraient être améliorés grâce à des expériences plus immersives, entre autres avec des expériences audiovisuelles.

Nous avons également entendu que les musées devraient en faire plus pour mieux faire connaître aux gens ce qu'ils ont à offrir et pour faire en sorte d'être à l'esprit des gens, notamment au moyen d'une plus grande présence dans les médias sociaux et en « faisant descendre les musées dans les rues » par le biais d'expositions itinérantes dans la communauté, les écoles et d'autres lieux communautaires. Ils ont également suggéré la création d'un registre national de musées et de galeries afin qu'ils puissent partager leurs réussites les uns avec les autres.

« Les musées devraient être un 'lieu de vie', un lieu propice à l'apprentissage, aux sensations et à la réflexion, un lieu d'où on sort en pensant différemment. »

– Participant à une séance de dialogue

Bien que certaines personnes aient affirmé que les musées ont besoin d'un plus grand soutien financier de la part des gouvernements, d'autres ont déclaré que les fondations et les institutions devraient offrir un plus grand soutien. Cependant, peu importe l'approche qui sera adoptée, les gens s'entendaient pour dire que pour atteindre la résilience financière, les musées doivent avoir un plus grand sens aux yeux de leur communauté afin de faire prendre conscience de la valeur de leurs établissements aux gens. Pour y parvenir, les communautés devraient entre autres être consultées afin que les musées puissent déterminer ce que les communautés recherchent dans leurs musées et puissent concevoir des programmes qui coïncident avec les intérêts des communautés. Une autre façon d'y parvenir consisterait, pour les musées, à reconceptualiser leurs lieux physiques comme lieux de rencontre communautaires et non pas simplement comme des bâtiments servant à abriter leurs collections.

L'adaptation et le changement

Ce processus de mobilisation a permis de confirmer que les musées continuent d'être très prisés par les Canadiens, tant comme lieux d'apprentissage et d'inspiration que comme lieux aidant les Canadiens à se comprendre et à comprendre les autres. Les gens accordent une grande confiance aux musées canadiens, mais ils tiennent à ce que ceux-ci deviennent plus inclusifs et représentatifs d'un pays de plus en plus diversifié, à ce qu'ils jouent un rôle dans la réconciliation avec les peuples autochtones et à ce qu'ils deviennent des agents de changement social. L'AMA est reconnaissante envers les nombreux commentaires et suggestions qu'elle a

reçus dans le cadre de ce processus. Ces commentaires et suggestions seront d'une très grande valeur pour repenser les musées du Canada.

Aperçu du projet

La raison d'être

Les événements survenus au cours des dernières années ont donné lieu à un sentiment d'urgence pour la tenue de discussions au sujet du changement social.

De la réconciliation avec les Autochtones au mouvement la vie des Noirs compte, en passant par le changement climatique, les choses évoluent rapidement. Et même si la pandémie de la COVID-19 a bouleversé la vie de chacun, il est important d'examiner comment les institutions culturelles du Canada, y compris nos musées, peuvent jouer un rôle dans ce qui est désormais un avenir incertain. Dans le cadre de cet examen, nous tenions à mobiliser des Canadiens aux milieux, aux régions et aux expériences variés afin d'obtenir leurs précieux commentaires sur la signification des musées à leurs yeux, sur les raisons pour lesquelles les musées sont importants et sur ce à quoi ils devraient ressembler à l'avenir afin de maximiser leur valeur, leur pertinence et leur engagement au sein de nos communautés et de la société. Nous tenions aussi à comprendre certains des obstacles à la fréquentation des musées par les Canadiens et à savoir comment ces obstacles peuvent être surmontés.

La méthodologie

Sur une période de six mois, soit d'octobre à mars 2021, Hill+Knowlton Stratégies a entrepris une série de consultations au nom de l'Alberta Museums Association² au moyen d'un sondage en ligne, de séances de dialogue en ligne et de recherches sur l'opinion publique afin d'explorer là où en sont les musées de nos jours, et comment ils doivent se positionner pour maximiser leur valeur. Par ailleurs, l'Alberta Museums Association a convoqué une réunion de plusieurs fellows de l'Association des musées canadiens afin d'obtenir leur point de vue sur les défis et les occasions auxquels les musées du Canada font face.

Le sondage en ligne

Quand nous avons demandé aux répondants du panel de citer jusqu'à trois des fonctions les plus importantes des musées, près des trois quarts des répondants ont indiqué que les musées sont des lieux permettant d'enseigner l'histoire et le monde naturel (73 %), et de préserver l'histoire (71 %). Deux répondants sur cinq (41 %) ont affirmé que les musées aident les visiteurs et les touristes à découvrir une région ou un lieu, et le tiers (33 %) a déclaré qu'ils aident les gens à comprendre les importants enjeux culturels et sociaux. Moins d'un répondant sur cinq a indiqué que les musées sont des lieux permettant de faire progresser les connaissances à titre d'institutions de recherche (19 %), des lieux pour les sorties personnelles ou en famille (18 %) ou des espaces communautaires au même titre que les bibliothèques

² Ce projet est dirigé par l'Alberta Museums Association en partenariat avec un consortium composé d'associations muséales provinciales et territoriales et de l'Association des musées canadiens. Le consortium représente la communauté muséale canadienne des quatre coins du pays. Il travaille en collaboration pour s'occuper des besoins du secteur canadien des musées.

publiques (17 %) comme trois fonctions les plus importantes des musées, tandis que le fait de servir de contexte et d'inspiration concernant les enjeux actuels les plus pressants, comme le changement climatique, a été mentionné par environ une personne sur sept (14 %). Bien que les jeunes et les personnes âgées (de 65 ans et plus) ont choisi « renseigner les gens sur l'histoire et le monde naturel » (69 %) et « préserver l'histoire » (64 %) plus souvent, les personnes âgées étaient plus susceptibles de voir ces rôles changer à l'avenir, tandis que les jeunes étaient moins susceptibles de voir ces rôles changer.

Les deux tiers (68 %) des répondants étaient des femmes, 29 % étaient des hommes et 1 % se sont identifiés comme « autre ». Juste un peu moins de la moitié (46 %) a déclaré avoir des enfants, et trois sur cinq (62 %) ont affirmé qu'ils travaillent avec des jeunes de moins de 18 ans, bien que 20 % aient indiqué qu'ils travaillent dans le domaine de l'éducation.

Près de la moitié des répondants (49 %) vit dans des régions urbaines, 22 % dans des régions semi-urbaines, 27 % dans des régions rurales et 2 % dans des régions éloignées. Environ le quart des répondants (27 %) étaient de l'Ontario, un sur cinq (20 %) était de l'Alberta, et un sur six (16 %) était du Québec. Les autres étaient de la Colombie-Britannique (10 %), de la Nouvelle-Écosse (7 %), de la Saskatchewan (6 %), du Nouveau-Brunswick (5 %), du Manitoba (4 %) et du reste du Canada (4 %). La répartition des répondants selon l'âge était assez égale, 26 % des répondants étant âgés de 65 ans et plus, 23 % de 55 à 64 ans, 17 % de 45 à 54 ans, 16 % de 25 à 34 ans et 14 % de 35 à 44 ans. Cinq pour cent des répondants avaient entre 18 et 24 ans.

Parmi les répondants ayant accepté de donner de plus amples renseignements à leur sujet, environ un répondant sur 11 (9 %) a affirmé souffrir d'une invalidité, 7 % se sont identifiés comme LGBTQ2S+³, 4 % se sont identifiés comme PANDC⁴, 5 % comme Métis et 1 % comme membre des Premières Nations. Quatre pour cent ont déclaré qu'ils étaient des immigrants récents au Canada, et une autre tranche de 4 % a affirmé faire partie d'une minorité linguistique.

Les séances de dialogue

En novembre et en décembre 2020, Hill+Knowlton Stratégies a prêté main-forte à l'Alberta Museums Association en organisant quatre séances de dialogue en ligne (une en français et trois en anglais) afin que les Canadiens intéressés puissent exprimer leur vision de l'avenir des musées. Les participants devaient s'inscrire pour avoir le droit de participer à ces séances.

Une campagne de participation a été menée à bien sur les médias sociaux, à laquelle se sont ajoutés des contacts directs avec les associations membres du consortium, les musées membres des associations muséales provinciales et territoriales, des organisations de la société civile, des éducateurs et la communauté des arts. Un petit montant d'argent a été offert aux

³ Lesbien, gai, bisexuel, transgenre, queer ou en questionnement, bispirituel

⁴ Personnes autochtones, noires et de couleur

membres du public qui ont participé aux séances sans pour autant représenter une entreprise, une organisation ou une institution. En tout, 87 participants des quatre coins du Canada ont participé aux quatre séances.

La réunion des fellows de l'AMC

Le 16 décembre 2020, l'Alberta Museums Association a organisé une réunion en ligne avec certains fellows de l'Association des musées canadiens pour prendre connaissance de leur vision des musées de l'avenir afin de créer de la valeur aux yeux des communautés et de savoir comment concrétiser cette vision. Les sept fellows qui ont participé à cette réunion étaient de la Colombie-Britannique, de l'Alberta et du Québec.

La recherche sur l'opinion publique

En guise de complément aux commentaires obtenus au sondage en ligne, aux séances de dialogue et à la réunion des fellows de l'AMC, Hill+Knowlton Stratégies a réalisé une recherche sur l'opinion publique par l'intermédiaire du panel en ligne de Léger Opinion, ce qui lui a permis de sonder 1 400 Canadiens entre le 12 et le 17 mars 2021. L'échantillon a été choisi au hasard, en fonction de quotas à l'image des données de recensement pour ce qui est de l'âge, du genre et des régions du Canada. Les répondants qui se sont identifiés comme « Autochtones » et ceux dont le revenu du ménage était inférieur à 40 000 \$ ont été suréchantillonnés dans une mesure de 200 cas pour chacune de ces catégories. Les données ont été pondérées afin d'assurer une bonne représentation par âge, genre et région. La marge d'erreur connexe d'un échantillon probabiliste de n=1400 est de $\pm 2,6$ %, 19 fois sur 20.

Revenu – Répondants de la recherche d'opinion

Hill+Knowlton Stratégies a réuni les données provenant du sondage en ligne, des séances de dialogue, de la réunion des fellows et de la recherche sur l'opinion publique et en a résumé les constatations dans ce rapport. De plus amples renseignements sont fournis dans les annexes de ce rapport.

Les constatations

Ce que nous avons entendu : Les musées d'aujourd'hui

Pour imaginer les musées de demain, il était important de comprendre comment les musées sont perçus et utilisés à l'heure actuelle, et comment ces perceptions et utilisations ont changé au fil du temps. Selon une étude réalisée en 1974, quatre Canadiens sur cinq estimaient que les musées jouaient un rôle dans la qualité de vie de leur communauté. Par ailleurs, presque toutes les personnes interrogées (96 %) voulaient que les musées préservent le passé et qu'ils aident

le public à se renseigner sur l'art, la nature et l'histoire.⁵ D'après une étude semblable réalisée en 2016, ces perceptions avaient toujours cours, 96 % des Canadiens estimant que les musées étaient des sources d'information de confiance du point de vue historique.⁶

Bien des choses ont changé depuis, notamment le fait que le Canada soit un pays plus varié et âgé, et que la population est de plus en plus instruite et branchée. Par ailleurs, les discussions au sujet de questions comme la réconciliation avec les peuples autochtones, la vie des Noirs compte et le changement climatique se font de plus en plus pressantes.

Dans le cadre de notre processus de mobilisation, nous avons demandé aux répondants de notre sondage en ligne et au panel en ligne de Léger Opinion de nous faire part de leurs expériences au sujet des musées se trouvant dans leur communauté. Les fellows de l'AMC ont également consacré une partie de leur réflexion à la situation actuelle des musées canadiens.

L'expérience muséale

Presque tous les répondants au sondage (94 %) vivent à proximité d'un musée. Les deux tiers d'entre eux (67 %) visitent un musée au moins trois fois par année et 39 %, plus de six fois par année. La plupart des gens (89 %) visitent les musées pendant leurs voyages, et un pourcentage presque aussi grand (83 %) de gens fréquentent les musées à l'occasion d'expositions spéciales. Les deux tiers (67 %) visitent les musées lorsqu'il y a des événements spéciaux comme les inaugurations d'expositions, des exposés et des galas, et trois personnes sur cinq (61 %) affirment aller aux musées quand ils ont des visiteurs. Environ le tiers des répondants (35 %) va au musée en raison de programmes particuliers comme des camps, des cours et des visites guidées, et une personne sur sept (14 %) s'y rend quand des occasions ou des événements spéciaux (comme des mariages, des fêtes d'anniversaire, etc.) y sont organisés. Un petit nombre de répondants (6 %) a affirmé n'aller aux musées que lorsque l'entrée est gratuite.

Dans le cas des personnes qui ont participé au panel de Léger Opinion, une personne sur cinq (20 %) a indiqué qu'elle fréquente souvent les musées, dont 19 % entre deux et six fois par année, et 1 % plus d'une fois par mois. Cependant, ce chiffre a diminué d'environ du quart depuis l'avènement de la COVID-19, lorsqu'un répondant du panel sur quatre (26 %) fréquentait souvent les musées. Environ trois personnes sur cinq (62 %) visitent maintenant les musées à l'occasion, soit une fois par année (19 %) ou une fois à intervalle de quelques années (43 %), un chiffre un peu plus élevé qu'avant la pandémie, lorsque 57 % des personnes visitaient les musées à l'occasion. Quant aux personnes qui ont affirmé ne jamais aller au musée, le pourcentage est resté sensiblement le même, soit environ une personne sur six (16 % avant la COVID-19, et 17 % après celle-ci).

⁵ Dixon, B.; Courtney, A; Bailey, R., *Le musée et le public canadien*. Toronto : Publié pour la Direction générale des arts et de la culture, Secrétariat d'État, Gouvernement du Canada par Culturcan Publications, 1974

⁶ *Les arts et le patrimoine : Sondage sur l'accès et la disponibilité 2016-2017*, ministère du Patrimoine canadien, 2017. <https://conseildesarts.ca/recherche/repertoire-des-recherches/2017/07/les-arts-et-le-patrimoine>

Presque tous les répondants au sondage (94 %) ont déclaré qu'ils se sentent les bienvenus aux musées et qu'ils répondent aux besoins de leurs visites, tandis que seulement 2 % des répondants ont indiqué que ce n'était pas le cas. Dans le cas des répondants du panel en ligne, 83 % ont affirmé se sentir les bienvenus aux musées, tandis que 5 % estimaient ne pas se sentir les bienvenus.

Les jeunes (répondants de 18 à 24 ans) qui ont participé au panel ont affirmé qu'ils visitent les musées à un taux comparable à celui du grand public, avec plus de 40 % d'entre eux ayant visité un musée au moins une fois dans l'année précédant la COVID-19, et 21 % ayant visité un musée de deux à six fois. Par ailleurs, les jeunes ont déclaré qu'ils se sentaient les bienvenus aux musées, dans un pourcentage un peu moins élevé (87 %) que l'ensemble des répondants au sondage.

Pour les répondants au sondage, la plus grande considération quand vient le temps de planifier une visite au musée, c'est la pertinence et la qualité des expositions. C'est ce qu'ont déclaré 88 % des répondants. Le coût de la visite est une considération pour un peu plus de la moitié (53 %) des répondants, suivi de l'aspect sécuritaire du musée dans le contexte de la COVID-19 (43 %).

Environ le tiers des répondants tenait compte des programmes du musée (36 %) et des aires de repos (33 %). Environ une personne sur quatre planifiant une visite au musée accorde de l'importance aux aires de restauration (27 %), à l'accessibilité (25 %), aux activités pour enfants comme les expositions interactives, les programmes de découverte et les camps de jour (23 %) et aux espaces extérieurs (23 %). Un peu plus d'une personne sur cinq (22 %) accorde de l'importance aux endroits où magasiner au musée.

Dans la même optique, nous avons demandé aux répondants du sondage en ligne de nous signifier l'importance de divers éléments par rapport à leur expérience muséale générale. Compte tenu du classement des facteurs qu'ils prennent en considération avant de visiter un musée, il n'est pas surprenant que les expositions figurent en tête de liste. Un peu plus de neuf personnes sur dix (91 %) considèrent que des expositions nouvelles, évolutives ou temporaires constituent un facteur important, ce qui est suivi, de près, par les collections permanentes d'un musée (88 %) et par les expositions itinérantes (83 %). Les programmes d'apprentissage, comme les démonstrations ou les exposés, revêtent de l'importance pour 82 % des répondants, de même que les activités pour enfants, comme les expositions interactives, les programmes de découverte et les camps de jour (80 %), les événements spéciaux comme les journées portes ouvertes, les festivals, etc. (75 %) et les visites guidées de musées (66 %). Parmi les aménagements considérés comme les plus importants par les répondants, notons les aires de repos (72 %), les magasins (50 %) et les aires de restauration (48 %). Les avantages d'une adhésion au musée sont importants pour environ la moitié des répondants (49 %), et ils ne sont pas importants pour environ une personne sur cinq (22 %). Les espaces destinés à des événements comme les mariages, les anniversaires de naissance ou les événements corporatifs avaient de l'importance pour seulement le tiers (33 %) des répondants, tandis qu'un nombre un peu plus grand que ce pourcentage (37 %) a affirmé que ces facteurs n'importaient pas.

Le rôle des musées

Selon les répondants au sondage, les musées jouent de nombreux rôles dans la vie des gens et de la vie de leurs communautés.

Voici certains des rôles quasi universels des musées : des lieux propices à l'apprentissage et à l'inspiration (97 %), des lieux voués à la préservation et à l'entretien de l'art et des objets (95 %), des lieux pour aider les visiteurs et les touristes à découvrir une région ou un lieu (94 %) et des lieux favorisant la compréhension d'autres cultures et communautés (93 %). La plupart des personnes estiment que les musées favorisent leur épanouissement personnel (96 %), sont des lieux pour des sorties en famille (89 %) et des lieux sécuritaires (88 %). Parmi les autres rôles importants, notons la prestation d'informations et de perspectives sur des enjeux culturels et sociaux importants (88 %), le fait de faire progresser les connaissances à titre d'institutions de recherche (87 %), le fait de servir de lieu de loisir, de relaxation et de divertissement (83 %) et le fait de servir de lieu contribuant à la santé et au bien-être, y compris la santé mentale (81 %). Par ailleurs, les répondants considèrent que les musées améliorent une communauté à titre d'emblèmes ou d'éléments architecturaux (87 %), d'espaces publics au même titre que les bibliothèques publiques (85 %), d'espace pour réfléchir ou être seul (79 %) et de lieu de rassemblements publics (76 %). Un répondant sur dix a affirmé que les musées créent des liens intergénérationnels ou des liens avec l'histoire, et un répondant sur 20 a déclaré que les musées sont des moteurs économiques dans leur communauté.

Pour les répondants du panel, les musées avaient de nombreux rôles importants, près de neuf répondants sur dix (87 %) affirmant que les musées devraient préserver les objets et les connaissances de l'histoire du Canada. Environ quatre répondants sur cinq s'entendaient pour dire que les musées devraient préserver les objets et les connaissances de l'histoire autochtone (81 %) et qu'ils devraient montrer et expliquer les importantes réalisations scientifiques et technologiques, les caractéristiques importantes du monde de la nature et les réalisations culturelles importantes (82 %). Un peu plus des trois quarts des répondants (77 %) ont soutenu que les musées devraient aider les gens à comprendre et à accommoder les gens d'autres régions et cultures.

Par ailleurs, notre sondage a révélé que les musées peuvent inspirer les gens de maintes manières, y compris à titre de lieux qui suscitent la curiosité, entraînent l'émerveillement et encouragent la créativité et le « plaisir d'apprendre », et ce, d'après 92 % des répondants. De même, les musées sont perçus comme d'excellents établissements éducatifs qui conviennent aux enfants (88 %), de lieux qui cultivent et soutiennent des intérêts précis (87 %) et de lieux favorisant l'épanouissement personnel et le bien-être (82 %). Ils améliorent également la qualité de vie d'une communauté (84 %), ont une influence positive sur la santé mentale et offrent un environnement calme et reposant (81 %), et procurent aux gens un sentiment d'appartenance à une communauté (77 %). Quand nous avons demandé aux répondants de nommer d'autres manières dont les musées les inspirent, 3 % ont affirmé qu'ils inspirent la conversation et l'action au sujet d'enjeux sociaux importants et qu'ils représentent d'autres cultures et différences, et 2 % ont déclaré qu'ils inspirent la tolérance, la compréhension ou l'acceptation.

Quand nous avons demandé aux répondants du panel de citer jusqu'à trois des fonctions les plus importantes des musées, près des trois quarts des répondants ont indiqué que les musées sont des lieux permettant d'enseigner l'histoire et le monde naturel (73 %), et de préserver l'histoire (71 %). Deux répondants sur cinq (41 %) ont affirmé que les musées aident les visiteurs et les touristes à découvrir une région ou un lieu, et le tiers (33 %) a déclaré que les musées aident les gens à comprendre les importants enjeux culturels et sociaux. Moins d'un répondant sur cinq a indiqué que les musées sont des lieux qui permettent de faire progresser les connaissances à titre d'institutions de recherche (19 %), des lieux pour les sorties personnelles ou en famille (18 %) ou des espaces communautaires au même titre que les bibliothèques publiques (17 %) comme trois fonctions les plus importantes des musées, tandis que le fait de servir de contexte et d'inspiration concernant les enjeux actuels les plus pressants, comme le changement climatique, a été mentionné par environ une personne sur sept (14 %). Bien que les jeunes et les personnes âgées (de 65 ans et plus) ont choisi « renseigner les gens sur l'histoire et le monde naturel » (69 %) et « préserver l'histoire » (64 %) plus souvent, les personnes âgées étaient plus susceptibles de voir ces rôles changer à l'avenir, tandis que les jeunes étaient moins susceptibles de voir ces rôles changer.

Au sujet de la question des musées locaux au sein de leur communauté, la plupart des répondants du panel en ligne (83 %) ont convenu du fait qu'ils constituent des lieux permettant de se familiariser avec l'histoire d'un endroit particulier, tandis qu'environ les trois quarts des répondants ont soutenu qu'ils rallient les communautés en leur rappelant les réalisations et les découvertes des environs (77 %) et qu'ils ajoutent de la valeur à leur communauté (74 %). Un pourcentage un peu plus faible de répondants a souligné que les musées locaux procurent un sentiment de communauté (70 %) et qu'ils peuvent servir de lieu d'interaction avec la communauté (68 %). Toutefois, quand nous leur avons demandé s'ils connaissent les musées de leur propre communauté, seulement les deux tiers (65 %) ont affirmé être au courant de leur présence, et seulement une personne sur huit (13 %) a déclaré faire de fréquentes visites à un musée local. Plus du quart des répondants du panel (27 %) a avancé ne pas être au courant de l'existence des musées locaux, et deux répondants sur cinq (39 %) ont indiqué n'avoir jamais visité de musée local. Les jeunes visitent les musées locaux plus souvent que le Canadien moyen. En effet, d'après leurs réponses, les personnes de ce groupe d'âge soutiennent qu'elles sont allées à un musée local au moins une fois à intervalle de quelques années, ce qui représente un taux plus élevé dans une mesure de 10 % que l'ensemble des répondants du panel, et moins d'un jeune sur trois (31 %) n'avait jamais visité de musée local.

Les musées dans la société

Presque tous les répondants au sondage (92 %) ont déclaré que les musées les aident à apprendre au sujet du monde qui les entoure, mais seulement un sur cinq (20 %) a déclaré que c'est parce qu'ils sont représentatifs du monde d'aujourd'hui.

(Ces chiffres ont différencié un peu dans le cas des répondants du panel en ligne, 78 % d'entre eux ayant soutenu que les musées les aident à apprendre, mais 28 % ayant indiqué qu'ils sont représentatifs du monde d'aujourd'hui.) Seulement 3 % des répondants au sondage ont

soutenu que les musées ne peuvent pas les aider, et 5 % n'en étaient pas certains. Quatre répondants sur cinq au sondage (79 %) ont déclaré que les musées racontent des histoires qui leur importent et qui importent à leur communauté, et qu'ils sont représentatifs de leurs intérêts et de leurs besoins grâce à leurs expositions, leurs collections et leurs programmes, tandis qu'environ un répondant sur 12 (8 %) a affirmé que ce n'est pas le cas, et 13 % n'en étaient pas certains. Les jeunes répondants s'entendaient pour dire que les musées aident les gens à se renseigner sur le monde qui les entoure. Cela dit, selon eux, les musées ne donnent pas toujours une représentation exacte du monde d'aujourd'hui. Un peu plus du tiers (36 %) des jeunes affirme que les musées ont un rôle très important à jouer pour fournir un contexte aux importants enjeux culturels et sociaux de l'heure.

Les répondants du panel en ligne étaient moins certains à savoir si les musées racontent bien les histoires représentatives de leurs valeurs et de celles de leurs communautés. Ainsi, moins de trois répondants sur cinq ont déclaré que c'était le cas (57 %) et que les musées tiennent compte de leurs besoins culturels dans leurs expositions, leurs collections et leurs programmes (54 %). Environ un répondant du panel sur six (17 %) – et plus du quart (28 %) des personnes âgées de 18 à 24 ans – estime que les musées ont tendance à ne représenter que les approches culturelles européennes.

Nous sommes allés plus loin en demandant aux répondants au sondage dans quelle mesure les musées aident les gens à comprendre divers enjeux sociaux et économiques, et comment ils les aident à les aborder de manière positive. Voici les trois enjeux les plus souvent cités : l'inclusion et l'accessibilité (69 %), les progrès technologiques et numériques (68 %) et la réconciliation avec les Autochtones (67 %). Parmi les autres enjeux qui ont été mentionnés par plus de la moitié des répondants, notons la mondialisation (61 %), le mieux-être, le bien-être et la santé mentale (54 %), les inégalités socioéconomiques (53 %), l'injustice raciale (52 %), les inégalités des genres (52 %) et les changements climatiques (51 %). L'incertitude liée à l'économie ou à l'emploi figurait en bas de liste, avec 32 % des personnes indiquant que les musées peuvent aider à améliorer la compréhension de cet enjeu et 27 % indiquant que ce n'est pas le cas, de même que la pandémie de la COVID-19 (31 % des répondants croyant que les musées peuvent aider dans ce sens, et 26 % croyant qu'ils ne peuvent pas).

Les fellows de l'AMC

Bien que la réunion avec les fellows ait principalement porté sur leur vision des musées de demain et sur les mesures à prendre pour y parvenir, certaines observations sur les défis auxquels font face les musées d'aujourd'hui ont été formulées. Parmi celles-ci, notons un système de financement principalement axé sur les collections, l'insuffisance des communications entre les musées, une dépendance excessive vis-à-vis des bénévoles (y compris les membres des conseils) et un manque d'attention accordé aux questions de durabilité. Certains fellows ont déclaré que souvent, les musées n'ont pas de pertinence aux yeux des communautés autochtones et des communautés de migrants, et que les expositions itinérantes sont des expériences axées sur des spectacles et des événements qui ne se rapportent habituellement pas au musée ou à la communauté. Les fellows ont fait remarquer

que les musées jouissent de niveaux de confiance élevés sur lesquels il est possible de miser, et que les petits musées réussissent souvent mieux à innover et à faire des changements que les plus grands musées.

Par ailleurs, les fellows ont fait mention de musées qui sont, à leur avis, exemplaires, comme l'International Slavery Museum (Royaume-Uni), le Museum as Muck (Royaume-Uni), le Kvveener Museum (Suède), le Tenement Museum (États-Unis), le District Six Museum (Afrique du Sud), et plusieurs musées à Umeå, en Suède.

Ce que nous avons entendu : Les musées de l'avenir

Un des principaux objectifs de ce processus de mobilisation consiste à déterminer ce à quoi les musées de l'avenir devraient ressembler selon les Canadiens afin de maximiser leur valeur, leur pertinence et leur présence dans nos communautés et notre société, ou comme un des fellows l'a formulé pendant la réunion : « Si on fermait nos portes, est-ce que quelqu'un recréerait les musées? Et si oui, que créeraient-ils? »

Une bonne partie de la discussion au sujet des musées de l'avenir a eu lieu dans le cadre des séances de dialogue et de la réunion des fellows. Cela dit, les répondants du sondage en ligne et du panel ont exprimé, dans une certaine mesure, leur point de vue à savoir si les musées devraient changer et comment ils devraient changer.

L'accessibilité et l'atmosphère

Les participants aux séances de dialogue ont fait remarquer qu'en ce moment, les musées sont principalement axés sur la clientèle de la classe moyenne et des gens instruits, ce qui fait des musées des lieux moins invitants pour bien des personnes au Canada. Ils ont suggéré qu'il faut que les musées deviennent moins « guindés » et traditionnels afin d'être plus inclusifs et qu'ils touchent un groupe démographique plus vaste. (Fait intéressant, quand nous avons demandé aux répondants du panel si les musées étaient seulement destinés à l'élite, seulement un répondant sur 11 (9 %) a exprimé son accord avec cet énoncé, tandis que plus des trois quarts (78 %) ont avoué ne pas être en accord avec cet énoncé.)

Dans le cadre des séances de dialogue, nous avons entendu que les musées doivent servir la communauté, doivent faire preuve de souplesse quant à la manière dont ils s'adaptent aux exigences et aux situations changeantes et doivent répondre aux besoins du public en présentant de l'information assimilable et pertinente aux yeux des non-initiés pour qu'ils puissent comprendre l'information et s'y identifier d'une manière ou d'une autre. Un participant a mentionné que le fait d'offrir des services dans plusieurs langues pourrait être une considération importante, car cela pourrait aider les gens à se rapprocher de leurs musées, avoir des incidences sur la façon dont ils entendent et absorbent le contenu, et faire en sorte de soutenir leur intérêt envers la programmation des musées.

Il y a eu une bonne discussion sur la « voix » des musées, les participants aux séances de dialogue affirmant que généralement parlant, les musées devraient rester neutres et ne pas montrer aux gens comment ils doivent se sentir ou leur imposer des perspectives. Les fellows de l'AMC avaient tendance à être d'accord avec ce principe, certains faisant remarquer que les musées devraient délaissier leur rôle de lieux où sont présentés des objets ou des idées pour adopter un rôle qui conteste et raconte les dures vérités des enjeux de la société civile. « Il faut passer des objets aux sujets », a déclaré un fellow, citant ainsi les musées des favélas du Brésil à titre d'inspiration.

Pour ce qui est des répondants du panel en ligne, leurs points de vue étaient plus mitigés, 70 % d'entre eux s'entendant pour dire que la présentation du matériel et des expositions par les musées devrait être neutre et impartiale, 50 % affirmant que les musées devraient être progressifs et nous montrer de nouvelles manières de penser, 49 % soutenant que les musées devraient représenter les anciennes manières de penser, et 40 % avançant que les musées devraient prendre position en présentant des expositions qui défient le statu quo. (Quatre participants au panel sur cinq (80 %) âgés de 65 ans et plus sont d'accord ou fortement d'accord avec le fait que la présentation du matériel par les musées devrait être neutre, une opinion qui n'a été exprimée que par les deux tiers (65 %) des personnes âgées de 18 à 24 ans.) Environ deux fois plus de répondants du panel estimaient que les musées devraient offrir plus d'« interprétations » du matériel présenté (40 %) comparativement à ceux (22 %) qui estimaient qu'il devrait y en avoir moins. Bien que le pourcentage de 57 % des jeunes qui s'entendent pour dire que les musées devraient être progressifs ne démarque pas considérablement ce segment démographique de la moyenne, l'ambivalence et le désaccord des jeunes sont souvent surindexés par rapport à l'énoncé selon lequel les musées sont principalement représentatifs des anciennes façons de penser.

Nous avons aussi entendu qu'il faut en faire plus pour que les gens aient plus facilement accès aux musées en abolissant les droits d'entrée, soit en offrant des expositions gratuites dans certaines parties des musées soit en faisant en sorte que certains groupes aient accès gratuitement à l'ensemble des musées, et en déployant davantage d'efforts pour que les collections et les programmes soient accessibles en ligne.

« Les droits d'entrée ne sont pas le seul obstacle, car même quand les expositions sont gratuites, c'est encore la population de la classe moyenne qui profite de ces occasions. Il y a aussi un obstacle psychologique. Les gens ne pensent pas à aller aux musées parce qu'ils ne s'y identifient pas ou parce qu'ils trouvent que les musées sont trop guindés. »

– Participant à une séance de dialogue

Les répondants au sondage en ligne s'entendaient pour dire qu'il faut que les histoires racontées par les musées soient plus pertinentes quand nous leur avons demandé de nommer trois choses qui les inciteraient à visiter un musée plus souvent. Leur suggestion la plus populaire était que les musées racontent des histoires qui sont importantes à leurs yeux (43 %) et aux yeux de différentes communautés (39 %), ce qui devançait de beaucoup leurs autres suggestions consistant, par exemple, à avoir plus de musées près de chez eux (29 %), à avoir des

espaces plus ouverts et accessibles gratuitement (29 %) et faire en sorte que les musées coûtent moins chers à visiter (24 %).

Les répondants au sondage ont également fait des suggestions quant à la manière dont les musées peuvent mieux aborder les enjeux sociaux comme la réconciliation avec les Autochtones, l'injustice raciale, les inégalités des genres et les changements climatiques. Les deux tiers (65 %) ont déclaré que les musées devraient jouer un rôle de premier plan en matière d'éducation et un peu plus de la moitié (52 %) a soutenu qu'ils doivent être plus représentatifs de tous les Canadiens. Quarante-quatre pour cent des répondants désirent que les musées jouent un rôle plus actif dans la promotion du changement social, 41 % veulent que les musées représentent mieux le passé colonial et les établissements colonisés du Canada, et 31 % estiment que les musées devraient être neutres et apolitiques. Un répondant sur sept (14 %) croit que les musées « font partie du problème » et 6 % ne croient pas que les musées peuvent avoir d'incidences sur les enjeux sociaux.

La collaboration

Les participants aux séances de dialogue ont déclaré que les musées doivent en faire plus pour la communauté afin d'établir la confiance et de fidéliser le public, ce qui comprend le fait d'avoir des membres de la communauté au sein de la direction et des conseils d'administration. Il devrait y avoir une plus grande collaboration avec les groupes communautaires, les artistes locaux et l'industrie du tourisme, car les occasions de partenariats et d'interpromotions sont importantes du point de vue des affaires et de la culture, sans compter qu'elles aident les gens à comprendre la valeur des musées. Ce fait revêt une importance particulière pour les musées des petites communautés dont le personnel et les ressources sont restreints.

Nous avons aussi entendu qu'il faudrait « décoloniser » les musées, car chacune des histoires comporte vraisemblablement d'autres facettes, et que les musées devraient travailler en collaboration avec les groupes culturels visés par ces histoires et non pas seulement s'entretenir avec eux. Les communautés autochtones, les Premières Nations, les Métis, les LGBTQ2+ et d'autres groupes devraient jouer de plus grands rôles pour diriger et guider ces espaces culturels, peut-être grâce à la création de comités consultatifs. Les communautés autochtones doivent avoir un plus grand contrôle sur le récit de leurs histoires.

Les espaces physiques et virtuels

Dans le cadre des séances de dialogue, les participants s'entendaient pour dire que les musées de l'avenir doivent à la fois être des espaces physiques et des espaces virtuels, car certaines expériences d'interprétation faisant partie d'un espace physique ne peuvent être reproduites en ligne ou virtuellement. Pour ce qui est des options en ligne, elles permettent aux musées d'atteindre des gens qui ne les fréquenteraient peut-être pas, y compris des personnes de la communauté locale, comme cela a été le cas pendant la pandémie de la COVID-19. Les lieux physiques devraient être plus immersifs, avec plus d'expériences audiovisuelles, tandis que les

espaces virtuels pourraient offrir une expérience plus confortable, moins « guindée », et qu'ils pourraient être animés par une personne non initiée ou un membre de la communauté.

« Les musées devraient être le cœur de la communauté. Ils devraient être polyvalents et être perçus non seulement comme des musées. Un musée devrait servir de lieu de rassemblement, de lieu pour la tenue d'événements, de lieu pour rencontrer des amis ou de lieu pour organiser des réunions d'affaires. Il est important de le mettre à la disposition du public et de le rendre plus accueillant en y ajoutant des restaurants, des cafés ou des lieux d'exposition gratuits afin que les gens de la région soient encouragés à y aller souvent. »

– Participant à une séance de dialogue

Ce que nous avons entendu : Comment devenir le musée de l'avenir

L'accessibilité

Nous avons entendu que le fait de rendre les musées plus accessibles a trait non seulement à la façon dont les gens les visitent, mais aussi à ce qu'il leur en coûte pour les visiter.

Les participants aux séances de dialogue ont fait remarquer que l'art et la culture appartiennent à tous, mais que les droits d'entrée peuvent constituer un obstacle ou un facteur dissuasif pour certains. La programmation ou les visites virtuelles offertes gratuitement sont d'excellents moyens pour les gens d'obtenir un « avant-goût » du musée, après quoi ils peuvent être plus susceptibles d'être prêts à déboursier pour voir le reste du musée. L'entrée gratuite à une section du musée, à la boutique de cadeaux ou au café pourrait même être une bonne façon d'intéresser les gens à payer pour l'entrée complète. Les participants ont suggéré que des programmes à l'entrée gratuite pourraient être mis sur pied pour certains groupes ou certains segments démographiques, ou qu'un système d'« entrée au musée au moyen d'un don » pourrait être adopté et pour lequel les visiteurs seraient incités à payer un certain montant recommandé pour accéder au musée, tout en leur permettant de ne payer que le montant que vaut leur visite à leurs yeux. Une autre suggestion consistait à établir un programme de « donner au suivant » selon lequel certaines personnes paient les droits d'entrée de personnes qui n'en ont pas les moyens, car cela encouragerait l'accessibilité des personnes qui ne pensent pas à aller aux musées ou qui ne se sentent pas les bienvenues. Un participant a avancé que les musées pourraient s'associer aux bibliothèques locales pour qu'une carte d'accès à la bibliothèque donne également accès à un laissez-passer gratuit à un musée.

Les participants croient que les musées doivent déployer plus d'efforts pour être à l'esprit des gens, tant au moyen d'une plus grande présence dans les médias sociaux pour sensibiliser les gens aux options se trouvant dans leur communauté que d'une approche consistant à « faire descendre les musées dans les rues » par le biais d'expositions itinérantes en divers endroits de la communauté ou d'une approche de « musée en boîte » permettant au musée d'aller vers le public au lieu que le public aille vers eux. Par exemple, cela pourrait vouloir dire d'apporter les artefacts et les collections dans des lieux comme les foyers pour personnes âgées ou les écoles.

La pertinence et la collaboration

En s'appuyant sur la suggestion selon laquelle les musées de l'avenir doivent créer des expositions et des expériences qui revêtent une plus grande pertinence aux yeux de groupes divers de la communauté, les participants aux séances de dialogue ont fait remarquer la nécessité, pour les musées, de travailler en collaboration avec ces groupes afin d'être mieux au courant de leurs histoires. Les gens veulent être représentés dans leurs musées, surtout ceux des petites communautés. Une personne estimait qu'il serait pratique de créer un registre national de musées et de galeries en ligne afin qu'ils puissent y consigner leurs histoires de réussite et les partager.

Les fellows de l'AMC ont également exprimé le besoin de s'entretenir avec la population pour savoir ce qu'elle attend des musées et pour déterminer si les communautés diverses estiment qu'elles sont représentées par les musées. Un nouveau modèle de gouvernance pourrait s'avérer nécessaire et pourrait comprendre des gens de la communauté qui réévalueraient et repenseraient les approches en plus de s'assurer que les changements soient visibles. Les répondants du panel en ligne étaient d'accord avec ce principe, 58 % s'entendant pour dire que les musées devraient entretenir des dialogues avec les communautés locales afin de concevoir des programmes qui trouvent écho avec les intérêts des communautés, et plus d'un quart ayant exprimé leur intérêt à prendre part à des séances de mobilisation communautaire organisées par les musées des environs (29 %) ou à une séance de remue-méninges afin de pouvoir partager leurs idées en matière de choix et de contenu des expositions (28 %).

Selon un des fellows, les musées doivent devenir plus « vulnérables » et parler davantage d'intendance que de possession. Les musées sont encore des institutions de confiance, une assise sur laquelle les nouvelles histoires et approches s'appuient, mais ils doivent maintenir leur crédibilité même s'ils décident de s'éloigner de leur neutralité perçue. Une autre suggestion voulait que les organismes de financement évaluent leurs objectifs, car les projets de décolonisation ne peuvent se concrétiser que si quelqu'un décide de les financer.

Le financement

De bonnes discussions ont eu lieu au sujet du financement des musées de l'avenir. Les participants aux séances de dialogue ont fait remarquer que les musées doivent prendre un sens au sein de leur communauté afin de renforcer leur résilience financière à mesure que les gens prennent conscience de la valeur de leur établissement. Les participants ont souligné que les musées ont créé, dans une grande mesure, un modèle d'affaires qui repose sur le tourisme, mais la COVID-19 a fait ressortir les dangers liés à un tel modèle. (Quand nous avons demandé aux participants du panel en ligne si les musées étaient uniquement destinés aux touristes, seulement 10 % ont exprimé leur accord avec cet énoncé, tandis que plus des trois quarts (76 %) ont exprimé leur désaccord, et 11 % sont restés neutres à ce sujet.)

Même s'il faut plus de financement, la manière d'y parvenir a engendré diverses réponses. D'après certains participants aux séances de dialogue, les musées ont besoin d'un plus grand

soutien financier de la part des gouvernements, mais ils ont aussi besoin d'un plus grand soutien de la part des fondations et d'institutions comme les banques. Un fellow de l'AMC a pris une approche différente, suggérant que le Canada doit se rapprocher du modèle de l'Union européenne, qui dépend beaucoup moins du financement du secteur privé.

Par ailleurs, un participant a affirmé que du financement opérationnel de la part des gouvernements donnerait aux musées les moyens de diriger leurs installations tout en laissant libre cours à leur créativité et en leur donnant la possibilité d'en faire plus avec les autres sources de financement. Un autre participant a suggéré que des subventions ciblées devraient être accordées afin d'inciter les musées à faire des choses précises, comme offrir plus de contenu en français ou intensifier la représentation des groupes ethniques. Le personnel des musées devrait avoir droit à de meilleurs salaires et avantages sociaux afin de retenir une main-d'œuvre valable, instruite et passionnée. Conformément aux dires d'une personne, le personnel ne peut pas apporter de la valeur à la communauté par le biais des musées s'il ne se sent pas lui-même valorisé.

La redéfinition – Plus qu'un musée

Un thème qui est souvent ressorti des séances de dialogues est le besoin de repenser le musée de l'avenir, tant pour ce qui est de son espace physique que de sa raison d'être.

Certains participants ont déclaré qu'à l'instar des bibliothèques publiques, les musées doivent reconceptualiser leur espace physique à titre de lieu de rassemblement communautaire, devenant ainsi un lieu de rencontre et d'activité pour les gens et un lieu pour la tenue d'événements, au lieu d'être seulement un espace de présentation de collections. Les expériences offertes par les musées doivent être davantage immersives, expérientielles et interactives. Une personne a fait mention de l'ascension des musées privés qui créent des expériences pour les gens sur le marché des loisirs et qui deviennent des lieux que les gens peuvent visiter encore et encore. De nombreux participants ont exprimé leur accord avec la définition du musée proposée par le Conseil international des musées, définition qui comprend également les zoos, les centres de sciences et d'autres institutions éducatives informelles.

D'autres participants ont indiqué que les musées doivent se positionner à titre de centres d'expertise sur divers sujets, en instruisant et en divertissant les visiteurs, tout en se concentrant moins sur le fait d'être la seule « autorité des connaissances ». Ils doivent servir de moyen d'expression, redonner une voix aux conteurs d'histoires au lieu de raconter les histoires eux-mêmes, et faire en sorte que les récits ne sont pas exclusifs. Les musées devraient considérer s'ils seront des lieux neutres où les gens se sentent à l'aise, ou encore, s'ils doivent prendre position, perturber leur public et le faire réfléchir.

« Un exemple d'approche muséale différente est celui du Musée des relations rompues à Zagreb, en Croatie. Il s'agit d'un musée qui attire les gens de tout âge et remporte beaucoup de popularité. Les visiteurs sont désireux d'en savoir plus sur les objets qui s'y trouvent et

leurs histoires, représentant de tristes moments de la vie des gens. Ce musée saisit les émotions et encourage la réflexion. C'est ça qu'un musée devrait faire. »

– Participant à une séance de dialogue

Ce que nous avons entendu sur le rôle des musées

- Ils racontent une histoire.
- Ils tiennent compte des valeurs de leurs communautés et peuvent adopter un nombre infini de rôles (espace communautaire, lieu de scrutin pour les élections, lieu de culture d'aliments dans la communauté, par exemple).
- Ils instruisent les visiteurs.
- Ils peuvent permettre de concrétiser l'histoire et de cultiver un sens de magie et d'émerveillement.
- Ils empêchent les objets, les bâtiments et les terrains d'être des ressources d'utilisation simple.
- Ils protègent le passé tangible des communautés.
- Ils attirent les touristes, ce qui maintient la viabilité des communautés.

Conclusion

L'année qui vient de s'écouler a été empreinte de défis pour les Canadiens. L'urgence sanitaire mondiale a transformé notre quotidien et engendré des incertitudes économiques pour bien des gens et des institutions, y compris les musées du Canada. Au moment où nous nous préparons à faire face à l'avenir postpandémique, il est important d'explorer de quelle manière les musées peuvent faire partie de cet avenir. Ce processus de mobilisation avait pour but de nous aider à déterminer ce à quoi les Canadiens s'attendent de leurs musées et à recueillir des idées sur la façon de répondre à ces besoins. Nous tenons à remercier toutes les personnes qui ont participé au processus et qui ont formulé de nombreux commentaires et suggestions.

De toute évidence, les musées sont toujours des lieux très prisés, en tant que lieux d'apprentissage et d'inspiration, en tant que lieux de préservation des artefacts et en tant que lieux nous aidant à mieux nous comprendre et à mieux comprendre les autres. Il est également évident que les musées doivent s'adapter et changer s'ils veulent toujours être prisés, qu'ils doivent devenir plus inclusifs et représentatifs d'un pays de plus en plus varié, en plus de devenir des agents de changement social. Ce rapport intitulé *Ce que nous avons entendu* constitue une partie importante du processus visant à repenser les musées canadiens afin qu'ils continuent d'être pertinents, aujourd'hui et demain.