

Repenser la façon de parler

Introduction

Repenser les musées avait pour objectif de répondre à la question que signifient les musées pour les Canadiennes et les Canadiens? Par le biais de la reformulation de la valeur des musées et du repositionnement de la marque muséale, ce projet vise à offrir aux musées les outils et les énoncés nécessaires pour mieux se rapprocher de leurs communautés et mieux les servir, pour approfondir leurs liens avec elles et, par conséquent, pour renforcer leur pertinence aux yeux du public canadien.

Les ressources élaborées grâce à ce projet offrent des messages adaptables fondés sur les valeurs qui permettent de resserrer l'écart entre les musées et leurs publics cibles, d'étayer la valeur des musées au moyen de perspectives tirées de données, et d'aider à façonner le dialogue public concernant le rôle vital des musées au sein de notre société.

Ces recommandations en matière de formulations sont l'une des ressources que nous avons créées dans le cadre de *Repenser les musées*. Cette ressource renferme des recommandations fondées sur des données probantes pour illustrer comment parler de la valeur et du rôle changeants des musées en tenant compte des perceptions et des attentes du public et en prenant soin d'éviter certaines formulations désuètes à l'égard des musées.

Toutes les données ont été recueillies au moyen d'un sondage national réalisé en 2021, *Des musées pour moi*, dans le cadre de la campagne *Repenser les musées*. Pour obtenir des renseignements détaillés sur les questions et les réponses, veuillez consulter le rapport *Ce que nous avons entendu* au sujet *Des musées pour moi : Mobilisation des Canadiens au sujet de l'avenir des musées*.



De l'élitisme à la pertinence

Thème : Accès

Comment en parle-t-on à l'heure actuelle?

Les gens qui choisissent de ne pas fréquenter les musées n'y vont pas parce que **pour eux, les musées sont élitistes**, coûtent cher et « ne sont pas pour » certaines communautés. Les musées ne sont pas suffisamment accueillants ou accessibles.

Quelles en sont les conséquences?

- Cette façon d'en parler renforce la perception selon laquelle les musées ne font pas le nécessaire pour mobiliser des communautés et des visiteurs diversifiés et pour leur donner accès aux musées.
- Elle présume que les musées sont « fermés » aux visiteurs et aux communautés.
- Elle laisse entendre que les musées sont réservés à certaines personnes, certains groupes ou certaines communautés.
- Elle accepte la perception voulant que les musées soient « élitistes » comme seul obstacle aux visites ou comme obstacle le plus important aux visites.

Comment reformuler la conversation?

La majorité des Canadiennes et des Canadiens affirment qu'ils se sentent les bienvenus et en sécurité dans les musées. Cependant, **grand nombre d'entre eux estiment que les musées ne les représentent pas**. L'idée que les musées « ne sont pas pour eux » persiste parce que grand nombre de personnes ne s'y retrouvent pas et croient que leurs intérêts, leurs communautés et leurs histoires ne sont pas représentés dans les collections, les expositions et les programmes des musées. Ce décalage existe parce que les musées ne présentent pas des histoires qui sont pertinentes à leurs expériences vécues, et **non pas** parce que les gens trouvent les musées élitistes. Les gens **visiteraient les musées plus souvent** si les musées racontaient des histoires pertinentes, tant pour eux que pour leurs communautés.

Quelles données motivent la reformulation?

- 83 % des répondants sont d'accord pour dire qu'ils se sentent les bienvenus dans les musées.



- En 1973, 28 % des répondants s'entendaient pour dire que les musées étaient élitistes, mais en 2021, ce pourcentage s'élevait à seulement 9 %.
- À la question cherchant à savoir ce qui les inciterait à aller au musée plus souvent, les deux réponses suivantes sont revenues le plus souvent :
 - 43 % des répondants ont affirmé que si les musées racontaient des histoires qui sont importantes à leurs yeux, les musées revêtiraient plus d'importance pour eux.
 - 40 % des répondants ont affirmé que si les musées racontaient des histoires qui sont importantes aux yeux de différentes communautés, les musées revêtiraient plus d'importance pour eux.



Scénario type

Une personne qui fait du bénévolat au musée depuis très longtemps et qui est également membre du conseil d'administration envoie un courriel à la directrice générale de votre musée à propos de projets de modernisation des galeries permanentes. Elle s'inquiète du fait que les changements proposés dissuaderont le « visiteur habituel » de fréquenter le musée.

Répliques utiles

Voici quelques exemples de répliques à utiliser dans vos écrits et vos communications pour aider à reformuler la conversation entourant l'élitisme des musées.

- « Les musées sont pour tout le monde. »
- « Les musées ne présentent pas seulement le passé. Au moment où notre réalité prend un virage, les musées ont la responsabilité d'adapter l'histoire qu'ils racontent. »
- « Nous avons des ressources et de l'espace restreints pour raconter chacune des histoires. De quelles histoires avons-nous besoin en ce moment ? »
- « Notre communauté évolue et nous avons l'occasion d'atteindre des publics différents en repensant ce qui est considéré comme du contenu pertinent. »
- « Le Canada change. Aidons nos visiteurs, nouveaux et anciens, à comprendre comment nous en sommes arrivés là. »
- « Nous voulons que tout le monde se retrouve dans le musée. »
- « Le travail effectué par les musées pour conserver leur pertinence vis-à-vis de leur public se perpétue. Nous devons continuer de grandir et de nous adapter. »

De l'autorité à la collaboration

Thème : Autorité

Comment en parle-t-on à l'heure actuelle?

Les musées détiennent une autorité à titre d'espaces qui conservent, préservent, collectionnent, recueillent et exposent notre expertise historique, culturelle et scientifique. Les musées donnent l'occasion aux visiteurs d'**apprendre d'eux**. Les principaux rôles des musées sont des rôles de conservation et d'enseignement. Ces rôles sont fondamentaux à la crédibilité et à la confiance qu'inspirent les musées au grand public.

Quelles en sont les conséquences?

- Cette façon d'en parler enlève de l'autorité à d'autres entités, groupes communautaires, communautés sources ou personnes qui pourraient aussi être vus comme des conservateurs, des enseignants, des gardiens du savoir et des experts offrant des possibilités d'apprendre.
- Elle entrave les possibilités de travail interdisciplinaire et de collaboration intersectorielle.
- Elle renforce la perception selon laquelle les musées n'ont rien à apprendre de leurs communautés et de leurs visiteurs, ce qui a pour effet de restreindre leur participation.
- Elle crée une hiérarchie des connaissances selon laquelle les musées sont considérés comme l'autorité ultime en matière d'histoire, de culture et ainsi de suite.
- Elle valorise certains types de connaissances, comme les connaissances universitaires et les connaissances coloniales, plus que d'autres connaissances, comme celles des Autochtones, les expériences vécues, et ainsi de suite.

Comment reformuler la conversation?

L'autorité appartient à tous. Les musées partagent l'autorité avec les communautés en faisant preuve de collaboration pour produire des connaissances et les disséminer. De multiples types de connaissances, y compris celles puisées dans les traditions orales et les connaissances expérientielles, sont incluses et valorisées. La relation entre les musées et leurs communautés est relationnelle et non pas transactionnelle. Les musées qui renforcent les relations et partagent l'autorité gagnent la confiance de leurs communautés grâce à la réciprocité et au partage de connaissances. Ces relations axées sur la collaboration poussent les musées à épouser le rôle d'apprenant et à reconnaître les experts qui font partie de leurs communautés. De concert avec le musée, les visiteurs deviennent alors des participants actifs

pour **cocréer leur propre expérience d'apprentissage.**

Quelles données motivent la reformulation?

- 96 % des répondants sont d'accord pour dire que le musée est un lieu pour apprendre et *s'inspirer*.
- 68 % des répondants sont d'accord pour dire que les musées locaux peuvent constituer un lieu d'engagement avec la communauté.
- 76 % des répondants sont d'accord pour dire que les musées donnent aux gens un sentiment d'appartenance et la sensation de faire partie d'une communauté.
- 58 % des répondants sont d'accord pour dire que les musées devraient dialoguer avec les communautés locales pour élaborer des programmes qui coïncident avec les intérêts des membres de la communauté.



Scénario type

Vous discutez de l'intégration des histoires orales à une prochaine exposition avec une autre conservatrice, et celle-ci vous dit : « On ne peut pas inclure ces histoires orales dans l'exposition parce qu'elles vont à l'encontre des sources historiques. À titre de musée, nous sommes censés présenter la vérité ».

Répliques utiles

Voici quelques exemples de répliques à utiliser dans vos écrits et vos communications pour aider à reformuler la conversation entourant les musées et l'autorité.

- « Les musées ne sont pas la seule autorité en matière de passé ou de vérité. Il y a plus d'une façon de parvenir à la vérité. »
- « Une vérité est caractérisée par ses multitudes et non pas par sa singularité. Plusieurs interprétations sont possibles ici. »
- « Il existe de multiples perspectives parallèles et souvent divergentes au sujet d'événements historiques. Il est important de reconnaître et d'inclure toutes les perspectives. »
- « La collaboration avec les communautés nous aide à mieux comprendre le passé grâce à la reconnaissance de sources divergentes au sujet d'un même événement. Pour raconter des histoires, il faut les interpréter. »
- « Collaborer avec les gardiens du savoir, les aînés et les communautés signifie que nous pouvons présenter une histoire qui reflète ces groupes et qui est pertinente à leurs yeux de nos jours. »
- « Nos visiteurs ont confiance que nous leur racontions l'histoire au grand complet. Faisons-leur confiance avec les complexités du passé. »

De la neutralité à une promotion des intérêts crédible

Thème : Activisme

Comment en parle-t-on à l'heure actuelle?

Les musées devraient être neutres et impartiaux dans leur présentation des objets, des expositions et des programmes.

Quelles en sont les conséquences?

- Cette façon d'en parler renforce la perception selon laquelle les musées sont neutres ou le sont depuis longtemps.
- Elle fait fi des partis pris conscients et inconscients qui habitent toutes les personnes, même les travailleurs des musées.
- Elle crée une hiérarchie qui pousse à se demander quelle vérité est considérée comme naturelle et neutre, ce qui entraîne une hégémonie culturelle.
- Elle impose des restrictions quant aux histoires que les musées peuvent raconter, aux liens qu'ils peuvent créer et au travail qu'ils peuvent faire au sein d'une communauté.
- Elle empêche les musées de recourir à leur prestance pour instiguer le changement social.
- Elle suscite des craintes internes de tollés quand les musées décident de « sortir du cadre général » de leurs activités traditionnelles.
- Elle ne permet pas une interprétation et des histoires qui rendent hommage à maintes perspectives.

Comment reformuler la conversation?

Les musées sont des lieux de confiance qui peuvent lutter contre la désinformation et favoriser l'esprit critique en présentant les faits, en partageant des perspectives multiples et en faisant place au dialogue. Les musées devraient reconnaître leurs partis pris et porter les visiteurs à réfléchir par eux-mêmes. Les musées ont un rôle à jouer pour aborder des enjeux sociétaux comme la réconciliation, la crise climatique et l'iniquité. En particulier, les jeunes Canadiennes et Canadiens veulent que les musées jouent un plus grand rôle dans la promotion des enjeux sociaux parce qu'ils ont une obligation de rendre compte à leurs communautés.



Quelles données motivent la reformulation?

- 80 % des répondants sont d'accord pour dire que les musées sont une source d'information très crédible, plus que les journaux quotidiens et la télévision.
- 88 % des répondants sont d'accord pour dire que les musées nous apportent des renseignements et des perspectives sur des enjeux culturels et sociaux importants.
- À la question cherchant à savoir comment les musées peuvent aborder des enjeux sociétaux comme le changement climatique, la COVID-19 et l'injustice raciale, par exemple :
 - 65 % des répondants affirment que les musées devraient jouer un rôle majeur dans l'éducation;
 - 44 % des répondants estiment qu'ils devraient jouer un rôle plus actif dans la promotion du changement social (62 % chez les répondants âgés de 18 à 34 ans).
- 40 % des répondants sont d'accord pour dire que les musées devraient prendre position en présentant des expositions qui défient le statu quo (seulement 16 % sont en désaccord).



Scénario type

Votre musée présente une nouvelle exposition sur la crise climatique, portant plus précisément sur ses causes, sur ses incidences dans votre région et sur ce qui risque de se produire à l'avenir. À la fin de l'exposition, un visiteur s'adresse aux services à la clientèle et dit : « On dirait que cette exposition porte seulement sur les côtés négatifs du changement climatique. Les musées ne sont-ils pas censés être neutres? »

Répliques utiles

Voici quelques exemples de répliques à utiliser dans vos écrits et vos communications pour aider à reformuler la conversation entourant les musées et la neutralité. « Les musées ne sont pas la seule autorité en matière de passé ou de vérité. Il y a plus d'une façon de parvenir à la vérité. »

- « En soi, la neutralité est une prise de position. »
- « Les musées offrent une interprétation. Ils nous aident à donner un sens à notre monde. »
- « Les musées font place au dialogue sur des enjeux importants. »
- « Les musées ne sont pas neutres, mais ils peuvent être crédibles. »
- Posez des questions aux visiteurs afin de susciter des discussions, comme :
 - « Est-ce que quelque chose vous a surpris dans cette exposition? »
 - « En quoi l'exposition a-t-elle dépassé vos attentes? »
 - « Pour vous, ça veut dire quoi être neutre? »
 - « Avez-vous déjà réfléchi aux perspectives présentées ici? »

Remerciements

Le projet *Repenser les musées* est un projet d'envergure nationale dirigé par l'Alberta Museums Association, réalisé de concert avec un consortium d'associations muséales provinciales et territoriales et l'Association des musées canadiens.



SOCIÉTÉ DES MUSÉES
DU QUÉBEC



Yukon Historical &
Museums Association

L'Alberta Museums Association reconnaît avec gratitude le soutien financier fourni par le gouvernement du Canada par l'intermédiaire du Fonds du Canada pour l'investissement en culture de même que le soutien du programme d'initiatives communautaires de la Province de l'Alberta en vue de la réalisation du projet *Repenser les musées*.

Canada 

Alberta 