

## *Recherche qualitative et production de savoirs*

---

### **La connaissance sur le visiteur de musée par une approche phénoménologique : Le temps au cœur de la recherche**

*Anne-Laure Bourdaleix-Manin*

*Les études menées auprès des visiteurs de musée à l'heure actuelle et depuis quelques décennies, cherchent à répondre, le plus souvent, à une préoccupation sociale d'accès au Patrimoine et à un souci d'évaluation de ce que le musée propose (expositions, services). Ces études correspondent très largement à des études marketing qui visent davantage à mieux identifier pour le musée ses publics cibles afin de mieux répondre à leurs attentes, plutôt que de chercher à identifier les causes fondamentales d'une « désaffection » du musée par ceux qui n'y viennent que très rarement ou jamais, ou encore à mieux connaître la relation du visiteur au musée. La recherche qualitative évoquée dans cette communication vise à répondre différemment à la question de la connaissance du visiteur (qui est-il et non pas seulement que représente-t-il) en mettant au cœur de la relation sujet-objet d'art, le concept de temps, fondamental à l'institution muséale. Il ne s'agira pas de procéder à un chronométrage de la visite ou à une évaluation de la mémorisation des dates, mais à un approfondissement de l'importance de la signification du temps dans cette relation spécifique grâce à une méthode qualitative d'inspiration phénoménologique. En cherchant ainsi à comprendre le sens du temps, il est possible d'identifier davantage et autrement ce qui fait que le sujet se sent plus familier ou plus distant de l'expérience muséale et que le portrait-type du visiteur tel qu'il existe aujourd'hui et tel qu'il est dressé soit un peu bousculé.*

#### **INTRODUCTION**

Je souhaite présenter ce qui m'a conduit à un doctorat traitant de la part du temps dans la relation sujet-visiteur de musée et objet d'art. Je commencerai par décrire les types d'études qui se font aujourd'hui dans les musées d'art afin de mieux révéler la justification de ma position de recherche. J'en viendrai

ainsi à l'évocation de la phénoménologie par rapport aux musées d'art et comment elle me paraît une approche intéressante pour ma recherche, partant des liens entre temps et sujet puis temps et objet. Pour finir, j'exposerai brièvement la méthode que j'applique, en précisant que je n'en suis pas encore arrivée à l'analyse.

### MUSÉES D'ART ET ÉTUDES DE PUBLICS

Le musée est devenu une institution à part entière dans nos sociétés depuis un peu plus d'un siècle. Sa création en tant que lieu public avait pour objectifs la conservation de la mémoire sous forme d'objets, la transmission de la connaissance par ces objets et il ne faut pas le nier, de refléter la puissance, le pouvoir d'une société d'après la valeur des objets conservés.

Le musée est un lieu autant d'expression politique que sociale. Il est une entreprise d'État ou privée mais d'utilité publique. Et cette utilité ou plutôt la mesure de cette utilité est ce qui lui confère sa légitimité.

Aussi, acquérir des œuvres sans cesse, et les plus rares de préférence n'est plus suffisant pour cette légitimation. La dynamique du musée peut désormais être ainsi représentée :

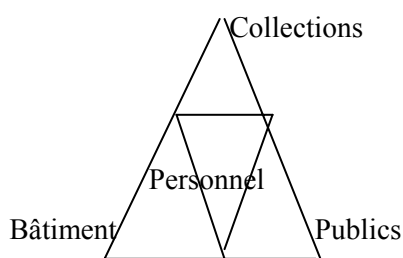


Figure 1. La constitution du musée

Autrement dit, point de nouvelles acquisitions si le taux de fréquentation baisse ou bien, stratégiquement acquérir telle collection dans le but de séduire plus de publics.

La préoccupation pour celles et ceux qui viennent au musée arrive relativement tôt aux États-Unis (Gilman, 1916). Il s'agira de relever les caractéristiques des visiteurs de façon à améliorer leur visite, on tient compte alors principalement de la fatigue des visiteurs.

Et progressivement, on se trouve donc à tenter de cerner les niveaux de satisfaction que ce soit envers une exposition ou envers les services proposés. Ce souci du visiteur et de son bien-être appartient aux principaux sujets d'évaluation dans les musées. Cette évaluation permet aussi d'accorder telle valeur à telle exposition et d'orienter, selon les critères de satisfaction des publics, la politique d'exposition.

Le courant behavioriste qui se développe à partir de l'intérêt porté plus spécifiquement aux comportements des visiteurs, aux pouvoirs d'attraction et de rétention et sur le rôle éducatif du musée conduit lui aussi à une évaluation de ce qui est offert et non à une réelle connaissance du visiteur.

En fait la connaissance du visiteur qui découle de telles approches aboutit à un portrait-type qui tient compte de ces cinq éléments principaux: la motivation, le budget-temps, les opportunités, le niveau financier et l'éducation (niveau d'études et profession).

Ces éléments se trouvent en 1969 dans l'étude de P. Bourdieu, A. Darbel et D. Schnapper intitulée *L'Amour de l'Art, les musées d'art et leur public*, ouvrage décrit par (Poulot, 2000) comme le premier ouvrage de sociologie des musées. Il est question de capital culturel, le résultat étant que la fréquentation des musées est déterminée par le creuset familial, reproduit au fil des générations. Autrement dit la classe sociale, le temps et l'argent sont des notions au cœur de l'identification des publics. Cette enquête dénonce l'élitisme des musées d'art principalement. Et malgré ses faiblesses méthodologiques, celle-ci reste citée pour l'originalité de son approche et de ses préoccupations par rapport à l'institution muséale.

Cette enquête pionnière, qui affirme que le musée est une institution élitiste – conçue et appréciée par le seul milieu cultivé – retient l'attention tant des spécialistes des musées que de la communauté scientifique. L'irruption de la sociologie dans le domaine du patrimoine démontre ainsi que le musée, institution inscrite dans une histoire particulière, est une production culturelle, susceptible comme telle d'analyses. (...) Le musée d'art, en particulier, codifie des structures idéologiques, articulant une forme d'exposition et de consommation, des valeurs et un sens de l'identité chez son visiteur. Il engage des intérêts sociaux, des idéologies, au sein d'un « champ » spécifique. Au tournant des années 1970, cette thèse contribue à généraliser l'idée d'un musée d'art au service de la culture bourgeoise, à la fois inadapté et inacceptable dans une société démocratique moderne. Depuis, mais cette fois dans une logique majoritairement d'évaluation, si ce n'est désormais de marketing, de nombreux travaux explorent la relation entre le public et le musée en appliquant les protocoles de la psychologie sociale aux attitudes des visiteurs d'expositions (...) La connaissance du public repose essentiellement sur des données relatives à la fréquentation (nombre de visites), la participation culturelle (enquêtes sur les pratiques culturelles) et les caractéristiques sociodémographiques. (Poulot, p.173)

Les principales critiques à l'égard de cette hégémonie de l'évaluation marketing sont les suivantes : trop d'emphase sur les méthodes quantitatives qui ne permettent pas de solutionner les problèmes et qui ne donnent pas suffisamment d'informations profondes sur qui sont les visiteurs, leurs

perceptions, ce qui aboutit à une littérature marketing ésotérique et abstraite (Mclean, 1997; Kawashima, 1998; Fourteau, 2000). Il est reconnu que la domination des recherches quantitatives ne permet pas de sortir des questions : « who, where, when, how » (Kawashima, 1998 : 30). Le « quand » étant bien-sûr lié au moment choisi pour la visite et l'on pourrait aussi rajouter « How many time? ». Les recherches qualitatives sont beaucoup moins communes même si les focus groups sont jugés utiles pour approfondir certains questionnements du musée. (Kawashima, 1998; Fourteau, 2000). Un exemple de ce type de pratique est donné par Michael Conforti, directeur du Sterling and Francine Clark Art Institute, Williamstown, Massachussets, à l'occasion du colloque *Le regard instruit*, au musée du Louvre en 1999 :

Aux États-Unis, nous avons des groupes de référence, des représentants de certaines communautés; nous les réunissons et les interrogeons sur leur perception du musée, ce qu'il représente comme expérience pour eux. On filme ces réunions. Dans un musée où je travaillais à Minneapolis, nous projetions ensuite ces entretiens aux conservateurs pour qu'ils se rendent compte que toutes leurs hypothèses sur le musée et sur ce qui s'y passait étaient partiellement fausses. Je ne sais pas si c'est une démarche très scientifique, mais en tous cas elle avait pour grand avantage de faire comprendre aux conservateurs qu'il existait un fossé entre ce qu'ils croyaient et espéraient faire et ce qu'ils faisaient et obtenaient réellement. (p.60)

Je reprends cette phrase « Je ne sais pas si c'est une démarche très scientifique » qui traduit et trahit bien selon moi le fossé qui subsiste entre différentes méthodes : certaines surexploitées qui tendent à un épuisement des résultats obtenus et d'autres quasi expérimentales, qui n'arrivent pas à s'imposer suffisamment alors que les résultats obtenus peuvent être retentissants de sens!

Ce qu'il manque selon Kawashima (1998), c'est une vraie connaissance du visiteur et de l'expérience qu'il vit :

What is missing is knowledge about the pattern of visitor encounters with an object or an exhibition (...) This, however is most difficult to uncover. As Mclean (1994) pointed out, the concept of the experience is not adequately explored in services marketing in general, let alone in museum research. (p.30)

Il est aussi reconnu que s'interroger ainsi est beaucoup plus délicat car les difficultés viennent du caractère subjectif, abstrait, unique, holistique du sujet-visiteur.

Cependant, le recours aux méthodes qualitatives reste trop peu utilisé alors qu'il serait tout aussi utile et ouvrirait vraisemblablement des horizons nouveaux sur les visiteurs.

Il ne s'agit pas ici de dénigrer l'approche quantitative dominante dans les études marketing, qui semblent elles-mêmes être les seules études susceptibles

d'intéresser le musée, trop centré sur sa rentabilité, mais plutôt de regretter sa domination.

Les enquêtes ont été indispensables à la construction progressive d'une connaissance des publics qui ne va pas de soi. Elles nous ont libérés d'un angélisme naïf (...) Mais il faut également s'émanciper du quantitativisme qui néglige les conquêtes modestes sur les marges. Peut-être faut-il savoir dépasser, après l'avoir intégrée, la vision segmentariste qui consiste à tronçonner les publics par catégories étanches, figées dans leur redoutable déterminisme croisé entre origine socio-professionnelle et niveau de diplôme, catégories qui ont permis d'édicter des lois sur la pratique des musées (...) Peut-être est-il temps de dépasser le discours de dénonciation, qui a rempli son office, pour faire face à nouveau à une démarche agissante ». (Fourteau, 2000, pp.194-195)

Le but poursuivi par le musée semble d'augmenter le nombre de ses visiteurs, puis de diversifier les catégories sociales des visiteurs. Le mouvement de démocratisation de la culture et plus particulièrement des musées mis en place par un gouvernement socialiste en France dans les années 80, qui tentaient de répondre à l'élitisme dénoncé par Bourdieu, Darbel et Schnapper, était un beau projet qui n'a manifestement pas bouleversé la donne si l'on se fie aux caractéristiques des publics de musée d'art encore aujourd'hui. Les musées d'art ne sont pas un lieu de représentativité des différentes classes sociales de nos sociétés. Cela est devenu une quasi conclusion, une évidence, une réalité non-modifiable malgré les efforts de certains professionnels des musées d'art. On en est arrivé semble-t-il à un désintérêt pour cette question : tout a été dit et rien ne change vraiment. Alors les études qui continuent à être menées dans les musées (quand elles existent) aboutissent à des conclusions redondantes et s'apparentent de plus en plus aux préoccupations marketing de cette entreprise culturelle. Elles répondent ainsi plus rapidement à la question de l'efficacité des productions ou produits muséaux (expositions, manifestations diverses, publications ...).

Mais doit-on s'en tenir là, alors que certains espèrent un approfondissement de la connaissance du visiteur par le recours à un autre angle d'approche, de recherche ?

Sans nier l'utilité de ces approches, je me demande dans quelle mesure cette connaissance plus approfondie du visiteur ne permettrait pas de renouveler le regard porté sur les publics des musées d'art et peut-être de mieux saisir ce qui fait que certains n'y viennent pas.

Ma recherche de doctorat porte plus spécifiquement sur la place du temps dans la relation sujet-objet d'art lors d'une expérience muséale. Si le temps est souvent abordé dans les études actuelles c'est essentiellement sous ces formes :

- 1-temps consacré à la visite;
- 2-temps passé à observer les objets;
- 3-temps choisi dans l'emploi du temps pour la visite;

4-rétention des dates, du contenu : apprentissage;

5-attraction des outils temporels : date, chronologie : évaluation de la muséographie et impact sur le visiteur;

6-horaires d'ouverture du musée.

Les points 1, 2, 3, 5 entrent dans l'aspect comportemental et social et sont des critères liés à l'appréciation de l'exposition, du musée. Le point 4 correspond au courant éducatif : quel apprentissage par le visiteur. Le point 6 concerne le fonctionnement même du musée et sa dépendance avec la société. Fourteau (2000) note par exemple que le Louvre n'avait pas changé ses horaires d'ouverture depuis un siècle... Réfléchir sur le temps social permettrait au musée de considérer les nouvelles possibilités de temps de visite et de mieux répondre à la demande actuelle.

Mais le temps est bien plus lié à l'individu, bien plus étroitement que cela. J'ai choisi d'approfondir la connaissance sur cette relation spécifique qui lie le sujet-visiteur à l'objet d'art en partant du concept Temps, grâce à une approche phénoménologique.

## LA PHÉNOMÉNOLOGIE ET LE MUSÉE D'ART

Je ne connais pas de recherche qui ait porté sur les musées d'art et leurs visiteurs sous un angle méthodologique phénoménologique. En revanche une réflexion sur le musée d'art et sur l'objet d'art qui s'ancre dans une philosophie phénoménologique, existe.

En fait il s'agit plutôt d'une réflexion sur la définition de la muséologie. Le facteur commun des réflexions phénoménologiques est que la muséologie doit d'abord se définir non pas comme strictement scientifique ou pratique, ou artistique, ou philosophique ni se mêler à la muséographie, mais comme un champ d'étude dont l'objet est une relation spécifique entre l'homme et la réalité. (Mairesse, 1999).

Cependant la muséologie recouvre d'autres interprétations visant à définir son objet comme par exemple l'étude des objets de musée, l'étude des buts et de l'organisation des musées etc.

La réflexion phénoménologique porte sur cette relation sujet-visiteur / objet. Les différents auteurs qui abordent ainsi cette relation interrogent la profondeur des liens et plus particulièrement le lien esthétique.

Or, et j'en arrive à ma recherche, l'un des liens forts, selon moi, dans cette relation est celui du temps.

Je m'inscris dans la pensée philosophique existentielle représentée par Maurice Merleau-Ponty, considérant que l'Être ou le sujet et le temps ne font qu'un. Le temps est « déjà » en nous et « Analyser le temps, ce n'est pas tirer les conséquences d'une conception préétablie de la subjectivité, c'est accéder à travers le temps à sa structure concrète » (Merleau-Ponty, 1945 : 469). Partant de cette égalité ou peut-être même de cette assimilation, considérer le lien

temporel entre le sujet et l'objet me conduit à partir du sujet, de son discours, afin d'explorer la signification de ce lien, dans le cadre d'une expérience de vie spécifique qu'est l'expérience muséale. Or, le temps considéré comme un concept est interrogé non pas pour ce qu'il est par rapport au sujet mais pour ce qu'il représente pour l'individu et la société.

### LE TEMPS ET LE SUJET

Le temps est défini de multiples façons notamment en fonction de la discipline qui l'interroge. Alors que dois-je retenir des multiples définitions du temps dans la définition temporelle du visiteur et aussi dans celle de l'objet, puisque je pars de cette relation entre les deux? Il est très vraisemblable que la tentative typologique de limitation de l'enveloppe temporelle dans laquelle j'inscrirai le visiteur ne soit que provisoire et que la rencontre avec les individus fasse éclater ou diminuer cette première caractérisation de l'identité temporelle. C'est aussi ce que je recherche.

La figure 2 indique schématiquement comment le sujet se constituerait par rapport au temps.

Ce que je veux montrer c'est que l'homme est un tout temporel, que la notion de temps ne peut être comprise sans son digne représentant : l'homme et que chacune des disciplines permet de circonscrire et de préciser une partie seulement de ce que nous sommes comme « être-au-temps ».

Michel Foucault présente l'homme comme un être qui parle, vit et travaille nous justifierons cela par le fait que l'homme est avant tout un être temporel. Son langage est lié au temps, il évolue à une échelle collective tant qu'individuelle : on ne parle plus de la même façon qu'au siècle dernier, on ne parle pas de la même façon à 3 ans et à 60 ans et le langage est fondateur du temps parce qu'il l'exprime (Ricoeur, 1975).

Nous vivons, c'est-à-dire que nous sommes limités entre une naissance et une mort et que chacune de nos actions est irréversible : la vie est irréversible et continue. Nous vivons parce que nous sentons le temps passé à travers notre corps, à travers notre environnement et le cycle répétitif de notre calendrier, et à travers les autres.

Nous travaillons parce que le travail donne une raison au temps, qu'il est constitutif de notre vision du temps. Il remplit et marque le temps. Le travail nous permet de nous projeter sans cesse dans le temps.

Le temps est l'essence de chacun de ces éléments constitutifs de l'humain, le temps n'est rien sans nous et nous ne sommes rien sans lui.

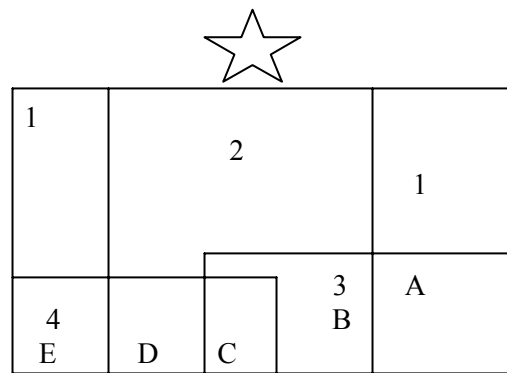


Figure 2. L'identité temporelle

*Notes.*

1 : le temps est une construction culturelle (histoire, anthropologie, sciences physiques)

2 : le temps est une construction sociale (sociologie)

3 : le temps est biologique

4 : le temps est psychologique

★ : L'étoile représente la philosophie qui s'interroge sur toutes ces dimensions constitutives du temps chez l'homme sans les nommer nécessairement précisément.

A : le temps biologique est lié au temps culturel

B : le temps biologique est lié au temps social

C : Le temps biologique est lié au temps psychologique et inversement, et les deux réunis sont liés au temps social

D : Le temps psychologique est lié au temps social

E : le temps psychologique est lié au temps culturel.

Notre identité temporelle naît de tous ces éléments et évolue en même temps qu'eux, que ce soit en fonction de notre âge (biologique), de notre travail, des expériences accumulées que nous vivons. Le sujet est une entité abstraite parce que comme pour le visiteur de musée, on en donne toujours une définition virtuelle, contrôlée, restrictive selon le paradigme de ceux qui l'ausculte, selon ce que l'on cherche. La difficulté mais aussi peut-être l'originalité de ma recherche est qu'elle essaie de mieux rendre compte du sujet dans une « intégralité relative » à partir d'une approche interdisciplinaire, mais surtout parce qu'elle cherche à interroger le sujet dans sa complétude, sans partir d'une définition préétablie par telle ou telle discipline, et nous rentrons alors dans la notion de réduction phénoménologique.

A partir de ce que me livrera le sujet sur ce qu'il a ressenti face aux objets rencontrés, je me concentrerai sur la part du temps dans son discours pour tenter de répondre à ma question de recherche ainsi formulée à ce jour : comment l'expérience muséale, par la rencontre temporelle qu'elle suppose entre un individu et des objets, contribue-t-elle à une prise de conscience et à



une définition du temps par l'individu ? Comment cette rencontre avec l'objet d'art contribue-t-elle à un surgissement du temps ?

Après avoir parlé du temps et du sujet, j'en viens maintenant à explorer le lien entre temps et objet.

### **LE TEMPS ET L'OBJET**

Avant de préciser ce qui caractérise l'objet de musée, la philosophie nous aide à définir l'objet en général. L'objet ne peut exister sans le sujet.

En effet, pour qu'il soit l'occasion d'une interrogation précise, il faut que l'ob-jet –ce qui gît, ou est situé en face- soit mis en relation déterminée avec ce à quoi il fait face; il importe, puisque son préfixe signale une passivité foncière, que soit révélé, au moins à titre programmatique, de qui, de quoi, pour qui, pour quoi il est objet. Bref, la théorie initiale et fondatrice de l'objet implique la théorie du sujet. (Châtelet, 1988, p.307)

Le sujet rencontre la chose à connaître et à travers elle ou l'objet, il se connaît un peu plus aussi. L'objet est une source nouvelle de connaissance ou de re-connaissance pour le sujet : « il est ce grâce à quoi se définit et se développe un travail de connaissance et de transformation » (Châtelet, 1988, p.308).

Sa signification ne lui est pas propre, elle est propre au sujet qui l'interroge : « l'objet n'a d'autre essence que d'être la suite bien ordonnée des représentations que le sujet empirique, la collection indéfinie des sujets empiriques peuvent, en fonction de leur expérience, en avoir » (Châtelet, 1988, p.308).

Ainsi dans le cas de l'objet de musée nous comprenons mieux l'importance de la relation spécifique qui s'instaure entre le visiteur et l'objet. Le musée permet à l'individu, en donnant à l'objet une place dominante, de se retrouver, si tant est qu'il accepte le jeu et qu'il prenne le temps d'établir cette relation. Le musée, par les informations qu'il choisit de transmettre sur l'objet, et par le choix des objets mêmes, favorise également ce rapprochement, éveille la curiosité, à partir desquels une relation peut s'établir.

Objet, qui es-tu? Un cadrage, une résistance extérieure, un concept ou tous les trois à la fois? L'objet serait constitué par le sujet, l'objet ferait le sujet ou une dialectique subtile s'installerait entre l'objet et le sujet, le sujet et l'objet. Quoiqu'il en soit, ils sont différents selon le consensus dans lequel ils évoluent, selon les acquis culturels de la société et partant, de l'individu qui les lit (...)  
Le musée apparaît à nouveau comme un lieu très privilégié, le lieu de sanctification des objets (...) montrés dans une vitrine, il deviendra l'objet vrai, l'objet vérité, l'objet témoin que chaque visiteur viendra voir. Il perdra souvent sa signification première et

chacun oubliera qu'il avait une fonction utilitaire; chaque regardant consommera l'objet en fonction de son idéologie. (Hainard, 1984, p.185)

Jacques Hainard évoque ici une des grandes caractéristiques de l'objet de musée : sa « sanctification »...à outrance selon le conservateur provocateur dont les expositions et le travail muséal sont dirigés dans une optique radicalement opposée à la sacralisation de l'objet. Si l'on considère le terme trop appuyé, il est cependant juste de spécifier que l'objet devient objet de musée parce qu'il répond à certains critères esthétiques, archéologiques, historiques etc. et que, parce qu'il répond à ces critères, il devient l'objet de multiples attentions (restauration, conservation préventive, conservation, mise en valeur, protection...).

K. Pomian nous explique plus précisément ce qui distingue un objet d'un objet de musée qu'ils nomment « sémiophores » :

D'un côté se situent des « choses », des « objets utiles », consommables (qui acquièrent alors une valeur d'usage) ou substituables (valeur d'échange), de l'autre les sémiophores, des objets qui n'ont pas d'utilité au sens qui vient d'être précisé, mais qui représentent l'invisible, c'est-à-dire sont dotés d'une signification; n'étant pas manipulés mais exposés au regard, ils ne subissent pas d'usure. (Pomian, 1987)

La valeur temporelle du sémiophore serait une part de cet invisible dont la signification pour le sujet serait un élément attractif et de re-connaissance.

Si j'accorde à l'objet, et particulièrement l'objet de musée, autant d'importance dans ma recherche c'est justement parce qu'il est le point de départ d'une relation où le sujet est dominant, où ce que pense le sujet émerge. Cependant cette façon d'envisager la relation objet/sujet n'est pas la plus fréquente au sein du musée. Le musée perçoit généralement l'objet, pour résumer comme un outil de la démocratie, voire du patriotisme, comme un moyen d'apprentissage au même titre que l'École et comme un ensemble de savoirs.

J'en arrive à finaliser cette courte démonstration selon laquelle l'objet de musée est privilégié pour sonder le concept de temps pour le sujet. Il y a véritablement une valeur temporelle forte dans la relation qui lie le sujet et l'objet.

Le monde utopique n'est pas un monde sans lieu, mais un monde situé dans un ailleurs temporel ou spatial. Franchie la porte de l'exposition, me voici effectivement passé dans un monde autre. (...) Me voilà territorialement « déprogrammé ». Bien-sûr, le coût psychologique d'un tel fonctionnement est très important puisque un grand nombre d'actes habituellement automatiques doivent être alors clairement et consciemment choisis ou montés. En contrepartie cependant, la richesse de l'environnement, en me

stimulant, fait oublier habitudes et contraintes quotidiennes.  
(Mairesse, 2002, p.38)

Ce que nous évoque F. Mairesse est que la visite est inscrite dans un lieu et un temps particulier, autres que ceux du quotidien et la visite « tranchera sur le continu du temps quotidien à la mesure de l'impact qu'elle aura eu, à la mesure de l'événement qu'elle aura pu créer ». Tout dépend de la force de la rencontre sensible entre le sujet et les objets.

Le temps de l'objet est celui du visiteur qui le regarde mais porte aussi et parfois visiblement les traces temporelles d'autres...On retrouve ici l'idée de l'intersubjectivité, il y a le je du sujet, qui rencontre le tu de celui qui a créé ou utilisé l'objet et le tu du muséographe ou du conservateur. L'objet a alors une fonction médiatrice entre sujets contemporains ou non.

Les œuvres, pouvant être considérées comme le temps mis par la « source » lumineuse pour nous parvenir, seront indissociables de la temporalité de la réception, de la multiplicité des accueils de l'œuvre : Salles voit dans les objets d'art les témoins de l'époque qui les a retrouvés, du savant qui les a étudiés, du prince qui les a acquis, enfin des amateurs qui ne cessent de les reclasser. Sur le même objet s'entrecroisent les rayons venus d'innombrables regards, proches ou lointains, qui lui prêtent leur vie. (Déotte, 1993, p.11).

Enfin je dépasserai l'idée de J.-L. Déotte selon laquelle le public est amené à oublier par le musée : « Le système d'abstraction du musée permet, par le biais des fragments, de magnifier pleinement le discours national formateur (du goût, de l'État, de l'autorité). Le public est amené à oublier activement ses anciens repères pour se remémorer les nouveaux (seuls préservés) ». Je dirais que par le biais des fragments que sont les objets exposés, le public ou plus justement le visiteur dans mon cas, serait amené à non pas oublier ses anciens repères mais à les remettre dans une perspective beaucoup plus subjectiviste. Ces repères sont en fait ceux que la société lui donne, la rencontre avec les objets de musée décline et relativise ces repères sociaux au profit d'une redécouverte de ce que sont ses propres repères.

#### **UNE MÉTHODE D'INSPIRATION PHÉNOMÉNOLOGIQUE POUR TENTER DE RÉPONDRE**

Dans ma recherche je pars donc d'une expérience vécue particulière (que recouvre l'expression d'Husserl *Lebenswelt*) qu'est l'expérience muséale, et je veux tenter de m'approcher de la source ou de l'expérience intime du sujet, en considérant toujours primordiale cette intersubjectivité invisible. Je vais chercher à décrire les visées intentionnelles envers le phénomène (ce qui se manifeste à la conscience) Temps ainsi que les divers types d'apparaître du phénomène à la conscience, à partir des significations relevées dans ce que me

livre le sujet. Pour cela, je dois recourir au processus d'épochè ou réduction, c'est-à-dire de suspension du jugement, de mise entre parenthèses, dans le but de saisir le phénomène tel qu'il se montre.

### **La réduction**

Je dois mettre entre parenthèses les connaissances théoriques que j'avais accumulées sur la question du temps, du temps lié au sujet, au musée, à l'objet. Je me prête à l'exercice que je soumetts aux participants et je fais le point sur la relation que j'ai eue avec les objets de façon à me maîtriser plus clairement lors des entrevues, en évitant d'orienter les réponses ou de poser des questions qui correspondent à mes réponses. Cette opération est censée permettre au chercheur « de développer une attitude pure et désintéressée qui vise la connaissance authentique d'un phénomène ; elle lui permet ainsi de s'exercer à cette attitude intellectuelle qui refuse de prendre pour acquis les connaissances du sens commun qu'il a du phénomène exploré. Toutefois, il faut préciser que cet effort de retour aux choses mêmes demeure une tentative puisque comme l'exprime Merleau-Ponty, « pour voir le monde et le saisir comme paradoxe, il faut rompre notre familiarité avec lui, et [que] cette rupture ne peut rien nous apprendre que le jaillissement immotivé du monde. Le plus grand enseignement de la réduction est l'impossibilité d'une réduction complète » (Deschamps, 1993, p.16).

### **L'empathie**

Ensuite je me suis entraînée littéralement à la conduite d'une entrevue libre, tâchant de faire preuve d'une attitude et d'une écoute marquées par une empathie efficace. Par empathie j'entends ce que Husserl appelle « l'expérience d'autrui » et c'est l'autre et non moi qui est important dans cette relation empathique et pour mieux saisir l'autre il me faut me saisir moi-même c'est-à-dire, avoir pris conscience de ce que je peux représenter dans ma chair, dans mon langage pour l'autre et qui peut interférer dans ce qu'il accepte de me livrer, mais cela peut être très difficile à sentir, c'est pourquoi demander à une tierce personne de lire le verbatim de l'entrevue peut m'aider sur ce point.

Les premières entrevues que j'ai menées comme pré-test m'ont révélé mes principaux défauts : trop dirigiste et insistante, trop angoissée par le silence, un manque d'empathie qui nuisait à la prise de parole et à l'affirmation du sujet participant.

À ce titre l'utilisation d'un carnet de bord, complété après chaque entrevue et relu régulièrement, suivant le conseil de (Leahey, Marcoux, Sauvageau, Spain, 1989 : 35) s'avère fort utile.

### **Choix des sujets**

Lorsque je parle de sujet, je le délimite pour constituer mon échantillon selon quatre critères :

- 1) Le genre : respecter un équilibre entre les sujets féminins et masculins, puisque des constatations et des suppositions sur la différence de relation au temps entre les deux sexes ont été énoncées (Lemieux, 1989; Strickman, 1989; Mercure, 1988 et 1995).
- 2) L'âge : l'âge étant un facteur important semble-t-il dans le rapport au temps, il est un critère de sélection des sujets. Je fixe des âges délimitatifs de 30 ans et 70 ans à partir des constatations de D. Riverin-Simart (1989) qui nous précise selon les âges la redéfinition des finalités existentielles chez l'adulte, de 28 à 67 ans. Toujours pour justifier cet âge de 30 ans, je réfère à W. Grossin (1974) qui nous explique que chaque âge a son horizon temporel propre, les jeunes sont tournés vers l'avenir et les vieux vers le passé. Il constate que les jeunes sont plus proches des horloges et qu'après 35 ans la source de référence n'est plus l'histoire mais son expérience personnelle. Or ma recherche vise à comprendre à partir de l'expérience, l'importance du temps dans la relation à l'objet d'art. J'établis donc un compromis entre ces deux sources en établissant 30 ans comme première limite.

Ainsi, les sujets participants seront adultes et âgés de 30 ans et plus, afin que ceux-ci possèdent déjà une « certaine » expérience de vie et un certain recul.

- 3) Provenance géographique : québécois vivant à Montréal pour le musée des beaux-arts de Montréal et français vivant en Ile-de-France pour le musée du Louvre.

Mais le point le plus important est l'importance accordée à cette expérience dans la vie du sujet et pour cela je parle de :

- 4) Familiarité avec les musées d'art : c'est-à-dire des sujets habitués ou, au contraire, non habitués aux musées d'art. Tenir compte de cette distinction revient à émettre l'hypothèse que l'habitude ou non de cette expérience intervient dans la relation aux objets et peut-être plus spécifiquement sur la question du temps dans cette relation.

### **Choix des objets**

Lorsque je parle d'objet dans l'application de ma recherche, je précise qu'il s'agit d'objets appartenant à l'Antiquité grecque présentés dans l'exposition Tanagra : le petit peuple d'argile, au Musée des Beaux-Arts de Montréal du 9 février au 5 mai 2004, ainsi que les objets des salles de l'archéologie méditerranéenne, et dans les salles de la Grèce Pré-classique et des terres cuites du musée du Louvre à Paris.

Ces objets me permettent de mettre en relation deux éléments importants : d'une part une certaine familiarité pour le visiteur et d'autre part des objets très éloignés de nous chronologiquement. Ces deux éléments peuvent jouer un rôle important dans la relation qui s'établit avec l'objet et faciliter ainsi la réflexion du sujet.

Après que le sujet a visité à son rythme les espaces sélectionnés, je peux procéder à l'entrevue.

### **L'entrevue**

L'entrevue doit permettre au sujet de me décrire son expérience. Je tiens compte du conseil de A. Giorgi (1997) en ce qu'il est :

Beaucoup plus difficile qu'il n'y paraît de décrire les objets du vécu exactement tels qu'ils sont vécus. Il faut éviter les constructions et les explications que nous avons mentionnées ainsi que les interprétations théoriques qui servent d'explication a priori. Le chercheur doit aussi empêcher les sujets de généraliser et d'être trop abstraits dans leurs descriptions initiales, et il évitera du mieux possible les remarques vagues et superficielles qu'ils pourront faire. C'est la raison pour laquelle la question que pose la recherche vise habituellement la description d'une expérience qui se rattache à une situation spécifique. (p. 384)

J'ai donc opté pour une entrevue libre dont la question principale est : « Quels sentiments avez vous ressentis en regardant ces objets ? »

Le temps ne figure donc pas dans la question volontairement puisque je cherche à déceler son importance dans ce que va me décrire le sujet. Aux vues des 15 entrevues menées au Musée des Beaux-Arts de Montréal entre le mois de mars et la fin avril 2004, je peux déjà dire que le temps est un élément-clé dans cette relation, mais qui recouvre des définitions et des perceptions distinctes selon les sujets.

J'utilise cinq autres questions qui m'ont été suggérées par les premières entrevues que j'ai menées :

- 1) Quels liens avez vous fait entre ces objets ?
- 2) Quels liens avez vous fait entre vous et ces objets ?
- 3) Que représente pour vous un musée d'art ?
- 4) Quelle est votre philosophie de vie ?
- 5) Quelle est votre philosophie du temps ?

### **CONCLUSION**

Ce qui m'a conduite à explorer sous un angle qualitatif et phénoménologique l'expérience muséale est non seulement le manque dans les études actuelles d'une telle approche, mais surtout de comprendre plus finement à partir du

discours de l'individu ce qui fait sens dans cette expérience qui lui permet d'entrer en relation avec des objets extra-ordinaires et de déceler en quoi le temps s'imisce dans cette relation et la caractérise.

Il est possible qu'en utilisant ce chemin de connaissance de l'individu une autre compréhension, une autre explication de ce qu'est l'expérience muséale surgisse et par là même de l'utilité du musée, de son sens dans nos sociétés.

L'expérience muséale place le visiteur non pas hors du temps mais face au temps, face à son identité personnelle et dans la collectivité. Il y trouverait une forme d'identité temporelle. Il se regarde et se reconnaît à travers le temps. Il n'y a alors plus ici de limite temporelle, le temps est tout sauf linéaire bien qu'il soit matérialisé ainsi et qu'il structure l'espace où se trouvent les objets. Le visiteur jusqu'à maintenant n'y prête pas véritablement attention parce qu'il rejoint ici sa dimension d'être au-delà des frontières temporelles construites, artificielles, qui nuisent finalement à sa connaissance, sa re-connaissance.

Ainsi une force ou la force de l'expérience muséale résiderait dans la possibilité qu'elle offre au sujet de renaître à lui-même par l'objet et le sens qu'il lui donne, et en cela lui permet de retrouver par le temps ce à quoi équivalait le temps : l'homme.

L'expérience muséale serait en fin de compte une expérience existentielle du temps, qui re-donne sens à ce qui semble-t-il nous dépasse et donc nous angoisse... telle notre finitude.

## RÉFÉRENCES

- Bourdieu, P., Darbel, A., & Schnapper, D. (1969). *L'Amour de l'art, les musées d'art et leur public*. Paris : Le sens commun.
- Châtelet, F. (1988). Objet. Dans *Encyclopaedia Universalis* (pp.306-308). Paris : Encyclopaedia Universalis.
- Conforti, M. (2000). La tradition éducative et le concept des musées des beaux-arts aux Etats-Unis. Dans J. Gallard. *Le regard instruit* (pp.53-72). Paris : La Documentation Française.
- Déotte, J.-L. (1993). *Le musée, l'origine de l'esthétique*. Paris : L'Harmattan.
- Deschamps, C. (1993). *L'approche phénoménologique en recherche*. Montréal : Guérin.
- Foucault, M. (1966). *Les mots et les choses*. Paris : Gallimard.
- Fourteau, C. (2000). Les attentes du public vis-à-vis des musées. Dans J. Gallard. *Le regard instruit* (pp.191-203). Paris : La Documentation Française.
- Gilman, B.I. (1916). Museum Fatigue. *The Scientific Monthly*, 12, 62-74.
- Giorgi, A. (1997). De la méthode phénoménologique utilisée comme procédure de recherche qualitative en sciences humaines : théorie, pratique et évaluation. Dans J.Poupart, J.-P. Deslauriers, L. Groulx, A. Laperrière,

- R. Mayer, & A. Pires (Éds.). *La recherche qualitative : enjeux épistémologiques et méthodologiques* (341-364). Boucherville : Gaétan Morin.
- Grossin, W. (1974). *Le temps de la vie quotidienne*. La Haye : Mouton.
- Hainard, J. (1984). La revanche du conservateur. Dans *Objets prétextes, objets manipulés* (pp.183-191). Neuchâtel : Musée d'ethnographie.
- Heidegger, M. (1986). *Être et Temps* [trad. de François Vezin]. Paris : Gallimard.
- Kawashima, N. (1998). Knowing the public. A review of museum marketing literature and research. *Museum Management and curatorship*, 17(1),21-39.
- Leahey, J., Marcoux, Y., Sauvageau, J., & Spain, A. (1989). L'élaboration de la méthode d'une recherche d'inspiration phénoménologique : quiproquos et imbroglio. *Recherches qualitatives*, 2, 29-43.
- Lemieux, D. (1989). Du temps destin au temps géré : une conquête ou un piège pour les femmes. Dans G. Pronovost, & G. Mercure (Éds.). *Temps et Société* (pp.205-221). Québec : Institut québécois de recherche sur la culture.
- McLean, F. (1997). *Marketing the museum*. N.Y : Routledge.
- Mairesse, F. (2002). *Le musée, temple spectaculaire*. Lyon : Presses Universitaires de Lyon.
- Mercure, D. (1988). L'Étude des temporalités sociales chez les femmes. Une remise en question des catégories usuelle d'analyse. Dans D. Mercure, & A. Wallemack (Éds.). *Les temps sociaux* (pp.217-227). Bruxelles : De Boeck université.
- Mercure, D. (1995). *Les temporalités sociales*. Paris : L'Harmattan.
- Merleau-Ponty, M. (1945). *Phénoménologie de la perception*. Paris : Gallimard.
- Mucchielli, A. (1983). *L'analyse phénoménologique et structurale en sciences humaines*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Pomian, K. (1987). *Collectionneurs, Amateurs et Curieux : Paris, Venise : XVIe-XVIIIe siècles*. Paris : Gallimard.
- Poulot, D. (2000). Tradition civique et appréciation de l'oeuvre d'art dans les musées français des origines à nos jours. Dans Gallard, J. *Le regard instruit* (pp.21-52). Paris : La Documentation Française.
- Pronovost, G. (1988). Représentation et aspiration à l'égard du temps de travail. Dans D. Mercure, & A. Wallemack. (Éds.) *Les temps sociaux* (pp.147-160). Bruxelles : De Boeck université.
- Pronovost, G. (1996). *Sociologie du temps*. Bruxelles : De Boeck université.
- Ricoeur, P. (sous la direction de) (1975). *Les cultures et le temps*. Paris : Payot, Presses de l'Unesco.
- Riverin-Simard, D. (1989). Temps et cycles de vie. Dans G. Pronovost, & G. Mercure (Éds.). *Temps et Société* (pp.147-167). Québec : Institut québécois de recherche sur la culture.



Strickman, J. (1989). Au jour le jour : le temps et la personne âgée. Dans G. Pronovost, & G. Mercure (Éds.). *Temps et Société* (pp.192-202). Québec : Institut québécois de recherche sur la culture.

---

*Anne-Laure Bourdaleix-Manin est historienne d'art spécialisée en archéologie grecque et muséologue, formée à l'École du Louvre à Paris et au Muséum National d'Histoire Naturelle de Paris. Elle est actuellement étudiante en rédaction pour une thèse de doctorat portant sur la part du temps dans la relation sujet-objet d'art antique. Elle est affiliée aux doctorats de sciences humaines appliquées de l'Université de Montréal et de muséologie du Muséum National d'Histoire Naturelle de Paris de même qu'elle travaille en partenariat avec le Musée du Louvre depuis son DEA. Son travail de chargée de cours en archéologie grecque à l'École du Louvre, puis d'assistante de recherche au sein du groupe de recherche sur l'adulte et le musée de l'Université de Montréal a largement concouru à la poursuite de ses travaux. Elle privilégie une approche qualitative et plus particulièrement phénoménologique tant sur le plan théorique que méthodologique pour ses recherches sur la connaissance du visiteur de musée.*