

Des musées d'art **Pour qui?**

Jean-Paul Morisset

Volume 9, Number 2 (50), March 1967

Un ministère de la culture?

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/29630ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (print)

1923-0915 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Morisset, J.-P. (1967). Des musées d'art : pour qui? *Liberté*, 9(2), 59–63.

des musées d'art: pour qui?

Avouons-le : les musées d'art ont toujours été un peu snobs. Ils n'ont jamais oublié que leurs ancêtres, les collections privées, ne recevaient que des visiteurs choisis — et sur rendez-vous seulement, encore. La démocratie est passée par là, je sais bien, tout comme ailleurs . . .

Personne, aujourd'hui, ne nous empêche de visiter à notre guise les grandes collections publiques, que ce soit à New-York ou à Tokyo, à Munich ou à Rome, à Londres ou à Paris. Au pire, il nous faut payer l'équivalent d'un ticket d'autobus pour y accéder. Ce n'est quand même pas trop cher.

Le plus curieux, évidemment, c'est que tout cela est théoriquement irréprochable, mais pratiquement nul, côté démocratie. Depuis le début du siècle, on a tout essayé pour que le visiteur moyen ait l'air qu'il devrait avoir. Rien à faire : le visiteur moyen est toujours le même. C'est un bourgeois, un monsieur qui, de temps en temps, va au musée comme il va à la messe : parce qu'il y croit ou parce qu'il le faut. Ou c'est un touriste qui se sent de

Dans un premier article, Jean-Paul Morisset examine ici comment les musées d'art en sont arrivés à la curieuse situation qui est la leur aujourd'hui. Dans une prochaine livraison, il tentera de cerner des éléments de solution.

vagues aspirations, qui sait qu'il faut avoir vu le Louvre quand on revient de Paris, qui ne se pardonnerait pas de passer à Londres sans *faire* la National Gallery au pas de charge. Ou c'est cette aimable vieille dame qui trouve au musée un refuge contre ce monde moderne qui va trop vite pour elle.

Tout cela est très bien. *Mais ce sont toujours les mêmes.* Toujours les mêmes qui y vont, et aussi toujours les mêmes qui n'y vont pas. Qui n'y ont jamais mis les pieds, ou qui n'y sont allés qu'une fois — la dernière !

Vous allez me dire : oui, mais. Je sais : vous connaissez quelqu'un qui etc. Evidemment. Moi aussi, je connais quelqu'un qui etc. Mais à côté de ceux-là, combien d'autres que nous ne connaissons pas et que nous ne verrons jamais au musée.

Deux sociologues ont lâché récemment une petite bombe à ce sujet. La bombe s'appelle *L'amour de l'art*, et les sociologues, Pierre Bourdieu et Alain Darbel. C'est une bombe en papier, un petit livre qui porte en sous-titre : *les musées et leur public* (Editions de Minuit, Paris, 1966). C'est plein de statistiques, de chiffres, de tableaux comparatifs, de schémas bizarres, d'équations barbares, pour une petite moitié. Il faut ce qu'il faut : il ne sera rien affirmé qui ne puisse être démontré, chiffres à l'appui. Laissons cela pour l'instant et voyons le reste, tout ce début du livre qui démarre en flèche : "La religion de l'art . . ."

En face des credos de la religion de l'art — ces credos qui ne sont que des partis-pris, des impressions, des préférences personnelles, des conclusions à partir des je-connaiss-quelqu'un-qui etc. — en face de tout ce vague bagage que les historiens de l'art et les directeurs de musées, comme tout le monde, prennent pour acquis, voici les résultats d'une enquête minutieuse qui présente toutes les garanties désirables. Et ces résultats sont terribles, je veux dire qu'ils ne sont encourageants ni pour le présent, ni même peut-être pour le proche avenir, parce qu'ils énoncent — et dénoncent — des attitudes qui sont ancrées dans les partis-pris personnels, dans les institutions elles-mêmes et jusque dans les façons dont le savoir se transmet ou s'affirme le plus sérieusement.

La constatation essentielle me paraît être celle-ci : les musées s'adressent à tous dans une langue qui n'est comprise que d'une minorité. Et lorsqu'ils cherchent à accroître leur public, ils réussissent surtout à garder à l'écart la majorité. Ils le déplorent, ils le regrettent, mais ils n'en sortent pas. Cette minorité est évi-

demment l'élite cultivée, particulièrement celle qui cumule un degré assez élevé d'instruction et les avantages de traditions familiales que l'école n'a pas encore réussi à relayer. C'est l'école, indirectement, qui se trouve ici en accusation, en autant qu'elle ne parvient pas encore à donner réellement à tous le minimum de connaissances et de familiarité qui permet de franchir sans ridicule — sans le ridicule *senti*, sans le coup d'épingle à l'amour-propre — le portail imposant de ces temples de l'art où, paraît-il, on n'a rien à faire qu'à regarder sans trop comprendre.

Bien sûr, on voudrait bien le faire entrer au musée, ce pauvre diable qui n'ose pas. A son intention, le directeur publie un guide du musée. Un guide si bien fait, si bien présenté, si bien écrit, si sérieux que c'est du chinois pour Baptiste. Que voulez-vous, noble oblige; un musée sérieux ne peut pas publier n'importe quoi sans se ridiculiser : tant pis pour Baptiste. Le guide en question servira à orner l'esprit et la table à café des *amis du musée*. On ne prête décidément qu'aux riches.

Je parlais tout-à-l'heure des carences qui se rattachent à la façon dont le savoir se transmet ou s'affirme le plus sérieusement. Tout le monde connaît la spécialisation où poussent de plus en plus profondément — et de plus en plus étroitement — les tendances présentes de l'enseignement universitaire. Le conservateur de musée qui a fait sa thèse de doctorat sur *Le traitement du sabot de cheval dans l'oeuvre de Géricault* connaîtra sûrement son sujet à fond; on le considérera sans doute comme un spécialiste de la peinture romantique en France, et lui-même acceptera probablement d'étendre son intérêt aux époques voisines de la peinture française. Mais on peut parier que la peinture chinoise l'intéressera beaucoup moins, pour ne rien dire de la sculpture égyptienne, de l'architecture américaine ou de l'archéologie crétoise. Et pourtant, c'est lui qui, souvent, orientera la politique générale de son musée; c'est lui qui tranchera entre deux ou trois expositions possibles, entre tel ou tel emploi d'une large part du budget d'exploitation. Quelle part fera-t-il aux lois qui semblent régir l'intérêt du public? Quelle sera sa réaction naturelle, si on lui apprend qu'il pourrait toucher de nouvelles couches du public en insérant dans son programme d'expositions des domaines comme le mobilier, le céramique, l'ethnographie? Poser de telles questions, c'est malheureusement y répondre.

Il s'agit là, bien sûr, des choix fondamentaux. Je ne m'étonnerai pas sur les choix secondaires (présentation des collections et des expositions temporaires, polyvalence des activités, réception des visiteurs, etc.), qui ne peuvent rien changer en profondeur si l'on considère l'ensemble du public possible : quels qu'ils soient, ils ne s'appliquent qu'à la clientèle acquise. Aussi paradoxal que cela paraisse, on peut en dire autant de la publicité : même si vous parvenez à attirer de nouveaux visiteurs, ils ne reviendront pas s'ils ne se sentent pas chez eux, si le musée ne parle pas la même langue qu'eux ou ne leur offre pas des gages de compréhension, des mots de passe.

Ce qui me frappe chaque jour dans le monde des musées — et cela est aussi vrai de l'architecture et des arts de production, et même des religions, des guerres ou de la politique — c'est une tendance presque invincible à se refermer sur soi, à interrompre la ligne indéfinie de l'aventure, de la recherche; ou plutôt à infléchir cette ligne jusqu'à en faire un cercle sur lequel on trottera sans fin. Ce cercle, ce monde clos qui ne connaît que ses propres lois, que ses limites immédiates, présente deux traits bien marqués; il obéit aveuglément à sa logique interne et il veut tout ignorer du reste du monde, jusqu'à le considérer pratiquement hors de cause ou même inexistant. Ce sont toujours les autres qui doivent supporter les conséquences ultimes de la logique interne, avec ces systèmes clos. Je laisse à chacun de se rappeler les résultats de ce type de comportement suivant que l'on accepte comme prémisses le racisme, l'intolérance religieuse, le manichéisme à l'échelle planétaire, le libéralisme économique ou le nationalisme. Qu'il me suffise d'énoncer la curieuse définition de l'architecture courante, telle qu'exprimée par Pierre Faucheux au cours d'une conversation : *l'expression en volumes de règlements administratifs*. Ce qui, on l'admettra, est très loin des besoins réels de l'homme.

Tous les secteurs de l'activité humaine, je suppose, connaissent cette sorte de pacte entre l'intelligence et la paresse, cette démission de la curiosité de l'esprit, cet affaissement de la vitalité. Pacte qui ne va jamais, il me semble, sans la complicité de l'une ou de l'autre de ces tendances obscures que nous nous découvrons depuis Freud; démission que l'indifférence de la société transforme souvent en prestige, aussi incroyable que cela paraisse; affaissement qui n'empêche pas les automatismes acquis de tourner à plein pendant toute une vie et de laisser derrière eux, malgré tout, une production utilisable.

Face à ces carences du musée d'art, il est symptomatique de découvrir la diversité des expériences qui se font à travers le monde, depuis quelques années, pour amener la rencontre de l'oeuvre d'art avec de nouveaux publics. Sans remonter jusqu'aux expériences du musée du Louvre dans les usines de la Régie Renault, signalons le cas des usines Peter Stuyvesant, en Hollande, où des toiles contemporaines souvent renouvelées font partie du paysage intérieur, au même titre que les machines ou la structure de l'édifice. Plus près de nous, à Montréal même, un collectionneur, M. Gaboury, en fait autant dans un supermarché I.G.A., au bénéfice de sa clientèle et de son personnel.

L'exemple le plus connu est sans doute l'initiative du maire de Montréal dans le cadre des stations de métro.⁽¹⁾ Le plus encourageant, à mes yeux, reste peut-être la toute jeune collection d'art contemporain créée par le ministère de l'Éducation du Québec. Elle permettra d'établir dès l'école des liens de bon voisinage et de présence entre l'enfant et l'oeuvre d'art. Si l'on réussit à compléter cette première étape par un programme d'initiation, même rudimentaire, appliqué par des maîtres eux-mêmes initiés, on aura réussi au Canada ce que peu de peuples — et peu de musées — ont jusqu'ici réussi : donner à chacun la chance, la possibilité *réelle* d'accéder à une certaine conscience, à un certain sourire.

JEAN-PAUL MORISSET

(1) Je cite ici l'intention générale de cette initiative, non la façon dont on semble devoir l'interpréter.