

L'adulte et l'apprentissage du musée et au musée

André Lefebvre and Bernard Lefebvre

Volume 19, Number 4, 1993

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/031678ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/031678ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Revue des sciences de l'éducation

ISSN

0318-479X (print)

1705-0065 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Lefebvre, A. & Lefebvre, B. (1993). L'adulte et l'apprentissage du musée et au musée. *Revue des sciences de l'éducation*, 19(4), 775–779.
<https://doi.org/10.7202/031678ar>

L'adulte et l'apprentissage du musée et au musée

André Lefebvre

Bernard Lefebvre

Université du Québec à Montréal

Introduction

De l'automne 1985 à l'été 1987, cinq groupes d'adultes de 25 à 55 ans, possédant une scolarité de 16 à 18 ans, et comprenant 56 personnes ont visité, chacun, six musées (d'art, d'histoire, d'anthropologie, de sciences naturelles). Ils ont tour à tour expérimenté la visite guidée par un professionnel, la visite guidée par les pairs avec personne ressource, la visite avec audioguide et la visite libre avec ou sans personne ressource. Chaque participant a rédigé un compte rendu personnel de ses visites. L'analyse des comptes rendus a retenu tous les énoncés ayant un sens évident, soit 1 338.

Il se dégage de cette analyse une sorte de portrait de l'adulte visiteur de musée. Curieusement, les énoncés, d'une manière ou d'une autre, se rapportent à l'apprentissage, mais sous deux aspects: l'apprentissage du musée et l'apprentissage au musée, d'où les deux parties de ce rapport. On aurait pu s'attendre à ce que les sujets accordent moins d'importance à leur apprentissage du musée qu'à leur apprentissage au musée. Or, c'est le contraire qui s'est produit, le premier étant l'objet de 839 énoncés, soit 62,7 %, et le second, de 499, soit 37,3 %. Serait-ce parce que le public du musée n'est pas très assidu et que, par conséquent, il en est toujours à en faire l'apprentissage?

L'apprentissage du musée

Dans leur apprentissage du musée, les sujets s'arrêtent davantage aux moyens de le réaliser (65,8 % des 839 énoncés sur le sujet) qu'à ses produits (34,2 %). Quant aux moyens de réaliser leur apprentissage du musée, les sujets consacrent davantage d'énoncés aux types de visite (59,4 % des 552 énoncés sur le sujet) qu'aux façons de prendre possession de l'objet muséal (40,6 %).

Dans leurs énoncés sur les types de visite, les sujets accordent la première place à la visite guidée par un professionnel (39,4 % des 328 énoncés sur le sujet), qu'ils font suivre de la visite libre avec ou sans personne ressource (25,6 %), puis de la visite guidée par les pairs avec personne ressource (21,0 %), enfin de la visite avec audioguide (14,0 %). La

lecture des énoncés incite à penser que la visite guidée par un professionnel remporte autant de suffrages parce que les bons, même les très bons guides, ont été nombreux. Ce type de visite, toutefois, est sans doute moins prisé en réalité qu'il peut paraître, puisque les trois autres types de visite qui, tous, accordent beaucoup plus de liberté au visiteur monopolisent 60,6 % des énoncés. D'ailleurs, à elle seule, la visite libre s'attire près des deux tiers des énoncés que se mérite la visite guidée par un professionnel, cependant que la visite guidée par les pairs s'en attire plus de la moitié. Si la visite guidée par les pairs occupe le troisième rang, c'est, pour beaucoup, parce qu'elle satisfait tant qu'on n'éprouve pas le besoin de s'y attarder particulièrement. Quant à la visite avec audioguide, elle ne vient peut-être en dernier lieu que parce que ses partisans comme ses détracteurs, à peu près aussi nombreux les uns que les autres, sont tellement convaincus de leur point de vue qu'ils ne jugent pas davantage nécessaire de s'y arrêter.

Pour apprécier les types de visite, les sujets insistent d'abord sur l'apprentissage qu'ils permettent (57,3 % des 239 énoncés sur le sujet), ensuite sur la motivation qu'ils suscitent (36,0 %), enfin, sur l'observation qu'ils rendent possible (6,7 %). On peut s'étonner que les sujets accordent peu d'importance à l'observation, qui est le but premier de la visite au musée. Pensent-ils qu'en s'appesantissant sur l'apprentissage, il n'est pas nécessaire de s'arrêter longtemps à son préalable, l'observation? La chose s'explique-t-elle par le fait que, pour eux, l'observation va de soi une fois qu'on est motivé? Ces hypothèses sont très vraisemblables. On peut se surprendre du fait que les sujets s'étendent davantage sur l'apprentissage que sur la motivation, puisque, très généralement, on va au musée d'abord pour se distraire, pour passer du bon temps, lors de ses moments de loisir, au cours des week-ends ou en vacances. Mais, les sujets peuvent estimer qu'au musée comme ailleurs, on n'apprend pas sans motivation. L'apprentissage et la motivation, mais aussi l'observation, ont à voir dans deux débats qui ne manquent pas d'intérêt, mais que les sujets abordent peu: visite libre/visite guidée (13 énoncés sur 44), visite individuelle/visite collective (31 énoncés).

Il est curieux de constater que les sujets attribuent leur motivation pour les divers types de visite, d'abord et avant tout, à une simple question de goût (71 % des 86 énoncés sur le sujet), même s'ils s'expriment là-dessus avec diversité. La question du rythme de la visite ne produit que 16 énoncés, alors que la question de l'activité suscitée par la visite n'en produit que 9, mais le fait de pouvoir faire la visite à son rythme et en étant actif peut n'être, pour les sujets, que des moyens de faire la visite qui leur plaît.

Pour prendre possession de l'objet, les sujets s'efforcent de le placer dans un contexte (23,7 % des 224 énoncés sur le sujet) et de le questionner (20,0 %); ils enregistrent des sensations (23,2 %), ils se rappellent des choses (17,9 %). Tout cela va bien, parce que les écarts ne sont pas trop forts. Mais pourquoi l'affectif et l'imaginaire ne font-ils, l'un et l'autre, que 7,6 %? Serait-ce qu'il s'agit là de phénomènes particulièrement difficiles à saisir et, partant, à exprimer?

Pour ce qui est des sensations, on observe que les sensations tactiles tiennent la première place (54,4 % des 46 énoncés sur le sujet). Cela s'explique, bien sûr, par le fait que, sur le plan du toucher, le visiteur est particulièrement frustré au musée. Les sensations visuelles et gustatives ne provoquent, les unes et les autres, que trois énoncés, les premières, et on le dit, parce qu'elles sont tout, ou presque, au musée, et qu'il n'y a pas à insister; les secondes, au contraire, parce qu'elles sont rarissimes, l'étonnant étant même qu'il s'en trouve parfois dans les musées. Les sensations olfactives, possibles dans les musées de vie végétale et animale, auraient pu se mériter plus de six énoncés, mais c'est miracle que les sensations auditives se soient mérité neuf énoncés.

Pour les sujets, les produits de l'apprentissage du musée se rapportent d'abord au plaisir et au déplaisir qu'ils éprouvent lors de la visite (46,0 % des 287 énoncés sur le sujet), ensuite à la découverte qu'ils font d'eux-mêmes comme visiteur (39,4 %), enfin, à leur découverte du musée (14,6 %). Cet ordre ne surprend pas. Si on peut s'étonner du fait que les sujets s'inquiètent autant de se découvrir eux-mêmes comme visiteurs, ce qui est tout à leur honneur, on ne peut se surprendre qu'ils accordent beaucoup d'importance à leur bien-être dans un lieu où l'on va par plaisir et pour apprendre avec plaisir. On ne peut se surprendre davantage du fait que la découverte du musée ne soit pas leur première préoccupation, d'autant que tout, dans l'apprentissage du musée, est occasion de découvrir l'institution muséale.

À cause de son importance, il importe de s'arrêter au plaisir comme au déplaisir que tirent les sujets au musée, ne serait-ce que pour remarquer qu'ils consacrent plus d'énoncés à leur plaisir (48,5 % des 132 énoncés sur le sujet) qu'à leur déplaisir (38,6 %), et pour remarquer que, chez eux, le plaisir l'emporte décidément sur le déplaisir puisqu'ils parlent de déplaisirs surmontés (12,9 %).

L'apprentissage au musée

Sur l'apprentissage au musée, comme on peut s'y attendre et comme il est normal, les sujets consacrent plus d'énoncés à faire état des connaissances acquises (58,3 % des 499 énoncés sur le sujet) qu'aux moyens de les acquérir (41,7 %), mais on peut se surprendre qu'ils consacrent tant d'énoncés aux moyens de les acquérir.

Parmi les apprentissages, on peut trouver surprenant, du moins de prime abord, que l'histoire ait la part du lion, et de loin (73,9 % des 291 énoncés sur le sujet), mais il faut reconnaître que, dans la vie, dans les musées tout particulièrement, l'histoire n'est pas la petite matière scolaire. D'abord, il y a les musées d'histoire proprement dits, mais aussi ceux d'archéologie, d'ethnographie, et il y a les bâtiments et les lieux historiques. Ensuite, les autres musées: d'art, de science et de technologie, de sciences naturelles, comportent tous une forte composante historique. Au commencement était peut-être Clio, qui est partout, qui pénètre tout, qui charrie tout, qui note bien des choses.

On peut se surprendre que l'art et le sacré tiennent une aussi petite place (14,8 % des énoncés dans le cas du premier, 6,5 % dans celui du second), mais il faut penser que l'art et le sacré sont abordés, au moins indirectement, par l'histoire et que, dans tous les autres aspects de l'apprentissage du et au musée, ils se manifestent fréquemment. Deux choses, cependant, peuvent surprendre avec raison. La première, c'est qu'il a été impossible de retrouver le moindre énoncé significatif relatif à la science, même si chaque groupe de sujets a visité au moins un musée de type scientifique, encore que la remarque faite au sujet de l'art et du sacré s'applique aussi à la science, quoique, peut-être, dans une moindre mesure. La seconde, c'est que les sujets abordent avec beaucoup de profondeur la connaissance de soi, même s'ils n'y consacrent pas un grand nombre d'énoncés (4,8 %), et la remarque faite au sujet de l'art, du sacré et de la science s'applique aussi ici.

Parmi les moyens d'apprendre, les sujets s'arrêtent surtout au rôle du groupe dans l'apprentissage (72,1 % des 208 énoncés sur le sujet), sans doute parce que les visites se font en groupe, ce qui n'est pas courant pour eux, et que les types de visite expérimentés invitent à se poser la question du groupe. Ils réservent toutefois une place à l'observation (12,0 % des énoncés), beaucoup plus faible qu'on aurait pu toutefois le penser, étant donné la place qu'elle occupe au musée, mais il en est question indirectement un peu partout. Enfin, ils s'arrêtent à l'apprentissage comme tel (15,9 % des énoncés), ce qui est significatif même si les énoncés s'y rapportant ne sont pas très nombreux, mais il en est aussi question indirectement un peu partout.

Conclusion

Il est difficile d'aller beaucoup plus loin dans l'interprétation des données recueillies, car l'étude de données de cette nature en est encore à ses balbutiements. On lit, en effet, dans une étude récente que «les données concernant l'expérience vécue par le visiteur dans son contact avec l'objet sont pratiquement inexistantes» (Chamberland, 1990, p. 18). Il reste, néanmoins, que l'enquête apprend beaucoup de choses, certaines moins prévisibles que d'autres. Ce qui est le plus frappant, toutefois, c'est que le public du musée a plus de maturité qu'on lui en prête généralement, ne serait-ce que parce qu'il accorde plus d'importance à son apprentissage du musée qu'à son apprentissage au musée, qu'il accorde beaucoup d'importance à son rôle de visiteur au point de s'employer à se découvrir comme visiteur, et même comme personne, qu'il s'intéresse plus aux moyens de réaliser son apprentissage du musée qu'à ses produits, qu'il s'intéresse beaucoup aux moyens d'acquérir des connaissances au musée, même s'il aime faire état de celles-ci, qu'il s'arrête longuement à contextualiser et à questionner l'objet muséal.

L'enquête montre que les gens de musée ont tout intérêt à faciliter au moins autant l'apprentissage du musée que l'apprentissage au musée, à donner au visiteur isolé et au groupe un rôle aussi actif que possible dans ses apprentissages. Dans cette perspective, il importe de mettre le visiteur à même d'observer au mieux l'objet, de le contextualiser et de le questionner, de l'aider à développer ses moyens de connaissance, de stimuler autant que faire se peut ses sens, son affectivité, son imaginaire et sa mémoire, de réunir autant que

possible les moyens de lui plaire et de surmonter ses déplaisirs, de multiplier et de perfectionner les types de visite et d'activités qu'on lui offre, d'accorder à l'histoire toute la place qui lui est due. D'une manière générale, les gens de musée doivent tout mettre en œuvre pour que le visiteur fasse le meilleur apprentissage possible du musée, ce qui ne peut que lui permettre de faire le meilleur apprentissage possible au musée, car celui-ci est fonction de celui-là.

Pour terminer, il peut être intéressant de noter que les sujets s'arrêtent parfois à parler des bénéfices qu'ils retirent de leurs visites au musée, même s'ils y consacrent peu d'énoncés (60 sur 1 338), car ils en traitent indirectement un peu partout. Ce qu'ils en disent est très éloquent. Les visites au musée leur permettent de grandir et d'évoluer dans leur vie personnelle, sur les plans humain et culturel, sur les plans affectif et cognitif, davantage sur le plan du savoir-être que sur celui du savoir. Elles sont des occasions de ressourcement, d'ouverture à soi, aux autres et à l'environnement. Elles leur permettent d'acquérir ou de remettre à jour des savoirs; elles provoquent chez eux des prises de conscience, soulèvent des questions, suscitent des remises en question, ravivent leur créativité.

RÉFÉRENCE

Chamberland, E. (1990). *La démarche de contextualisation chez le visiteur de musée*. Thèse de doctorat, Université de Montréal, Québec.