

KIT D'ACCOMPAGNEMENT
POUR LES MUSÉES

La participation des publics au musée : enjeux, modalités et outils



5 Pourquoi ?

7 Pour qui ?

8 Une typologie pour y voir plus clair

10 Les outils d'intelligence collective
et le cadre déontologique

Ce document rend compte des dispositifs participatifs observés parmi les musées de France d’Auvergne-Rhône-Alpes. Il propose aux professionnels quelques éléments de réflexions théoriques et pratiques pour les développer ou les renforcer au sein de leur musée.

Il synthétise les échanges qui ont eu lieu lors de nombreux ateliers tenus en distanciels au cours de l’année 2023 avec une trentaine de professionnels volontaires ainsi que le contenu d’entretiens réalisés avec 17 d’entre eux.

Ce travail collaboratif a été commandé par le service des musées et le service ethnologie de la DRAC Auvergne-Rhône-Alpes. Il a été coordonné par Juliette Rolland.

La mise en œuvre de dispositifs participatifs renvoie à un enjeu de citoyenneté pour nombre des professionnels ayant participé à cette enquête. C'est la raison pour laquelle on ne peut dissocier l'intérêt qu'ils manifestent actuellement pour ces dispositifs de la crise de confiance plus générale envers le fonctionnement d'une démocratie représentative observée en France comme dans d'autres pays¹. Ils réaffirment ainsi la dimension politique du patrimoine qu'ils conservent, enrichissent et transmettent au sein de leurs musées.

Cependant, d'autres enjeux sont apparus lors de l'enquête. A cette question du Pourquoi ? (section A), certains professionnels évoquent également des enjeux de visibilité et de compréhension quant aux métiers exercés au sein des musées. D'autres relatent aussi de simples injonctions de la part de leurs élus pour être « dans l'air du temps ». Aux côtés de ces objectifs mentionnés par les professionnels, deux n'ont pas été évoqués explicitement mais représentent une proportion importante des projets participatifs observés sur le terrain. Il s'agit, d'une part, d'être efficace dans la conception d'outils de médiation ciblés pour certains publics et, d'autre part, de répondre à une nécessité dans la conception et la mise en œuvre d'actions culturelles qui, elles aussi, concernent la plupart du temps des publics particuliers.

L'autre question préalable que se posent les professionnels est « Pour qui ? »(section B) car les dispositifs peuvent viser l'ensemble de la population, le public habituel du musée ou un public cible. Par ailleurs, comment choisir la bonne échelle démographique ? Peut-on garantir la représentativité des participants vis-à-vis de la population en général, du public habituel du musée ou du public ciblé ?

Afin de les aider à répondre à ces questions et à prendre un peu de recul sur leurs propres pratiques, les participants à cette enquête ont souhaité que les dispositifs participatifs observés fassent l'objet d'une typologie (section C). Plus d'une soixantaine de dispositifs ont été recensés par l'enquête et leur analyse a montré une très grande diversité. Deux critères principaux de différenciation opérationnelle ont été d'emblée identifiés : le champ professionnel de leur mise en œuvre au sein du musée et leur temporalité. La typologie proposée ici rend compte de ces deux premiers critères mais également des publics visés ainsi que des degrés de la participation habituellement distingués dans les manuels de la participation édités et mis en ligne par les collectivités territoriales ou les associations militantes. Ils sont au nombre de trois : la consultation, la concertation et la co-décision ou co-construction. Se familiariser avec ces différents degrés aidera les professionnels à concevoir des dispositifs participatifs adaptés à leurs objectifs et à choisir les bons outils opérationnels pour consolider leurs pratiques. En effet, ces dernières sont, pour la plupart, encore expérimentales.

Ces outils opérationnels sont ensuite présentés succinctement (section D) car de très nombreux manuels disponibles en ligne leur sont déjà consacrés. Cependant, nous verrons que si leur usage peut garantir une certaine qualité méthodologique aux démarches participatives engagées avec les publics, il ne suffit pas à leur assurer une qualité éthique. De ce point de vue déontologique, les trois « phases » ou « expériences » de la participation décrites par la philosophe Joëlle Zask², penseuse pionnière de la démocratie participative en France, peuvent s'avérer utiles. Celle-ci nous engage à porter une attention particulière à l'équilibre entre ces trois phases que sont « prendre part », « apporter une part » et « bénéficier d'une part » lors de la mise en œuvre de tout dispositif participatif.

1. Plusieurs textes de lois tentent de répondre à cette crise de confiance depuis le milieu des années 1980. On citera par exemple la loi de 2002 relative à la démocratie de proximité, promulguée précisément la même année que la loi sur les musées de France instituant l'obligation de disposer d'un service des publics.

2. Joëlle Zask, Participer. Essai sur les formes démocratiques de la participation, Paris, le Bord de l'eau, 2011.

Pourquoi ?

Un musée «citoyen»

Trois modalités d'expression d'un musée « citoyen » ont été distinguées lors des ateliers. Chacune met en lumière une dimension spécifique de la relation souhaitée entre les publics et le musée. On soulignera que les deux premières font écho à la littérature contemporaine française sur la participation au musée. Celle-ci se réfère essentiellement à celle des écomusées, dont le rôle a été précurseurs³, la Déclaration de Fribourg sur les « Droits culturels » (2007, intégrée en France à la loi NOTRe en 2015) et la nouvelle définition des musées proposée par l'International Council of Museums (ICOM, Kyoto, 2019). La troisième nous semble plus spécifique, déplaçant la question du musée envisagé comme un lieu de patrimoine à celle du musée envisagé comme un équipement public dont les usages peuvent être réinventés.

La première s'incarne dans un musée vecteur d'une implication conjointe des publics et des professionnels dans son pilotage et son fonctionnement. Une relation horizontale à double sens dans la construction, la conservation et la transmission des savoirs est mise en œuvre

« Comment solliciter les publics pour les rendre acteurs du musée, selon les différents champs d'action : collections, expositions, programmation, médiation ? »

« Comment mettre en œuvre la participation des habitants dans l'accompagnement voire la conception de projets conduits ou pilotés par le musée ? »

La seconde s'incarne dans un musée acteur de cohésion sociale, en prise avec la population réelle de son territoire. C'est alors une relation plus inclusive de la part du musée vis-à-vis de ses publics qui est visée.

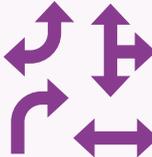
« Pour rendre le musée plus vivant, plus en prise avec les sujets de société, s'autoriser à faire des choses différentes. Un musée reflet de la population réelle d'un territoire, avec une population multiculturelle mais une fréquentation qui n'est pas le reflet de cette population. »

« Réfléchir à la nouvelle définition du musée proposée par l'ICOM, avec cette proposition de travailler pour et avec des communautés diverses. »

La troisième s'incarne dans un musée « lieu de vie » ouvert sur la cité. D'équipement culturel spécialisé, il devient un espace public disponible pour d'autres usages que ceux liés aux missions de conservation, de connaissance et de transmission confiées aux musées par la loi. La relation entre le musée et ses publics se caractérise alors par une certaine liberté laissée quant aux usages que ces derniers souhaitent faire du musée.

« Se poser la question du musée comme un lieu qui fait partie de la cité et qui doit trouver son rôle social dans un renouvellement de son image tant pour les citoyens que pour les élus, avec cet objectif de se dire que le musée est aussi un lieu de vie. »

Les dimensions relationnelles d'un musée "citoyen"

Horizontalité dans la construction et la transmission du savoir	Inclusion des publics non représentés parmi les visiteurs	Liberté des usages de l'équipement culturel
		

Améliorer la visibilité du musée et la compréhension de ses métiers

Les dispositifs participatifs peuvent aussi contribuer à une meilleure visibilité du musée auprès des habitants, des élus et des agents des collectivités de son territoire, tout en améliorant leur compréhension de son fonctionnement.

« C'est l'idée de la sensibilisation des agents qui travaillent dans les collectivités qui sont autour aux métiers des musées Mais aussi bien sûr de la sensibilisation des publics. »

Donner plus de place au jeu dans le musée

Leur mise en œuvre peut également être l'occasion de donner une place plus importante au jeu au sein du musée. En effet, l'une des caractéristiques principales d'un dispositif ludique est précisément de mettre les visiteurs en situation d'acteurs⁴. On peut cependant imaginer des dispositifs ludiques ailleurs que dans les espaces d'exposition comme, par exemple au sein des services, mobilisant des professionnels autant que des publics.

3. Alexandre Delarge (dir.) Le musée participatif. L'ambition des écomusées, La Documentation française, 2018.

4. Voir le KIT d'accompagnement pour les musées «Une nouvelle place pour le jeu dans mon musée?».



Être dans l'air du temps

Ces dispositifs peuvent n'avoir qu'une portée communicationnelle au sens marketing du terme.

« *C'est la mode actuellement. On sent que c'est un mouvement dans la société donc on a envie de prendre le train en marche, pour de bonnes ou de mauvaises raisons.* »

« *La commande des élus est parfois une commande non spécifique : Faites du participatif et débrouillez-vous !* »

Réaliser des outils de médiation adaptés aux différents publics

La conception et la réalisation participative d'outils de médiation adaptés à des publics cibles semble tellement intégrée dans le fonctionnement habituel des équipes de médiation qu'elle n'a même pas été mentionnée. Pour autant, les dispositifs mis en œuvre relèvent bien de processus participatifs, même s'ils ne sont pas formalisés comme tels et sont d'une conception expérimentale. La plupart du temps, les publics visés sont distingués par leur tranche d'âge, leur niveau scolaire ou la nature et le degré de leur situation de handicap. Leur participation peut-être mobilisée à différents stades depuis la conception du dispositif jusqu'à la phase de test. Nombre d'outils de médiation ont ainsi été conçus en partenariat avec une classe de maternelle ou de lycée et leurs enseignants, une association de personnes en situation de déficience visuelle ou de déficience motrice et leurs encadrants.

Concevoir et mettre en œuvre des actions culturelles

Dans la mesure où les actions culturelles menées par les musées concernent le plus souvent des personnes qui ne fréquentent pas ou peu les musées, leur réalisation nécessite de s'appuyer sur des personnes relais auprès de ces publics : des enseignants, des éducateurs spécialisés, des cadres de santé, des bénévoles associatifs, un groupe projet parmi ce public cible, etc. Là encore, les dispositifs participatifs ne sont pas toujours formalisés comme tels et sont expérimentaux. Pourtant, c'est bien de cela qu'il s'agit. Non seulement les personnes relais sont mobilisées dans la conception et l'organisation de l'action culturelle mais l'action culturelle elle-même consiste parfois à faire participer le public ciblé à la conception ou à la réalisation d'une exposition, d'un outil de médiation ou bien à un jeu apprenant. La diversité des dispositifs observés sur le terrain est infinie. On remarquera enfin que certains dispositifs soutenus financièrement par l'État, tels *La classe, l'œuvre !* sont intrinsèquement conçus comme des dispositifs participatifs puisque les élèves sont amenés à concevoir une médiation sur une œuvre du musée qui sera proposée lors de la Nuit européenne des musées.

Pour qui ?

La question des publics ciblés par les dispositifs revient invariablement. Ce choix a pour principale contrainte d'être cohérent avec les objectifs poursuivis. Il doit aussi tenir compte des moyens humains et financiers dont dispose le musée pour la réalisation et le suivi de la démarche.

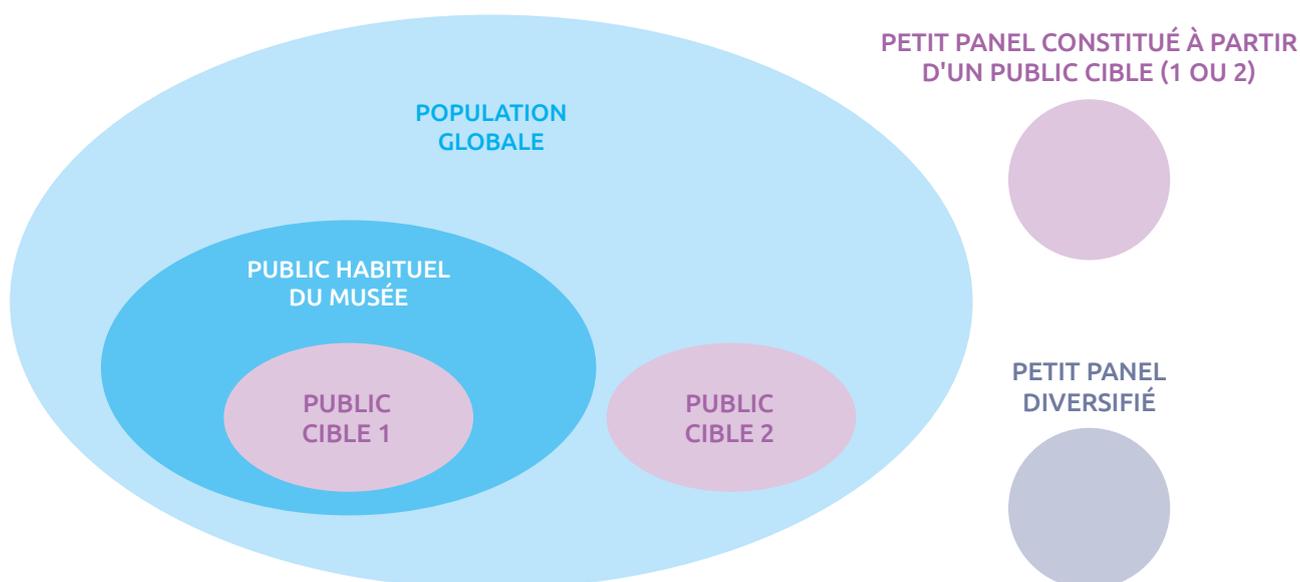
Choisir un public cible

Le dispositif peut viser la population globale, le public habituel du musée ou bien un public cible particulier. Ce public cible peut être choisi parmi le public habituel du musée (public cible 1) ou bien parmi la population globale (public cible 2), notamment s'il s'agit de toucher de nouveaux publics parmi les publics de proximité⁵.

« On ne peut pas faire un musée participatif pour tout le monde en même temps. C'est plutôt un choix délibéré d'une typologie de public cible à un moment donné. On a évoqué l'exemple des commerçants. Si on partitionne la question, il y a des publics cibles à travailler en fonction de différents objectifs. »

Grand public ou petit panel

L'échelle démographique du dispositif est également à considérer. Il peut être mené à grande échelle, c'est-à-dire avec plusieurs centaines, voire milliers de personnes. Il peut aussi n'engager qu'un petit groupe d'individus, d'une poignée à quelques dizaines. Ce petit groupe – ou panel – peut être constitué lui-même à partir d'une catégorie de public cible ou bien diversifié, en mode « groupe projet », selon les objectifs de la démarche.



Une représentativité sociologique non garantie

La question de la représentativité des participants par rapport à la population en général, au public habituel du musée ou bien à un public cible ne se pose pas dans le cas des petits panels. Elle ne concerne que les dispositifs menés à grande échelle. Or, la participation étant une démarche basée sur le volontariat, certaines catégories de personnes risquent d'être peu représentées lors de la mise en œuvre de ces dispositifs, tout comme on l'observe au niveau des instances politiques de consultation locale⁶. Il sera donc impossible de garantir la représentativité des participants.

Tout au plus le dispositif pourra-t-il être incitatif, dans sa forme et son contenu, pour certaines catégories de publics dont on pense qu'elles seront difficiles à mobiliser. Par exemple on pourra choisir un dispositif numérique pour attirer les adolescents ou les jeunes adultes. La communication qui est faite sur ce dispositif peut également être orientée vers ces catégories de publics. Quoiqu'il en soit, ce n'est qu'après la mise en œuvre du dispositif que l'on pourra évaluer, en s'appuyant sur des méthodes statistiques, si la population en général, le public habituel du musée ou le public cible a été représenté de manière satisfaisante par les participants.

5. Pour un approfondissement de cette section, voir le KIT d'accompagnement pour les musées « Agir et communiquer auprès des publics de proximité ».

6. Voir par exemple « Diversifier le profil des participants aux instances de concertation locale : un impératif démocratique », dans *Le Courrier des maires et des élus locaux*, 19/072023.

Une typologie pour y voir clair

Le champ professionnel de mise en œuvre

Les métiers exercés dans les musées répondent aux différentes missions permanentes que la loi de 2002 relative aux musées de France leur a confiées⁷. Ils sont donc très variés : métiers de la recherche scientifique, de la conservation, de la restauration et de la régie des œuvres, de la muséographie et de la scénographie, de la médiation, de l'action culturelle et de la programmation culturelle, de l'accueil.

À tous ces métiers qui constituent le cœur de l'activité muséale, on doit aussi ajouter les métiers supports non moins indispensables comme celui de chargé de communication, de web master⁸, de gestionnaire ou de comptable.

Si la plupart des musées distinguent schématiquement un service scientifique d'un service des publics, chaque musée présente dans la réalité un ensemble de compétences et une organisation propre où la polyvalence est parfois forte. Cette organisation dépend de son histoire, de sa tutelle, de ses moyens financiers et humains, etc. Or, les dispositifs participatifs peuvent mobiliser chacun des champs professionnels évoqués, voire articuler plusieurs d'entre eux, c'est pourquoi il est difficile d'en proposer un mode d'emploi.

La typologie présentée ici tente de rendre compte de cette grande diversité des champs professionnels qui coopèrent au sein des musées et distingue les dispositifs participatifs selon qu'ils les engagent à un niveau de pilotage ou de fonctionnement.

Les dispositifs participatifs mis en place dans les espaces d'exposition à destination des visiteurs, en donnant aux visiteurs un rôle actif dans l'interprétation qu'ils donnent aux collections exposées ou dans leur mode d'appropriation, peuvent venir bousculer les périmètres habituels des champs scientifique et de la médiation. Ils sont présentés à part afin de rendre visible cette inscription spatiale et matérielle des dispositifs dans les musées et de souligner la spécificité de leur public cible, à savoir les publics en situation de visite.

7. Ces missions sont : a) Conserver, restaurer, étudier et enrichir leurs collections; b) Rendre leurs collections accessibles au public le plus large; c) Concevoir et mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la culture; d) Contribuer aux progrès de la connaissance et de la recherche ainsi qu'à leur diffusion.

8. Concernant les dispositifs participatifs numériques, on notera que quel que soit le champ professionnel mobilisé, peu de musées disposent des compétences internes nécessaires pour leur exécution et leur suivi.

La temporalité

La typologie distingue les dispositifs constants comme, par exemple, un Livre d'or ou un comité d'usagers, les dispositifs ponctuels mais relativement étalés dans le temps et mis en œuvre plus ou moins régulièrement, comme la création participative d'un outil de médiation ou la co-construction d'une exposition temporaire, et les dispositifs éphémères, de courte durée mais qui peuvent être aussi plus ou moins réguliers, comme une votation sur une œuvre.

Cette distinction très schématique permet de comprendre que, si l'intensité du suivi des projets participatifs dépend souvent de leur temporalité, de leur régularité ou de leur rythme, ce n'est pas toujours le cas : certains dispositifs pérennes mobilisent peu les équipes, comme un Livre d'or. Cette intensité dépend donc avant tout de la nature des dispositifs.

« On est entre des projets de médiation qui sont par nature éphémères et puis des vrais projets de muséographie participative où les habitants et les usagers prennent vraiment la mesure, s'inscrivent dans un parcours d'exposition. »

Consultation, concertation et co-décision : les trois degrés de la participation

La typologie distingue les dispositifs de consultation, de concertation et de co-décision qui sont les trois degrés d'implication des publics dans un processus de décision.

La consultation consiste en une prise d'avis sur un sujet donné. Elle implique un devoir d'information des publics sur ce sujet en amont du processus.

La concertation va plus loin car elle met en œuvre un débat d'idées sur le sujet en question. Les publics échangent leurs points de vue entre eux, avec des élus ou des experts invités. Leurs avis peuvent donc évoluer durant le processus. Là encore, l'information des publics sur le sujet est nécessaire en amont.

Enfin, la co-décision engage les publics à participer à la prise de décision finale. Si le dispositif participatif concerne la conception ou la réalisation d'un projet plutôt qu'une décision à prendre, on parlera de co-construction ou de co-réalisation.

Tandis que l'organisation d'un processus de consultation ou de concertation ne présume pas de la manière dont l'avis des publics sera pris en compte par les décideurs, la co-décision et la co-construction garantissent leur implication jusqu'à la prise de décision sur le sujet traité ou la réalisation du projet.

Dans certains cas, une concertation peut précéder judicieusement une consultation, de même qu'elle peut précéder une co-décision. Une co-construction de projet peut couronner un processus de concertation puis de co-décision sur la réalisation de ce projet plutôt qu'un autre.

Choix opérationnels					Objectif (s)
Champ (s) de mise en oeuvre	Degré de la participation	Temporalité	Public (s)	Echelle	
Pilotage	Public contributeur à l'élaboration du Projet scientifique et culturel				
	Public contributeur aux choix d'acquisition				
	Public contributeur à la muséographie/scénographie des parcours permanents				
	Public contributeur à la programmation d'expositions temporaires				
	Public contributeur à la programmation culturelle				
	Public contributeur aux choix d'usages de l'équipement culturel comme «lieu de vie»				
	Public contributeur aux orientations de l'action culturelle				
	Public contributeur aux orientations des fonctions supports (finances, communication, management, etc.)				
Fonctionnement	Public contributeur à des travaux scientifiques sur les collections (collecte, inventaire, documentation, conservation, etc.)	Consultation	Constante	Population	Grande Panel
	Public contributeur à des travaux de muséographie et de conception d'expositions temporaires	Concertation	Ponctuelle/Régulière	Public du musée	
	Public contributeur à des travaux de médiation (création d'outils de médiation, rédaction de cartels, etc.)	Co-décision/Co-construction	Ephémère	Public cible au sein de la population	
	Public contributeur à des travaux de régie (conservation préventive, accrochage, etc.)			Public cible au sein du public du musée	
	Public contributeur à un évènement culturel				
	Public contributeur au fonctionnement du «lieu de vie»				
	Public contributeur à une action culturelle (en et hors les murs)				
	Public contributeur aux fonctions support (finances, communication, management, etc.)				
	Public contributeur à des travaux de médiation (création d'outils de médiation, rédaction de cartels, etc.)				
Espaces d'exposition	Visiteur acteur de son apprentissage				Être un musée citoyen
	Visiteur acteur d'une expérience esthétique				Rendre visible et compréhensible les métiers du musée
	Visiteur acteur d'une contribution à l'exposition				Donner plus de place au jeu dans le musée
	Visiteur acteur d'une appréciation de l'exposition				Être dans l'air du temps

Les outils d'intelligence collective et le cadre déontologique

Les outils d'intelligence collective

Chacun des trois degrés de participation présentés dans la section précédente, pour être mis en œuvre, s'appuie sur des outils spécifiques : word café, chapeaux de Bono, décision par consentement, budget participatif, Forum ouvert, Jury citoyen, etc. Ces outils, qui doivent venir à l'appui des processus expérimentaux déjà mis en œuvre par les professionnels de la médiation au sein des musées, sont extrêmement nombreux et largement décrits dans la littérature disponible en ligne. Parmi ces manuels consacrés à la démocratie participative, nous avons choisi de vous indiquer celui édité par la Fondation pour la Nature et l'Homme, réalisé en collaboration avec l'Université du Nous⁹. Il propose une description détaillée de 15 de ces outils parmi les plus couramment utilisés. Le tableau synthétique présenté en ouverture de l'ouvrage est particulièrement bien conçu, les distinguant non seulement en fonction du degré de participation qu'ils engagent mais aussi de leur coût (faible, moyen ou élevé), de leur durée (de 30 mn à plusieurs années), de leur échelle géographique (locale, européenne, nationale ou mondiale) et des publics visés (grand public ou panel de citoyens).

Word café Budget participatif
Forum ouvert *Chapeaux de Bono*
Ateliers de scénarios Jury citoyen
Décision par consentement...

On soulignera enfin qu'une infinité d'outils d'intelligence collective dont on trouvera facilement le descriptif méthodologique peuvent être mis au service d'une consultation, d'une concertation ou d'une co-construction au sein d'un groupe : CoDéveloppement, brainstorming, carte mentale, souvenir du futur, panorama des réussites, cartographie d'acteurs, Petite histoire-grande histoire, Corde à linge, etc.

CoDéveloppement Brainstorming
Cartographie d'acteurs
Corde à linge Carte mentale
Panorama des réussites...

De nombreuses formations à ces outils de la participation et de l'intelligence collective existent. Certaines sont notamment proposées aux agents des collectivités territoriales par le Centre national de la fonction publique territoriale. La formation peut aussi se faire progressivement en autonomie par les professionnels des musées. Les personnes en charge des publics, déjà familiarisées à la gestion de groupes, disposent de nombreux atouts pour y parvenir. Il est néanmoins important de pratiquer régulièrement ces outils accompagnés par des professionnels de la facilitation en intelligence collective¹⁰, notamment pour comprendre le rôle essentiel de la « posture » du facilitateur et du cadre déontologique dans toute démarche participative.



⁹. Démocratie participative. Guide des outils pour agir, Fondation pour la Nature et l'Homme (<https://www.fnh.org/guide-democratie-participative/>), en partenariat avec l'Université du Nous (www.universite-du-nous.org).

¹⁰. Le métier de facilitateur est encore peu connu mais en pleine expansion. On trouvera plusieurs formations déjà référencées sur le registre national des certifications professionnelles.

Le cadre déontologique

S'engager dans la conception d'un dispositif participatif au musée en s'appuyant sur les outils évoqués dans la section précédente garantira une certaine qualité technique et opératoire au processus. Cependant, l'usage de ces outils ne suffira pas à en garantir sa qualité éthique et humaine. Contribuer à un processus consultatif bien conçu mais dont les résultats ne seraient pas pris en compte dans les décisions suivantes pourrait par exemple générer une frustration. Ainsi, un vote consultatif sur les œuvres préférées des collections du musée qui ne serait pas suivi, par exemple, d'un nouvel accrochage les mettant en valeur ou de l'édition d'un catalogue qui leur serait dédié aurait pour effet de démotiver les publics à participer à un autre processus participatif.

C'est ici que les réflexions de la philosophe Joëlle Zask s'avèrent pertinentes. En effet, les trois phases de la participation qu'elle propose - «prendre part», «apporter une part» et «bénéficier d'une part» - nous permettent de questionner cette qualité éthique du processus que l'on s'engage à proposer aux publics.

Chacune de ces phases décrit une caractéristique nécessaire de la relation nouée entre les individus d'un groupe engagé dans une dynamique participative. La philosophe précise que ces trois phases n'existent quasiment jamais à l'état pur, se trouvant la plupart du temps entremêlées, et que tout déséquilibre marqué entre elles développerait un sentiment d'injustice et de frustration. De fait, ces trois phases peuvent être envisagées comme un cadre méthodologique et déontologique à respecter. C'est de ce point de vue que nous les abordons ici, sans nous aventurer dans le champ conceptuel de leur portée en philosophie politique.

«Prendre part» renvoie à une forme de vie sociale libre, désintéressée et enrichissante pour l'individu. Celle-ci se distingue de celle que l'on observe au sein d'une foule où les individus n'entretiennent aucun lien entre eux, ou encore d'un bataillon de soldats où les individus n'expriment pas ou peu leur propre avis. Souvent informelle et ponctuelle, elle engage ainsi l'individualité et la volonté des personnes d'être ensemble. Aucun processus participatif ne saurait donc être contraint ni totalement exempt de relations sociales désirées entre les membres du groupe.

« Apporter une part » signifie que l'individu apporte au groupe quelque chose qui peut transformer le groupe, en changeant la dynamique collective ou ce qui le constitue. Ce quelque chose n'est donc pas simplement donné, sans intention. Il crée une interaction avec le groupe et une possibilité de changement.

« Recevoir une part » renvoie enfin aux bénéfices que l'individu retire de sa participation, à savoir le sentiment de «compter pour quelque chose» dans une histoire commune et de se réaliser en tant qu'individu grâce à cette socialisation. Or, cette phase dépend précisément de la prise en considération de sa contribution par le groupe auquel elle est adressée. Trois conditions minimales sont nécessaires pour garantir une prise en considération véritable :

▶ Le groupe doit fournir à l'individu toutes les ressources nécessaires pour contribuer, qu'elles soient matérielles, financières, informatives, culturelles ou autre. Par exemple, organiser un budget participatif afin d'acquérir une nouvelle pièce pour les collections du musée sans informer les participants sur les enjeux de cette acquisition pour le musée ni sur les différentes orientations possibles ne leur permettrait pas de réaliser un choix libre et éclairé. Quelle considération de leur choix pourrait alors avoir les professionnels du musée ?

▶ Le groupe doit pouvoir être effectivement modifié par la contribution de l'individu. Ainsi, ce même budget participatif pourrait démotiver les volontaires si les choix possibles étaient limités à une sélection étroite réalisée au préalable par le musée ou bien si le budget était trop faible pour acquérir une pièce significative : finalement, les professionnels du musée garderaient la main sur les collections du musée.

▶ Le groupe doit reconnaître la contribution apportée, au sens de l'authentifier, de la prendre en compte et de la faire sienne. Ainsi, ne pas intégrer pleinement dans les collections du musée d'un point de vue légal (statut de l'objet, inventaire), technique (moyen de conservation ou de restauration), scientifique (recherche, notice) et symbolique (exposition publique) un objet acquis pour les enrichir dans le cadre d'un budget participatif affaiblirait le dispositif.

KIT d'accompagnement des musées (disponibles sur le site internet de la DRAC Auvergne Rhône Alpes, <https://www.culture.gouv.fr/Regions/DRAC-Auvergne-Rhone-Alpes/Architecture-et-patrimoines/Musees>)

- ▶ « Construire une politique des publics »
- ▶ « Quelle stratégie d'offre virtuelle après la crise du COVID 19 ? »
- ▶ « Agir et communiquer auprès des publics de proximité »
- ▶ « Une nouvelle place pour le jeu dans mon musée ? »
- ▶ « La participation au musée : enjeux, modalités et outils »

AVRIL 2024



DRAC Auvergne-Rhône-Alpes

Le Grenier d'abondance

6, quai Saint-Vincent

69283 LYON cedex 01

<https://www.culture.gouv.fr/Regions/Drac-Auvergne-Rhone-Alpes>