

Le visiteur, le guide et l'éducation*

Bernard Lefebvre

université du québec à montréal

Hélène Lefebvre

collège montmorency

Le musée est l'une des nombreuses institutions qui remplissent une mission éducative à l'égard de la population. Ses visiteurs se répartissent en diverses catégories, mais tous se laissent informer et former au contact des objets présentés. Les formules utilisées pour guider le visiteur à travers une exposition exercent sur lui une influence éducative. Ce sujet a été étudié par le dépouillement systématique de rapports de visites de musées effectuées par des étudiants. L'appréciation de plusieurs types de visites et de guides fait voir les attentes exprimées à l'égard de ceux-ci. Par leur habileté, ils font appel à l'intelligence, sollicitent l'affectivité et favorisent la participation du public.

One of many popular educational institutions, the museum attracts a diverse clientele expecting to be informed and educated by contact with the objects it contains. The written and oral information that guides visitors through displays has an educational influence. Using students' accounts of museum visits, we describe the effects on visitors of several types of information and guides, showing how they appeal to the public's intelligence and feelings, and how they stimulate public participation.

Selon leur taille, les musées se dotent de structures organisationnelles plus ou moins complexes. Les directions se multiplient et les tâches se spécialisent. Il n'en reste pas moins que toute cette superstructure, souvent invisible au visiteur, n'a sa raison d'être que dans la présence de ce dernier au musée.

Le musée est une institution qui protège et conserve des témoignages qui constituent la mémoire d'une communauté (Actes de la 10^{ième} Conférence générale de l'ICOM, 1975). Il demeure essentiel qu'il assure la relation entre le public et les objets exposés. Pour aider à maintenir une communication aussi efficace que possible, le guide, sous de multiples apparences, établit

*

Cette recherche a été rendue possible grâce à des subventions du Fonds pour la formation de chercheurs et l'aide à la recherche du Québec et du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada.

habituellement un lien entre les personnes et les pièces de la collection. Par sa médiation, le musée remplit un rôle d'éducation populaire.

Dans un premier temps, nous décrivons brièvement le musée, sa clientèle et certaines de ses fonctions majeures. En deuxième lieu, nous présenterons les réactions de visiteurs à l'égard de guides de divers types. Enfin, nous tenterons de caractériser le guide de musée tel que souhaité par un groupe de visiteurs.

LE MUSÉE

Avant d'aborder la classification des clientèles et des fonctions exercées par le musée, définissons ce dernier. C'est une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société, qui acquiert, conserve et présente des objets et où l'on fait des recherches à leur sujet. Elle a pour but la connaissance et la jouissance des objets relatifs à l'homme et à son environnement, le tout contribuant à son éducation (Actes de la 10^{ième} Conférence générale de l'ICOM, 1975). Cette notion descriptive laisse entrevoir la complexité des éléments en cause et leurs interactions, qu'il s'agisse de l'objet et de son traitement ou du sujet en éducation continue réagissant aux plans intellectuel et émotif.

La clientèle des musées

Qui est le visiteur de musée? Malheureusement, les personnes ne se classent pas facilement. Plusieurs auteurs s'y sont pratiqués selon des points de vue divers. Le Royal Ontario Museum (1976) établit, selon leurs intérêts, cinq groupes de visiteurs: les connaisseurs, les gens à l'aise et possédant une éducation classique, les artistes et les designers, les spécialistes en sciences et les étudiants et, enfin, le public en général. Patt (1963), pour sa part, en présente trois: celui qui recherche une expérience esthétique, celui qui veut satisfaire sa soif de connaissance et celui qui veut voir la réalité. Hudson (1977) distingue ceux qui désirent apprendre et ceux qui désirent simplement aller au musée pour le plaisir de se divertir.

Se basant plutôt sur la fréquence des visites, on identifie le visiteur "par hasard" (touriste), ponctuel ou occasionnel (une à trois visites par année) et le visiteur habituel ou régulier (plus de trois visites par année) (Hudson, 1977; Morris, 1962). Pour le Musée de la civilisation de Québec (1986), il existe le public régulier, le public occasionnel et le public potentiel.

Certaines fonctions majeures du musée

Les musées remplissent de nombreuses fonctions, mais nous ne retiendrons ici que celles qui ont trait au public en excluant la clientèle scolaire.

Le musée n'est pas une école. Les gens y entrent et en sortent à volonté. On ne peut forcer quiconque à y apprendre à tout prix (Thompson, 1984).

Ceux qui préparent les expositions doivent tenir compte du public avec ses attentes, ses buts et ses comportements. La nouveauté et le familier doivent s'entremêler pour susciter des apprentissages sans insécuriser le visiteur. On y respecte simplement le vieux principe de pédagogie qui préconise de procéder du connu à l'inconnu. Helman (1958) reprend la même idée en disant que le visiteur moyen va au musée pour recevoir un enseignement conventionnel. L'adulte d'éducation moyenne considère le musée comme un amusement supérieur, une aventure intellectuelle ou artistique (Zygulski, 1972). Parmi les motifs qui amènent les gens au musée, Morris (1962) évoque la curiosité provoquée par l'aspect sensationnel d'une exposition, l'ambition sociale ou le prestige attaché à la fréquentation d'un musée, le désir de parfaire son éducation et l'enthousiasme naissant du contact avec les arts. Pour sa part, Bunning (1974) insiste lui aussi sur l'utilisation du temps libre, uniquement pour le plaisir et pour la valeur intrinsèque des bénéfices de l'expérience. Il ajoute les motifs à caractère social, familial ou amical. Dans la même foulée, le Musée de la civilisation de Québec (1986) considère l'usager comme une personne en situation de loisir culturel, c'est-à-dire dans un moment de temps libre où il se consacre à une activité de son choix.

Il ressort de ce qui précède que l'adulte fréquentant les musées y va pour son agrément; le musée est un lieu d'apprentissage récréatif, propice à l'exploration, à l'aventure et à la découverte; l'apprentissage y est informel, impulsif et non-géré par l'institution (Tressel, 1984).

RÉACTIONS DES VISITEURS À L'ÉGARD DES GUIDES

Étant donné la diversité des clientèles du musée et les fonctions exercées par celui-ci, nous étudierons les réactions des visiteurs à l'égard des guides, en examinant les rapports rédigés par quinze étudiants à la suite de la visite de six musées montréalais dans le cadre du cours *Éducation et ressources communautaires* de la maîtrise en éducation de l'Université de Montréal.

À chaque endroit, la formule utilisée pour guider le groupe fut différente. Il y eut l'intervention du guide conventionnel dans un musée des beaux-arts, celle du directeur d'une maison de la culture qui se chargea de la visite, d'une personne-ressource qui répondit aux questions dans un musée d'histoire naturelle, celle d'un audio-guide au Jardin botanique et le partage de la tâche entre le professeur et les étudiants lors de la visite du Vieux Montréal. Les étudiants firent aussi une visite sans l'assistance d'un guide.

L'analyse du contenu des rapports fait voir les opinions émises sur les types de guides offerts aux étudiants.

Le guide conventionnel

Il est curieux de constater que le guide conventionnel ne semble pas avoir été apprécié. Ce procédé exige une trop grande concentration. L'attention

tombe, le regard et l'esprit voguent à la dérive. Un participant se sent obligé de prendre des notes. Mais, quand les autres laissent tomber le crayon, il en est soulagé. Les commentaires du guide ne font pas apprécier les oeuvres. On aimerait se laisser attirer par elles, prendre le temps de les regarder, mais il faut suivre le groupe, à son rythme, d'une toile à l'autre. Les comportements sont plutôt négatifs, la fatigue se fait sentir, on entend mal, on se plaint de ne rien voir en groupe. On n'ose pas poser de questions, ce qui n'empêche pas un individu de donner parfois ses impressions sur une oeuvre et de provoquer une discussion intéressante.

Le guide directeur d'un centre culturel

Le guide directeur d'un centre culturel a fait partager à ses visiteurs sa philosophie de l'institution. Il a présenté avec enthousiasme les collections de son établissement et a même confié à ses interlocuteurs certaines de ses préoccupations. Les visiteurs s'étaient vu remettre au préalable un guide écrit. En général, les étudiants ont donné une appréciation positive de ce genre de visite. Leurs commentaires se lisent ainsi. Le directeur indique la vocation de la maison; il ajoute des éléments supplémentaires au guide écrit et donne le goût de vérifier les activités dont il parle et d'y prendre part. D'autres déclarent: il est loisible d'entrer en contact directement avec les oeuvres; le directeur sollicite des opinions; on prend le temps de passer et de repasser, de regarder, d'écouter et même de toucher.

Le guide personne-ressource

Au musée de sciences naturelles, le guide agit comme personne-ressource et conseiller. Deux remarques reviennent à plusieurs reprises. Il respecte le rythme de chacun, laisse observer et découvrir, est à l'écoute et essaie de comprendre. Plusieurs aiment rester seuls pour effectuer la visite, mais on apprécie les échanges libres avec d'autres. On pose des questions selon le besoin. Cependant, même si quelques-uns craignent de le faire, ils tendent l'oreille lorsque des explications se donnent. À l'occasion, on s'échange des informations. Le guide ne dirige pas le groupe. Il profite des questions posées pour provoquer le contact avec les visiteurs et stimuler l'intérêt. Au dire des participants, c'est plus intéressant que d'entendre le discours d'un guide officiel.

L'audio-guide

Quant à l'audio-guide, utilisé dans les serres du Jardin botanique, il a été apprécié de diverses manières. Certains sont satisfaits du calme, du sentiment de solitude et même de la détente créés par l'écoute individuelle du magnétophone. Ce moyen d'autodidaxie fournit des connaissances de façon individualisée. Le support auditif appuie les éléments visuels. Le solo-guide

respecte le rythme individuel d'apprentissage. On peut s'attarder où l'on veut et prendre le temps de regarder, à condition d'arrêter la cassette.

Par contre, pour d'autres, l'isolement dû aux écouteurs semble exagérer le sentiment de solitude. Pour lutter contre cela, on s'associe à une ou plusieurs personnes. On préfère échanger en petits groupes plutôt que d'écouter de savantes explications en botanique. Une visiteuse se fait même transmettre les principaux renseignements par une autre qui écoute le ruban magnétique plutôt que d'utiliser elle-même l'appareil. Plusieurs se plaignent qu'il empêche l'utilisation des habiletés intellectuelles, physiques et même sensorielles. On oublie de voir: impossible d'apprécier ce qui tombe sous la vue. Fréquemment, on invoque l'impossibilité de laisser libre cours à ses émotions. On a peur de rater un renseignement important. Le rythme individuel n'est pas respecté; celui de la machine s'exerce en maître, lit-on à maintes reprises dans les rapports. Ce guide encombrant ne correspond pas nécessairement au besoin des auditeurs. Quelqu'un rejette carrément le procédé et un autre projette de retourner visiter le Jardin botanique sans audio-guide.

Le visiteur guide

Pour la visite du Vieux Montréal, chacun des membres du groupe préparait la présentation d'un site particulier. Le professeur complétait ou enrichissait les informations fournies par les étudiants. Sont soulignés l'esprit de groupe, le développement du sentiment d'appartenance et l'attitude positive face au groupe. On loue l'atmosphère de détente et de camaraderie qui habite les gens. Le facteur social est prédominant: les gens se connaissent mieux, les sous-groupes se forment, les échanges et les commentaires s'intensifient particulièrement lors des diverses haltes. Chacun se veut donc responsable du succès de l'entreprise, malgré le caractère plutôt informel et plus ou moins non directif de la visite.

La visite sans guide

Curieuse réaction de la part du groupe: on s'est félicité d'avoir pu visiter un musée sans l'assistance d'un guide, car il y avait place pour l'imagination et pour le contact direct avec les objets. On savourait à loisir les exhibits et on était libre de les examiner à sa guise. La liberté de mouvement fut soulignée. Aussi surprenant que cela puisse paraître, on a apprécié de ne pas voir interférer un guide, de ne pas être distrait par lui et de ne pas avoir à l'écouter.

LE GUIDE SOUHAITÉ

La critique est facile mais les remarques qui précèdent indiquent comment l'art de guider des visites est chose difficile. Loin de nous la pensée de jeter

le blâme à qui que ce soit. La compétence des responsables de musée et la bonne volonté de ceux qui y travaillent ne sont pas mises en cause. Il ne faudrait pas davantage croire que les étudiants qui ont fait l'expérience de visiter six musées formaient un groupe réfractaire. Au contraire, l'activité fut évaluée positivement.

Quelles sont les attentes à l'égard du guide de musée? Au plan de la connaissance, il doit être compétent, expert en arts et posséder des connaissances historiques. Considéré comme une personne-ressource, on souhaite qu'il soit bien préparé à sa tâche, selon le programme des expositions de son musée.

Quant aux attitudes qui l'animent, on s'attend à ce que le guide aime son travail et qu'il soit motivé à l'égard des oeuvres ou des objets à présenter. Qu'il maîtrise l'art de captiver les visiteurs en provoquant l'intérêt. Par-dessus tout, qu'il soit disponible et sympathique aux visiteurs, adapté au public, de contact facile et sans froideur.

Concernant les habiletés à développer, on espère que le guide soit à l'écoute de ses interlocuteurs, personne de dialogue et davantage consultant que maître de conférence. Son savoir-faire comme communicateur importe au plus haut point. La brièveté et la concision s'imposent. Le choix des thèmes s'oppose à l'encyclopédisme. Le vocabulaire sera simple et varié. C'est ainsi qu'on lutte contre le goût de tout couvrir trop rapidement et le risque de passer outre des oeuvres majeures par manque de temps.

Délaissant l'analyse des rapports de visites, nous insistons sur le fait suivant: voir vient avant les mots (Marra, 1983). Avant de lui fournir prématurément une profusion d'informations, le visiteur doit pouvoir regarder et comparer les oeuvres ou les objets d'art qui parlent alors d'eux-mêmes. La perception visuelle le rendant plus actif, il découvre ce qui est plaisant pour lui et ce qui stimule son intelligence.

CONCLUSION

Si un public universitaire préfère le contact direct avec les objets et un guide de type personne-ressource et animateur, il est facile d'imaginer que le grand public pourrait avoir le même goût. Il faudrait contrôler cette affirmation.

Les visiteurs de musée apprennent en prêtant attention au contenu des exhibits. Ils établissent des comparaisons, lisent les textes explicatifs. Tout cela se passe ou non selon leurs attentes et le plaisir résultant de ce qu'ils voient, touchent, comparent et lisent (Screven, 1986). La réaction affective du public précède le contenu rationnel qu'on espère lui faire saisir. Le plaisir n'offre aucune contre-indication à l'acquisition de la culture.

Pour que les musées remplissent leur vocation éducative, les visites guidées doivent faire appel à la participation active du grand public (Harris, 1977).

RÉFÉRENCES

- Actes de la 10^{ième} Conférence générale de l'ICOM. (1975). *Le musée et le monde moderne*. Paris: Conseil international des musées.
- Bunning, R.A. (1974). A perspective on the museum's role. *Curator*, 17, 56-63.
- Harris, L. (1977). *The myth and the reality of aging in America*. Washington, DC: National Council of Aging.
- Helman, R.A. (1958). The teaching functions of exhibits. *Curator*, 1, 74-76.
- Hudson, K. (1977). *Museum for the 1980's: A survey of world trends*. London: British Library.
- Marra, P. (1983). Self study guides for the adult art museum visitor. *Museum Studies Journal*, 1, 35-45.
- Morris, R.E. (1962). Leisure time in the museum. *Museum News*, 41(4), 17-21.
- Musée de la civilisation de Québec. (1986). *Estimation du potentiel de visiteurs*. Québec: Musée de la civilisation de Québec.
- Patt, P.H. (1963). The role of museums of history and folklore in a changing world. *Curator*, 6, 157-170.
- Royal Ontario Museum. (1976). *Communicating with the museum visitor: Guidelines for planning*. Toronto: Royal Ontario Museum.
- Screven, C.G. (1986). Exhibitions and information centers: Some principles and approaches. *Curator*, 29, 109-137.
- Thompson, J.M.A. (1984). Psychology and the museum visitors. In *Manual of the curator* (pp. 386-393). New York: American Museum of Natural History.
- Tressel, G.W. (1984). A museum in touch. In *Yearbook of sciences and the future* (pp. 390-403). Chicago: Encyclopedia Britannica.
- Zygulski, K. (1972). The museum and the adult. Dans les Actes de la 9^{ième} Conférence générale de l'ICOM, *Le musée au service des hommes aujourd'hui et demain: le rôle éducatif et culturel des musées* (p. 125-136). Paris: Conseil international des musées.

Bernard Lefebvre est professeur au Département des sciences de l'éducation, Université du Québec à Montréal, case postale 8888, succursale A, Montréal (Québec) H3C 3P8. Hélène Lefebvre est professeure au Collège Montmorency, 475 de l'Avenir, Laval-des-Rapides, Laval (Québec) H7N 5H9.