



HAL
open science

La place du public adulte au Musée en Herbe

Lucas Pucheu

► **To cite this version:**

Lucas Pucheu. La place du public adulte au Musée en Herbe. Art et histoire de l'art. 2019. dumas-04488759

HAL Id: dumas-04488759

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04488759>

Submitted on 4 Mar 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

ÉCOLE DU LOUVRE

Lucas Pucheu

La place du public adulte au Musée en Herbe

Mémoire de stage
(2nde année de 2^e cycle)
en médiation

présenté sous la direction de Mme Claire MERLEAU-PONTY

Consultante en muséologie,
Responsable du Master 2 médiation à l'École du Louvre

Mai 2019

Le contenu de ce mémoire est publié sous la licence *Creative Commons*



CC BY NC ND

Remerciements

J'adresse mes sincères remerciements à toutes les personnes qui m'ont aidé et soutenu pour la réalisation de ce mémoire.

Tout d'abord, je tiens à remercier ma directrice de recherche, Madame Claire Merleau-Ponty, pour ses conseils et son aide précieuse tout au long de l'année.

Je remercie également chaleureusement mon maître de stage, Madame Anne Brichet, responsable du service pédagogique et de la régie des œuvres. Je lui suis particulièrement reconnaissant pour m'avoir offert la possibilité d'effectuer mon stage au Musée en Herbe.

Je tiens également à remercier l'équipe du musée, notamment les médiatrices : Elsa, Marine, Murielle et Carlotta. Elles m'ont accueilli au sein de l'équipe et prodigué de précieux conseils tout au long du stage. J'ai également une pensée pour les stagiaires et auto-entrepreneurs avec qui j'ai pu travailler.

Enfin, je tiens à remercier ma famille Didier, Dominique et Léa Pucheu pour la relecture de mon mémoire et leur soutien. Je remercie ma compagne Many Da Silva Mendonça pour son soutien tout au long de l'année.

Table des matières

INTRODUCTION.....	5
I. Du musée pour enfants au musée pour tous : présentation du Musée en Herbe et de son ouverture au public adulte.....	8
A. Les caractéristiques du Musée en Herbe.....	8
1. Présentation du musée.....	8
2. Les caractéristiques du musée.....	8
3. Les publics du musée.....	9
B. Historique de l'offre pour adulte.....	10
C. Présentation de l'exposition actuelle : Monstres, Mangas et Murakami.....	13
II. La médiation au Musée en Herbe : quelle place pour les adultes ?.....	16
A. La médiation proposée pour la visite libre : une offre qui n'est pas pensée en premier lieu pour les adultes.....	16
1. Des dispositifs d'interactivité adaptés en priorité au public familial.....	16
2. Une médiation écrite dans les salles très synthétiques.....	19
3. Des sujets d'exposition plus ou moins susceptibles d'intéresser le public adulte.....	20
B. Une riche offre de médiation spécialisée pour les adultes : visites, nocturnes et escape game	21
1. Les visites guidées pour adultes.....	21
2. La nocturne et l'escape game.....	23

III. Une enquête réalisée auprès des adultes : un bilan de visite contrasté.....	26
A. Méthodologie de l'étude.....	26
1. Le choix d'une enquête qualitative : les entretiens semi-directifs.....	26
2. L'échantillonnage et la préparation de l'enquête.....	28
3. La retranscription et l'analyse des entretiens.....	29
B. Résultat des analyses : une offre pour adulte au bilan contrasté.....	31
1. Une visite agréable mais perfectible.....	31
a. Une exposition « kawaii » ... mais courte.....	31
b. Un lieu pour découvrir ... mais manquant d'informations.....	32
2. Un lieu où replonger en enfance.....	35
a. Une identité de musée pour enfant originale et bénéfique aux adultes.....	35
b. Des adultes qui replongent en enfance.....	37
c. Le plaisir communicatif des enfants.....	38
3. Améliorer la visite : quelles solutions pour la médiation adulte.....	39
a. Un livret pour adultes, solution la plus plébiscitée.....	39
b. Des outils de médiation moins appréciés.....	41
c. Une médiation écrite plus développée dans les salles ?.....	42
C. Propositions de solutions.....	43
1. Quelle solution adéquate pour les besoins des visiteurs adultes ?.....	43
2. Les concepts à développer dans le livret adulte.....	44
3. Maquette d'un livret pour adulte.....	46
CONCLUSION.....	48
Bibliographie.....	50

INTRODUCTION

La réflexion menée tout au long de ce mémoire se fonde sur un stage réalisé au Musée en Herbe, de février à mai 2019 durant l'exposition *Monstres, Mangas et Murakami*. Au cours de ce stage, trois missions m'ont été confiées : la médiation en salle/surveillance ; l'animation de visites guidées, pour les enfants de trois à douze ans, mais également des adolescents et adultes ; la préparation et la conduite d'ateliers plastiques. J'ai également participé au montage et à la vente aux enchères de l'édition 2019 de « Street for Kids », vente caritative d'art urbain.

Au cours des heures de médiation en salle, j'ai pu découvrir le fonctionnement du musée, qui privilégie une approche ludique et humoristique pour s'adresser au public « de 3 à 103 ans » selon son slogan. Le Musée en Herbe cherche donc à s'adresser à tous, que ce soit les publics du champ social, les familles ou encore les scolaires, dans une logique de démocratisation culturelle. Toutefois, le Musée en Herbe garde dans son identité la volonté de s'adresser avant tout aux enfants et de rendre accessible l'art, les sciences et les techniques à ce public. Force est de constater que lors des visites animées, des ateliers ou de la médiation en salle, j'ai pu constater que l'objectif semble pleinement atteint, que ce soit au niveau de l'enthousiasme des enfants ou des réservations toujours complètes. Toutefois, il m'est apparu que les enfants n'étaient pas le seul public visé, mais que des adultes venaient également visiter le musée, que ce soit lors de visites guidées ou de visites libres. Néanmoins, l'offre culturelle proposée est rarement complète à l'inverse des activités pour enfants. De plus, j'ai pu constater lors d'observations informelles au cours de mes heures de médiation en salle que le public adulte adopte des réactions diverses face à ce musée qui privilégie un public familial. Beaucoup semblaient découvrir le musée tandis que quelques uns paraissaient être des habitués. Certains se prêtaient au jeu de participer aux activités de médiation prévues pour les enfants tandis que d'autres s'étonnaient de la durée relativement courte de visite et de l'espace restreint.

Il a donc été possible de constater des comportements et des attitudes différentes des visiteurs adultes sans enfants dans l'exposition. Ceci peut s'expliquer par le fait que le musée pose comme public principal, bien que non exclusif, les enfants et non les adultes. Le Musée en Herbe propose donc la démarche inverse que l'on trouve habituellement dans les institutions muséales. En effet, les musées se proposent d'être des lieux de conservation et d'exposition d'objets dans un but d'enseignement et de culture. En ce sens, l'exigence intellectuelle et d'attention que nécessite par

exemple un musée d'art paraît plus adapté aux adultes qu'aux enfants, et de plus la scénographie est souvent pensée pour ce public, avec des accrochages souvent trop hauts pour les plus jeunes. On peut considérer le premier musée moderne comme les Musées du Capitole, ouverts en 1734. Il faut cependant attendre plus d'un siècle et demi pour voir l'ouverture d'un musée consacré aux enfants : le Brooklyn Children's Museum fondé en 1899. Depuis, le concept s'est développé notamment à partir des années 1950 et l'enclenchement d'une démocratisation culturelle par André Malraux. Toutefois, Malraux ne prenait que peu en compte l'importance du public, une politique qui prend en compte la place de ce dernier va être davantage mise en place après les événements de mai 1968 par Jacques Duhamel puis Jack Lang. Cette prise en compte du public et l'apparition du terme de « médiation culturelle » voit donc en même temps se développer des propositions d'institutions muséales destinées aux enfants, comme la Cité des Enfants créée au sein de la Cité des Sciences en 1994. Les grands musées français se sont depuis de plus en plus appliqués à ouvrir un espace entièrement dédié au public familial avec enfants, comme la Galerie des Enfants au Muséum d'Histoire Naturelle ouvert en 2010, ou encore la Petite Galerie au Musée du Louvre en 2015. Il n'est donc pas rare aujourd'hui que de grandes institutions muséales ouvrent des espaces plus à mêmes de toucher le public enfant, tout en offrant le reste de ses collections à tous les publics, mais dont la scénographie et la médiation – ou l'absence de médiation – privilégie le public adulte. Le Musée en Herbe propose le paradigme inverse des autres musées : les enfants sont le cœur de cible de l'institution ; les adultes quant à eux peuvent tout à fait s'intéresser aux expositions présentées, mais doivent s'adapter à une scénographie et une médiation qui n'est pas initialement prévue pour eux.

Au vu des spécificités du Musée en Herbe qui lui donne une place unique au sein des institutions muséales parisiennes, on peut donc se demander quelle est la place du public adulte dans un musée qui privilégie le public enfant ? Quelle peut être son expérience de visite dans un lieu où il n'est pas le public visé ?

Afin de répondre à cette question, nous étudierons tout d'abord le contexte de cette étude du Musée en Herbe. Nous nous intéresserons donc tout d'abord aux objectifs détaillés du musée et ses caractéristiques afin de découvrir ce qui fait son identité. Nous détaillerons également un historique de la place du public adulte dans le musée, qui depuis une exposition en 2011, a choisi d'accorder une place plus grande à ce public à travers une nouvelle offre culturelle de visites guidées et d'activités. Nous présenterons également l'exposition actuelle *Monstres, Mangas et Murakami* afin de présenter le contexte de notre étude.

Pour comprendre la place accordée aux adultes dans le Musée en Herbe, nous nous intéresserons ensuite aux dispositifs de médiation proposés dans l'exposition, qu'ils relèvent d'une médiation écrite, orale ou interactive. Puis, nous détaillerons l'offre de médiation prévue pour le public adulte, notamment les différents types de visites guidées proposées, ainsi que les activités lors de la nocturne du jeudi soir.

Enfin, afin de connaître en profondeur l'expérience de visite des adultes dans ce musée où ils ne sont pas le public ciblé, il a été nécessaire d'aller à la rencontre des visiteurs. Nous avons donc effectué une étude qualitative au moyen d'entretiens semi-directifs. Après avoir présenté la méthodologie employée pour mener à bien l'étude, nous présenterons donc ensuite l'analyse transversale que l'on peut tirer des entretiens menés. Afin de conclure, nous proposerons un certain nombre de solutions pouvant être envisagées pour répondre aux problématiques soulevées par l'analyse.

I. Du musée pour enfants au musée pour tous : présentation du Musée en Herbe et de son ouverture au public adulte

A) Les caractéristiques du Musée en Herbe

1 – Présentation du musée

En nous fondant sur plusieurs entretiens de responsables du musée ainsi que d'un historique de l'institution, nous allons tout d'abord tâcher d'établir les objectifs et principes du musée. Le musée fut créé en 1975 par trois conservatrices de l'École du Louvre: Mme Sylvie Girardet, Mme Claire Merleau-Ponty et Mme Anne Tardy. Il s'agit d'une association loi 1901 reconnue d'intérêt général. Né dans la mouvance des années post 1968 ayant comme idéologie un refus de l'élitisme et une démocratisation culturelle au niveau de tous les publics, le Musée en Herbe fut tout d'abord le pionnier des musées pour enfants en France. Alors que les musées se donnaient pour but essentiel jusqu'aux années 1960 la conservation, les années 1970 – 1980 marquent un tournant, notamment grâce à Georges-Henri Rivière, avec une nouvelle importance accordée à la médiation et au public.

Dans ce contexte, le Musée en Herbe a joué un rôle important pour le développement de la médiation pour enfants dans le milieu muséal. Anne Brichet, directrice de la pédagogie et de la régie des œuvres qualifie ainsi la médiation de « *nerf du musée* »¹. La structure propose en effet en plus d'une visite libre déjà interactive et ludique, plusieurs formules pour intéresser les enfants : visites-guidées, ateliers pour plusieurs âges différents, anniversaires au musée. Cette innovation fut suivie par quelques institutions s'en inspirant partiellement, mais le concept reste néanmoins encore modeste.

2 – Les caractéristiques du musée

Le musée ne possède aucune collection permanente, il s'agit donc d'expositions temporaires d'une durée de six mois à un an. Le Musée en Herbe garde donc son identité non autour d'une collection mais de caractéristiques particulières qu'on retrouve dans chaque exposition. Claire Merleau-Ponty, co-fondatrice du musée distingue quatre caractéristiques. Tout d'abord la pluridisciplinarité, en effet le musée s'efforce « *d'aller à l'encontre du cloisonnement (...) entre*

1 Entretien réalisé avec Anne Brichet, directrice de la pédagogie et la régie des œuvres, annexe p

l'art, les sciences et les techniques »². Ainsi, l'institution encourage les enfants à s'intéresser à tous les types de musées. Elles font ensuite appel à l'observation visuelle ainsi qu'à d'autres sens, à travers des manipulations de dispositifs de médiation pour le toucher par exemple. Les expositions sont interactives, à travers des jeux proposés dans l'exposition ou des ateliers qui se déroulent au sous-sol. Enfin, le choix des expositions, la scénographie ou encore la rédaction des textes sont conçus pour plaire au public enfant.

3 – Les publics du musée

L'objectif principal du musée selon Anne Brichet est de « *démocratiser l'art, le rendre vraiment accessible à tous* »³. Ainsi, dans ce but de démocratisation culturelle, le Musée en Herbe s'est dédié au début de sa création essentiellement au public enfant. Si aujourd'hui il s'agit d'un public acquis pour le musée, ce dernier s'est depuis élargi à la recherche d'un public plus large. Ainsi, dans son slogan, le musée se revendique comme étant adressé à « *un public de 3 à 103 ans* ». En effet, dans sa logique de rendre accessible l'art à tous, le musée s'est activement engagé dans une politique culturelle pour le public dit du champ social. Ainsi le musée mène un partenariat avec les associations des Restos Bébés du Cœur et Savoirs pour Réussir (SPR). Il est également intervenu l'année dernière dans un Institut Médico-Educatif (IME) de Saint-Cloud pour le public handicapé. Des groupes provenant d'IME viennent également régulièrement au musée pour des visites libres, accompagnés de leurs éducateurs. Le musée est équipé d'un ascenseur et ne possède pas d'étages, il est donc adapté pour le public handicapé, malgré la taille restreinte des salles. Un nouveau projet consiste à travailler à la rentrée scolaire 2019 avec le street artist Toxic auprès d'élèves de collège en décrochage scolaire. Ils s'agit donc d'adolescents « *en rejet total de l'apprentissage* » et « *qui se dévalorisent tout le temps* » selon Anne Brichet ; les ateliers proposés par le musée peuvent alors les aider à se revaloriser.

Le musée se dédie également au public scolaire, qui permet notamment de faire davantage vivre le musée en dehors des périodes de vacances scolaires. On retrouve ainsi tous les jours de période scolaire entre deux et six classes par jour, de la petite section au CM2, et parfois occasionnellement du collège.

Enfin, depuis l'exposition *Les Hiéroglyphes de Keith Haring*, le musée s'est ouvert au public

2 MERLEAU-Ponty, Claire. « Les 25 ans du Musée en Herbe, un anniversaire pour parler de médiation ». *Lettre de l'OCIM*, 2000, n°72

3 Entretien réalisé avec Anne Brichet, directrice de la pédagogie et la régie des œuvres, annexe p

adulte sans enfants avec une nouvelle offre culturelle leur étant dédiée ainsi qu'une nocturne le jeudi soir. On peut donc constater que le Musée en Herbe vise certes le public familial avec enfant comme son public principal, mais pas exclusif, et que le musée cherche avant tout à s'ouvrir à tous les publics dans une logique de démocratisation culturelle.

B) Historique de l'offre pour adultes

Le Musée en Herbe propose donc depuis 1975 une expérience muséale originale et centrée sur les enfants, à travers une approche ludique et pédagogique. Le musée ne s'est ouvert que relativement récemment au public adulte. L'institution décide de s'ouvrir à ce public à l'occasion de l'exposition *Les Hiéroglyphes de Keith Haring*, qui s'est déroulé du 16 mars 2011 au 1er mars 2012. Auparavant, le musée proposait des expositions constituées essentiellement de fac-similés, ce qui laissait une grande liberté aux enfants pour toucher et interagir dans l'espace muséal, mais n'était pas susceptible d'intéresser un public adulte qui s'attend à voir des œuvres authentiques dans un musée. De plus, la scénographie était pensée pour les enfants avec un accrochage des œuvres plus bas que dans d'autres musées. Si ce choix de scénographie a été conservé, signe que le Musée en Herbe reste toujours fidèle à son public principal, l'exposition sur Keith Haring marque un tournant pour le musée avec l'abandon des fac-similés au profit d'œuvres originales. En effet, la Fondation Keith Haring, créée du vivant de l'artiste et qui œuvre pour faire connaître son œuvre, n'a proposé son accord pour l'organisation de l'exposition qu'à la condition d'exposer des œuvres originales et non des reproductions. Celles-ci furent prêtées notamment par des galeries, et le Musée en Herbe continue à fonctionner par prêt pour ses expositions, ne possédant pas de collection permanente.

Avec ce changement d'orientation du musée, l'introduction d'œuvres originales fut l'occasion pour l'institution de s'ouvrir au public adulte. En effet, les œuvres originales inscrivaient désormais le musée dans une logique muséale plus traditionnelle susceptible d'intéresser le public adulte. De plus, il n'y avait alors pas eu d'exposition sur Keith Haring à Paris depuis longtemps, et cet artiste était également susceptible d'être apprécié par les adultes amateurs de street art. Le Musée en Herbe fut bien sûr préservé dans sa logique de privilégier le public familial avec des enfants, avec une approche d'humour et de jeu, mais proposa progressivement une nouvelle offre culturelle dirigée vers le public adulte sans enfants. Ainsi, des visites pour adultes furent proposées à partir de cette exposition, d'une durée d'une heure, du lundi au vendredi à 16h30 et 17h30 et le week-end à 17h30.

Il fut également aménagé une nouvelle plage horaire spécifiquement pour le public adulte : une nocturne le jeudi soir, de 19h à 21h. S'il n'y avait pas de justification de proposer de nocturnes auparavant pour le public familial, cela devint nécessaire afin d'offrir au public adulte une plage horaire leur permettant notamment de visiter le musée en semaine après le travail. Afin de garder un esprit convivial propre à l'identité du musée, il fut créé également, en plus de l'offre de visite guidée simple, des visites « art'péro » proposant un apéritif à la fin de la visite guidée. Ces « art'péro » se déroulent lors de la nocturne du jeudi à 17h30, 18h30 et 19h30. L'objectif des visites guidées proposées est de s'inscrire dans l'identité du musée et ses principes de privilégier une approche ludique. Elles sont donc construites au maximum selon Élise Lhote, chargée de communication qui a également animé les premières visites pour adultes, comme « *très interactives et pas récitantes* » autour d'une médiation de questions-réponses et non verticale ; l'objectif étant « *la bonne humeur autour des visites* »⁴. Une nouvelle offre fut développée peu de temps après : les « art'tea », des visites selon la même formule que les « art'péro » mais plus tôt dans l'après-midi et suivies cette fois-ci d'un thé. Elles se déroulent le lundi et le jeudi à 15h. L'objectif fut ici de cibler le public senior, plus disponible tôt dans l'après-midi en semaine. Ce public était également déjà considéré comme un public partiellement acquis : l'objectif était d'attirer les seniors qui viennent visiter habituellement le musée avec leurs petits-enfants vers un nouveau type de visite leur étant cette fois-ci spécialement dédié.

Enfin, plus récemment, le Musée en Herbe propose chaque jeudi soir pendant la nocturne un escape game à 19h30, d'une durée d'une heure et suivi d'un apéritif. Cette offre fut conçue lors de l'exposition *Damian Elwes, Ateliers à la loupe* qui prit place du 25 janvier au 23 septembre 2018. Comme son nom l'indique en partie, l'exposition était construite notamment sur l'aspect détective de l'artiste, les enfants étant même munis d'une loupe pendant leur visite. En effet, Damian Elwes avait mené un travail minutieux de reconstitution d'ateliers d'artistes à travers des archives et de photographies. L'idée d'un escape game s'accordait donc parfaitement avec le thème de l'exposition. Cette idée s'inscrit également dans un mouvement de développement des jeux d'évasion grandeur nature depuis seulement quelques années. Ainsi en 2016, une enseigne d'escape game ouvrait en moyenne tout les trois jours en France⁵. En décembre 2018, on comptait 642 enseignes différentes⁶. Enfin, le concept s'adapte autant à la volonté de cibler le public adulte, notamment les jeunes adultes ainsi que les adolescents étant donné que l'activité est proposée à partir de quatorze ans, qu'à l'identité du musée fondée sur une approche ludique et interactive des expositions. Un nouvel

4 Entretien réalisé avec Elise Lhote, chargée de communication, annexe p

5 « Le phénomène escape game en France » consultable sur escapegame.paris (consulté le 14/04/2019)

6 *Ibid*

escape game est proposé depuis à chaque nouvelle exposition, et l'objectif est donc bien de pérenniser cette nouvelle offre à destination des jeunes adultes.

On peut remarquer que les horaires des offres pour adultes sont tous tardifs. Ils se déroulent à partir de 15h et cela jusqu'à la fermeture, et donc la nocturne le jeudi soir. Ces horaires sont pensés d'une part pour être pratique pour le public adulte : les « art'péro » à 17h30, 18h30 ou 19h30 sont des créneaux qui permettent d'être réservés par les adultes dès la sortie de leur travail. Le créneau de 15h pour les « art'tea » permet de viser la population adulte non-active. Cependant, ces horaires n'ont pas que pour seul but d'être pratiques, mais également de faire vivre le musée à une heure plus tardive où il est moins actif. En effet, lors des week-end et vacances scolaires, les visites se déroulent sur différents créneaux de 10h30 le matin à 16h l'après-midi. Ainsi, après 17h où la visite se termine et une majorité des enfants y ayant assisté descendent au sous-sol pour participer à l'atelier, le musée se retrouve sans activités de médiation et on note nettement moins de visiteurs dans les salles. Lors des périodes scolaires, ces créneaux peuvent être encore plus décalés tôt dans la journée étant donné que les visites peuvent commencer à 10h voire 9h30, et que la dernière se déroule entre 15h et 16h, étant donné que les écoles nécessitent un temps de trajet pour regagner leur établissement et que la sortie des classes arrive vers 17h. Les créneaux pour adultes permettent donc d'occuper des temps du musée où il est nettement moins animé, ce qui est à la fois plus confortable pour les visiteurs adultes, et permet de faire vivre le musée autrement. Ainsi, Corinne Héreau souhaite que « *à partir de 15h30, le musée vive autrement, et que ce ne soit pas vide jusqu'à la fermeture* »⁷.

L'exposition *Les Hiéroglyphes de Keith Haring* a marqué également un tournant dans les thématiques abordées par le musée. Si l'utilisation de reproductions permettait d'aborder des sujets très variés couvrant toute l'Histoire de l'art ou des sciences, la présentation d'œuvres originales a dirigé le Musée en Herbe vers une spécialisation dans l'art contemporain et le street art. En effet, le précédent emplacement du musée rue Hérold comprenait un espace intitulé « ma petite galerie » présentant lors de l'exposition Keith Haring des street artist français. Depuis cet événement, le Musée en Herbe s'est fait un nom dans le milieu du street art contemporain, comme le montre la vente aux enchères « Street for Kids » organisée chaque année depuis 2017, une vente caritative d'art urbain au profit du développement des activités pédagogiques du musée. Ainsi, le musée propose à toutes ses expositions un dénominateur commun, l'art contemporain ou le street art, qui est susceptible d'intéresser, voire de fidéliser, un public adulte.

⁷ Entretien réalisé avec Corinne Héreau, directrice des partenariats et du mécénat, annexe p

La conquête du public adulte fut difficile pour le Musée en Herbe. En effet, l'institution se dédie depuis 1975 à offrir des expositions pour le public familial avec enfants, ce qui a entraîné un étiquetage logique de l'association comme « musée pour enfants » qui complique inévitablement la conquête d'un public adulte. Si Élise Lhote nous confie estimer une amélioration nette aujourd'hui par rapport à l'exposition Keith Haring il y a huit ans⁸, le manque de chiffres ne peut pas nous permettre de vérifier cette impression. On peut toutefois constater qu'en 2017, le public venant sans enfant constitué 11% des 129 500 visiteurs, et 10,6% sur 121 150 visiteurs en 2018. Une communication fut mise en place afin d'attirer le public adulte au musée, via l'animation de réseaux sociaux notamment ainsi que le relais de plusieurs médias importants : Télérama et 20 Minutes pour la presse écrite, BFMTV pour la télévision, France Culture pour la radio. Toutefois, l'étiquette de « musée pour enfants » persiste comme le déplore Anne Bricchet, qui constate que les chroniques culturelles mentionnant le musée dans Télérama ou le Figaroscope sont situées dans la rubrique enfant⁹.

C) Présentation de l'exposition actuelle : *Monstres, Mangas, et Murakami*

Afin de mieux analyser les dispositifs de médiation ainsi que leur réception par le public adulte, il est nécessaire d'expliquer l'exposition actuellement présente au Musée en Herbe. Cette exposition prend place dans les quatre salles du musée. Elle se donne pour but de présenter la culture japonaise à travers des thématiques susceptibles d'intéresser les enfants, ce qui correspond à la quatrième caractéristique du musée définie par Claire Merleau-Ponty.¹⁰ Chaque salle présente une thématique qui rejoint les centres d'intérêts et d'imaginaire du public enfant, dont on en perçoit déjà deux dans l'intitulé de l'exposition. Enfin, cette introduction à la culture et l'art japonais se fait avec la présence des œuvres de l'artiste contemporain Takashi Murakami. Nous allons détailler salle par salle les thématiques et les œuvres abordées.

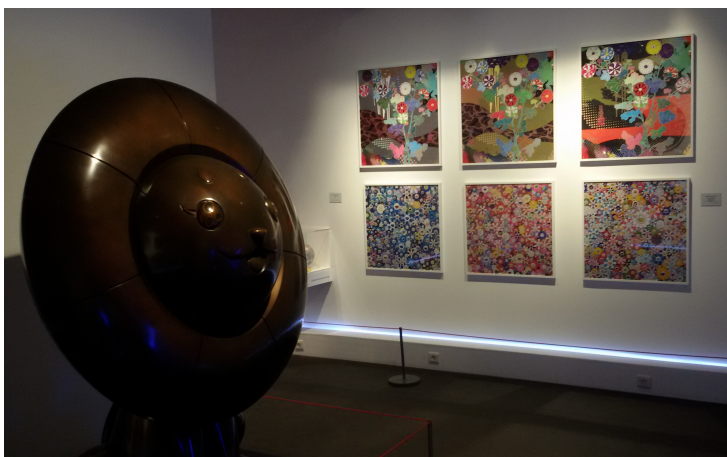
Salle 1

La première salle se propose d'aborder la thématique du « kawaii »,

8 Entretien réalisé avec Elise Lhote, chargée de communication, annexe p

9 Entretien réalisé avec Anne Bricchet, directrice de la pédagogie et la régie des œuvres, annexe p

10 MERLEAU-PONTY Claire, *op.cit.* p.9



terme signifiant « mignon » en japonais et qui occupe une place importante dans la culture japonaise contemporaine et l'art de Takashi Murakami. Ce thème est abordé par la présence de l'œuvre *Yume Lion*, qui reprend les codes de l'esthétique « kawaii », ainsi que six peintures au format carré et huit au format rond de chaque côté de la salle présentant des compositions de fleurs, motif cher à l'artiste contemporain. Ces tableaux sont mis en parallèle avec des sérigraphies d'Andy Warhol et des estampes japonaises afin de montrer la double influence du pop art américain et de l'art traditionnel japonais sur le travail de Murakami. Enfin, on trouve un autoportrait de l'artiste juste à côté de l'entrée afin de le présenter.

Salle 2

La deuxième salle présente la thématique des robots, ainsi que celle des mangas, susceptibles d'intéresser les enfants en âge de lire. Elle présente le projet *Inochi*, œuvre protéiforme de Murakami constituée de statues, poupées, photographies et court-métrage mettant en scène une créature mi-humaine mi-robot. Elle



présente également la thématique à la fois des robots et des mangas avec des planches originales et couvertures de Goldorak et Astro Boy. Ces références permettent autant aux enfants de découvrir les premiers mangas modernes que d'être appréciées par les parents et le public adulte, dont ces bandes dessinées peuvent avoir fait partie de leur enfance.

Salle 3

La troisième salle évoque le thème des yokais, monstres japonais auquel le titre de l'exposition fait référence. Il s'agit de la salle avec la plus grande superficie qui expose donc une grande variété d'œuvres. On trouve des œuvres de Takashi



Murakami telles que *Mister Dob*, *Jellyfish Eyes* et *Superflat Museum*. Ces créations sont mises en parallèle avec le folklore traditionnel japonais des yokais dont elles sont en partie inspirées, notamment pour le motif de la répétition des yeux. Ce folklore est présenté à travers des reproductions en grand format de dessins de Shigeru Mizuki, ainsi que de masques provenant du Musée du Quai Branly. On trouve également des œuvres d'élèves de Murakami : Chiho Aoshima et Mr, qui lui empruntent dans leurs œuvres la thématique de mélange entre « kawaii » (« mignon ») et « kowaii » (« effrayant »).

Salle 4

La quatrième salle aborde un thème peu facile pour le public enfant : les catastrophes naturelles, et le rapport à la mort dans la culture japonaise. Le thème n'est pas rendu effrayant ou morbide pour les enfants grâce aux œuvres colorées ainsi que des techniques de médiation adaptées.



On notera que c'est également la salle la plus lumineuse pour aborder ce thème moins facile. Ce détail n'est pas anodin car, comme nous le rappelle Sylvie Girardet, directrice du musée, il ne faut pas oublier la peur du noir pour les plus petits¹¹. La salle présente sur le mur gauche une grande œuvre d'Aya Takano abordant la légende du royaume de Mu, semblable à celle de l'Atlantide. Le mur de droite présente deux œuvres de Chiho Aoshima présentant pour l'une un cimetière coloré et l'autre un crâne recouvert de végétation ; et une œuvre de Takashi Murakami qui serait une allégorie du tsunami de 2011. L'exposition se termine avec un simili-jardin japonais avec de faux cerisiers la présentation de la série *Conan, fils du futur* créée par Hayao Miyazaki.

11 GIRARDET Sylvie. « 20 d'expérience au Musée en Herbe ». *Lettre de l'OCIM*, 1996, n°43

II. La médiation au Musée en Herbe : quelle place pour les adultes ?

A) La médiation proposée pour la visite libre : une offre qui n'est pas pensée en premier lieu pour les adultes

1 – Des dispositifs d'interactivité adaptés en priorité au public familial

On trouve tout au long des expositions du Musée en Herbe des dispositifs d'interactivité destinés aux enfants et pouvant s'adresser à plusieurs âges. Ainsi, on retrouve deux livrets différents s'adressant à deux tranches d'âges différentes, proposant chacun des jeux dans chaque salle de l'exposition, représentant au total dix jeux ou questions à répondre. Le premier livret, identifié par une couverture bleue, s'adresse aux enfants de trois à cinq voire six ans, ne maîtrisant pas encore la lecture. Il nécessite l'aide des parents pour que les consignes des jeux soient comprises. Le second livret, identifié par une couverture rouge, s'adresse aux enfants plus grands comme le montre une difficulté plus élevée des jeux, bien que leur principe de base est pratiquement totalement similaire. Ces livrets sont d'une grande importance, ils sont donnés par un médiateur à l'entrée de l'exposition et sont utilisés par la quasi totalité des enfants, un peu plus rarement les adolescents qui refusent parfois ce livret qui renvoie trop au monde de l'enfance. L'objectif de ces livrets est d'offrir une visite ludique aux enfants, leur permettant de s'amuser tout en les invitant à observer avec attention les œuvres d'art. Coloré et illustré, le livret répond à une des caractéristiques de la médiation du musée définie par Claire Merleau-Ponty qui est de mettre en avant les images pour attirer la curiosité des enfants et les inviter à lire¹².

Dans chaque exposition sont également proposés quatre dispositifs d'interactivités destinés aux enfants, définis par Claire Merleau-Ponty comme une des techniques de médiation caractéristique du musée¹³. On compte un dispositif par salle :

1 – Une fleur dans le style de Takashi Murakami à construire soi-même grâce à des magnets de visages de fleur et de pétales de plusieurs couleurs à assembler.

2 – Une planche du manga Astro Boy constituée de plusieurs cases à replacer dans le bon ordre d'après un modèle

12 MERLEAU-Ponty, Claire, *op.cit.* p.8

13 *Ibid*

3 – Un puzzle d'un tableau de Chiho Aoshima selon deux difficultés différentes.

4 – Des détails à retrouver sur les trois œuvres de la dernière salle, notamment à l'aide de jumelles mises à disposition.

On notera qu'il est également proposé au début de l'exposition actuelle un déguisement constitué d'un bandeau pour s'identifier à un héros de bandes dessinées japonaises : Kitaro le repoussant. A la fin de l'exposition est également remis une surprise, en l'occurrence un tatouage d'un chat japonais.



Activité de médiation de la première salle

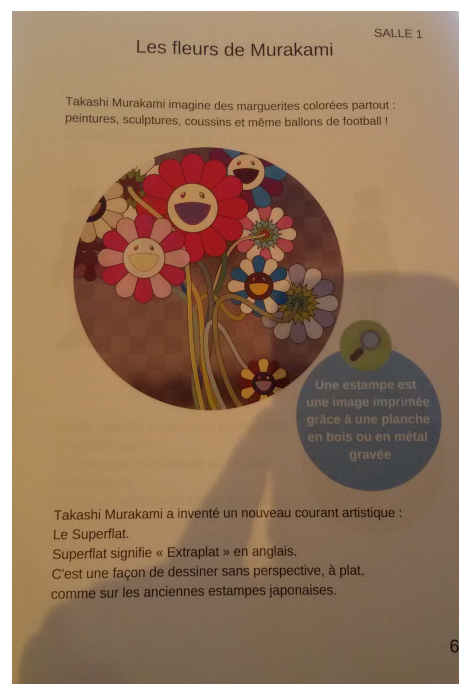
On constate donc en faisant l'inventaire des dispositifs de médiation du Musée en Herbe qu'ils semblent bien tous avant tout adressés aux enfants, premier public-cible du musée. On peut donc se poser la question de quelle place est accordée aux adultes dans les dispositifs de médiation d'une visite libre. Tout d'abord, il faut remarquer qu'après des observations informelles des visiteurs adultes à l'occasion de moments de surveillance et médiation libre dans les salles, un certain nombre de visiteurs adultes utilisent les dispositifs de médiation initialement prévus pour le public jeune. On peut ainsi à l'occasion remarquer des adultes utiliser le livret-jeu, parfois en entier, repérer des détails dans la dernière pièce ou reconstituer leur propre fleur de Murakami. Toutefois, étant donné qu'ils ne sont pas le public prévu pour ces dispositifs, on peut se poser la question de leur satisfaction, qu'il s'agira d'étudier dans notre enquête de publics.

On peut toutefois remarquer deux dispositifs de médiation pouvant être utilisés par les adultes au cours de leur visite libre. Tout d'abord, est présent dans chaque salle un médiateur qui est là à la fois pour surveiller les salles mais également répondre à diverses questions des visiteurs. Comme le déclare Claire Merleau-Ponty, les médiateurs sont là pour « *donner le mode d'emploi d'un espace et de son contenu, faciliter l'interprétation des visiteurs* »¹⁴. Les médiateurs sont des salariés de l'association, des auto-entrepreneurs ou des stagiaires, qui mènent également des visites et animent des ateliers, ils ont donc des compétences et des connaissances leur permettant de présenter à qui le souhaite une œuvre ou une thématique. Si ces médiateurs sont bien évidemment habitués au public enfant, il leur est tout à fait possible de s'adapter aux adultes en approfondissant le discours sur les œuvres. Toutefois, il faut noter que les médiateurs sont relativement peu

¹⁴ MERLEAU-Ponty, Claire. *op.cit.* p.9

sollicités, en particulier par les adultes qui semblent pour la majorité du temps passer leur visite en autonomie.

On trouve également à l'entrée de l'exposition la possibilité d'emprunter un livret écrit selon les règles du Facile à lire et à comprendre (FALC). Cette mention, créée en 2009 par le projet européen Pathways¹⁵, indique une façon d'écrire qui facilite la lecture et la compréhension, cela pour le public souffrant de handicap mental en premier lieu, mais qui peut également bénéficier aux personnes en situation d'illettrisme, ou au public migrant et toute personne maîtrisant mal la langue française. Le Facile à lire et à comprendre se rédige selon quatre règles à respecter : une simplification du vocabulaire utilisé (lexique) ainsi que de la structure des phrases, plutôt courtes (syntaxe), une illustration des idées (sémantique) ainsi qu'une mise en page claire, espacée et facile à suivre (structure). Ce livret peut également bénéficier au public familial. Il est en effet assez long pour captiver l'attention d'un enfant seul, mais peut être lu en famille. Il est également relativement adapté pour le public adulte dans la mesure où ce livret offre un certain nombre d'informations supplémentaires qui ne sont pas détaillées dans les salles, notamment sur certaines œuvres qui ne possèdent pas d'explications sur les textes des murs. En l'absence de livret pour adulte, il est ainsi proposé par les médiateurs dans la première salle qui accueille le public le livret Facile à lire et à comprendre aux adultes venant sans enfants. Le livret offre ainsi pour ce public des explications supplémentaires qui peuvent lui manquer, notamment sur des œuvres peu explicitées dans l'exposition. Toutefois, ces informations restent relativement limitées. En effet, le livret offre peu d'informations théoriques sur le contexte historique, la culture japonaise ou les spécificités de l'art contemporain de ce pays, mais invite plutôt à remarquer des détails, une composition, un ressenti que provoque l'œuvre, et rajoute succinctement des notions-clés rattachées aux œuvres, mais peu développées. De plus, on peut se demander si le langage trop simplifié correspond véritablement à ce public.



Page du livret Facile à lire et à comprendre

15 « Pathways, pour la formation continue des personnes handicapées intellectuelles », Inclusion Europe, 2016, consulté sur <https://easy-to-read.eu/fr/projects/> le 07/05/2019

2 – Une médiation écrite dans les salles très synthétique

On trouve dans les expositions du Musée en Herbe des textes affichés sur les murs dans chaque pièce, se référant au thème de la salle ou à une œuvre présentée, procédé muséographique bien sûr extrêmement courant. Toutefois, ces textes se caractérisent par leur aspect très bref. En effet, chaque texte compte entre 50 et 80 caractères. On compte trois textes de ce type dans la première et la troisième salle et deux dans la deuxième et quatrième, ce qui donne un total de dix textes dans toute l'exposition, soit d'après une moyenne 650 caractères à lire. On peut donc considérer ces textes comme succincts et n'occupant pas une place importante dans la visite de chacun, ne serait-ce qu'en terme de temps de lecture nécessaire. Nous trouvons donc ici des textes de peu de caractères, à l'inverse de textes de salles d'exposition du Grand Palais par exemple, approchant généralement les 500 caractères, soit près de l'ensemble des textes dans le musée.

Cette brièveté, ainsi que la grammaire simple qui caractérise ces phrases, montre qu'elles s'adressent avant tout à deux publics : les enfants et les familles. Pour les enfants, il s'agit avant tout d'enfants à l'aise avec la lecture, donc de minimum six ans, ce qui correspond à la fin de la période pré-opératoire selon le psychologue de l'enfance Piaget¹⁶. Si on rajoute la difficulté nécessaire à connecter les informations données par le texte avec les objets et œuvres dans chaque salle et la thématique globale, on peut plutôt penser que les enfants ne peuvent comprendre seuls ces textes qu'à partir de sept ou huit ans, au stade des opérations concrètes où l'enfant acquiert la capacité de comprendre des notions plus abstraites¹⁷. Ces textes sont donc aussi conçus pour le public des familles. Ils peuvent être lus par les parents pour leurs enfants, ou les parents peuvent seulement aider l'enfant à bien comprendre le texte et à faire le lien avec les œuvres exposées.

Face à ces deux types de public, la brièveté des textes proposés pose donc la problématique du public adulte. Ces textes ne seraient-ils pas trop simples ou brefs pour ce public ? Ne souhaiterait-il pas de plus amples informations, que ce soit sur les artistes exposés, les œuvres ou les thèmes abordés ? On peut en effet avancer cette hypothèse – qu'il s'agira de confirmer ou d'infirmier dans notre enquête de publics – d'autant plus qu'aucun livret spécifiquement pour adulte n'est proposé. De plus, on peut confirmer que la scénographie n'a pas été pensée pour le public adulte en étudiant la hauteur de placement des textes et des œuvres. La hauteur des yeux se situent en moyenne à 1,60 m pour un adulte, mais, l'œil ayant plutôt tendance à regarder vers le bas,

16 PIAGET Jean, INHELDER Bärbel, La psychologie de l'enfant, Presses universitaires de France, 2003

17 *Ibid*

l'emplacement idéal pour lire un texte ou regarder une œuvre est situé entre 1 m et 1,50 m¹⁸. Les œuvres sont pourtant parfois présentées très basses. On retrouve notamment les poupées Inochi dans la deuxième salle sur des socles de 50 cm.

3 – Des sujets d'exposition plus ou moins susceptibles d'intéresser le public adulte

Le Musée en Herbe ne possède aucune collection permanente. Ainsi, il organise régulièrement, environ tout les six mois, une nouvelle exposition temporaire qui prend place dans les quatre salles du musée. Si les thèmes de chaque exposition varient, ils sont reliés par deux fils conducteurs : le public et le type de collection. Le public principal du musée reste les enfants de trois à douze ans, et on pourrait dire plus largement les familles. Le type de collection présenté est toujours en lien avec un ou plusieurs artistes contemporains. En prenant toujours en compte ces deux composantes, le thème de l'exposition peut être spécifiquement adressé aux enfants ou être un thème plus large dont l'approche choisie permettra d'intéresser ce public.

On constate donc que selon le sujet de l'exposition, ce dernier peut être exclu pour le public adulte s'il touche un thème ne parlant qu'aux enfants. Toutefois, le choix de présenter des œuvres d'art contemporain ou de street art permet de raccrocher le public adulte. On se retrouve donc devant deux situations possibles : une exposition dont le sujet n'est pas adressé aux adultes mais qui peut les intéresser par les œuvres d'art exposées, ce qui tend cependant à les maintenir à distance et rend l'exposition plus dur à apprécier. Ou alors : une exposition avec un thème plus large qui peut intéresser le public adulte auquel se rajoute l'intérêt des œuvres présentées. Cette deuxième option n'est pas excluante et pourrait plutôt permettre au public adulte d'apprécier cette exposition comme une autre dans un musée qui n'est pas spécifiquement dédié aux enfants.

On peut ainsi identifier l'exposition actuelle sur laquelle a porté le stage comme dans la deuxième catégorie, étant donné que le thème est celui du Japon, qui parle aussi bien aux enfants (par le biais des mangas, de l'univers « kawaii ») qu'aux adultes (pour l'intérêt pour une autre culture, pour les mangas également). On peut en plus rajouter que la culture nipponne suscite un intérêt particulier en France depuis plusieurs années, parfois même appelé un second japonisme, et que l'année 2018 avait été portée dans les musées sous le signe du pays du soleil levant. A l'inverse,

18 KENTLEY Eric, NEGUS Dick, traduit par GUILLET Lise, JACOBI Daniel, POLI Marie-Sylvie, *Un guide pour la présentation du texte dans une exposition*, Dijon, OCIM, 1993

l'exposition précédente pourrait plutôt appartenir à la première catégorie. Elle portait sur les Monsieur Madame, une série de livres adressée aux enfants à partir de deux ou trois ans, composée d'un graphisme simple et plaisant aux plus jeunes. Il s'agit donc de livres complètement pour enfants et sans autres niveaux de lecture – à l'inverse par exemple de l'exposition *Le Musée imaginaire de Tintin* auparavant, basée sur une bande dessinée pouvant ravir autant petits et grands. Le public adulte ne pouvait donc ici adhérer à l'exposition que si ils se passionnent pour les artistes présentés qui se proposaient d'interpréter le sujet.

Lors des entretiens semi-directifs menés auprès de 21 personnes, deux amis affirmaient ensemble être venus à l'exposition précédente des Monsieur Madame, et une visiteuse déclarait au contraire ne pas être venue à cette exposition car elle n'était pas intéressée par le sujet. Les autres personnes interrogées ont toutes déclaré qu'elles seraient venues à cette exposition avec plaisir. Pourtant, ces affirmations sont plutôt contredites par les professionnels du musée qui ont constaté de nettes différences de fréquentation des adultes entre les différentes expositions. Ainsi, selon Corinne Héreau, directrice des partenariats et du mécénat, on comptait beaucoup d'adultes à l'exposition *Philippe Geluck, l'Art et le Chat* qui prit place du 11 février 2016 au 2 janvier 2017¹⁹. Cela est dû en partie aux lecteurs des bandes dessinées de Geluck dont le second degré est apprécié chez les adultes, ainsi que la campagne de promotion menée par le dessinateur lui-même sur les médias, ce qui a participé à attirer un public adulte non habitué du musée. A l'inverse, Corinne Héreau note que les expositions *Hello My Game Is* sur le street artist Invaders et l'exposition *Les Monsieur Madame au Musée* ont été nettement moins populaires auprès du public adulte.

B) Une riche offre de médiation spécialisée pour les adultes : visites, nocturnes et escape game

1 - Les visites guidées pour adultes

Le Musée en Herbe propose avant tout une médiation adressée à son public premier : les enfants. Ainsi, le mercredi, samedi, dimanche ainsi que les jours fériés, sont organisés des « baby visite » pour les enfants de trois à cinq ans et des « maxi visite » de cinq à douze ans. Les parents sont alors présents comme accompagnateurs mais le discours des médiateurs vise avant tout les enfants. Même si le médiateur peut faire appel à eux, le but est avant tout de transmettre les notions

¹⁹ Entretien réalisé avec Corinne Héreau, directrice des partenariats et du mécénat, annexe p.

essentielles de l'exposition aux enfants de façon ludique et avec un discours adapté à leur âge. Le médiateur propose à certains moments de la visite des activités à l'aide du livret-jeu où les parents sont invités à participer pour aider leurs enfants. Si les adultes sont présents pendant la visite, elle n'est pas conçue pour s'adresser à eux.

Pour remédier à cette absence, le musée propose également des visites adultes. Elles sont programmées occasionnellement à 16h30 et 17h30 pour les visites simples, mais également déclinées dans d'autres formules : les « art'tea » à 15h, toujours des visites d'une heure mais suivi de trente minutes où les visiteurs et le guide partagent un thé dans la cuisine de l'établissement, et les « art'péro » à 17h30, 18h30 et 19h30 le jeudi soir à l'occasion de la nocturne, où la visite est suivie d'un apéritif. La durée de la visite programmée est de une heure pour un prix de 10 euros. Il s'agit donc d'un format de visite relativement court si l'on compare par exemple aux visites d'une heure trente au Louvre. Toutefois, on notera qu'à l'inverse du Louvre, il n'y a pas de temps de déplacements étant donné la petite taille du musée constitué de seulement quatre salles. De plus, les médiateurs n'hésitent pas à prolonger d'un quart d'heure la visite qui, bien qu'elle se déroule dans un petit espace, est servie par un discours pouvant se révéler très dense.

La visite permet par sa durée et l'espace restreint du musée ne nécessitant pas de temps de déplacement de passer quinze à vingt minutes complètes dans chaque salle. Chaque pièce est présentée durant la visite avec un discours général : tout d'abord une présentation générale sur le Japon et Takashi Murakami dans la première salle, puis sur les mangas dans la deuxième, les yokai c'est à dire les monstres du folklore japonais dans la troisième, puis l'importance de l'écologie et des catastrophes naturelles dans la culture nipponne dans la dernière salle. L'espace restreint du musée qui pourrait être perçu par les adultes en visite libre comme handicapant car limitant la déambulation et le nombre d'œuvres exposées est dans le cadre de la visite transformé en avantage. En effet, cela permet de consacrer un temps conséquent à chaque salle de l'exposition et ainsi au guide conférencier de présenter un grand nombre des œuvres exposées. C'est un véritable avantage pour le visiteur : si l'on peut juger que la médiation écrite est brève et n'explique que rapidement les œuvres, et pas toutes si l'on fait exception du livret Facile à lire et à comprendre, les visites guidées pour adultes offrent une solution pour le public qui souhaite une explication approfondie des œuvres. La visite ne peut certes pas viser l'exhaustivité et présenter toutes les œuvres d'une exposition, ce n'en est jamais le but ; elle cherche avant tout à donner des notions et des clés de compréhension essentielles au visiteur. Toutefois, en présentant durant la visite près de la moitié des œuvres exposées, cette approche permet une véritable compréhension en profondeur et une vue

moins générale sur le sujet.

La visite est généralement suivie d'un thé – goûter ou d'un apéritif entre les visiteurs et en présence du médiateur. Ce moment est avant tout celui d'un échange entre ce dernier et les visiteurs. Parfois inhibés par le statut de connaisseur du guide, les visiteurs peuvent ici échanger dans un rapport plus horizontal et partager leur expérience sur le sujet de l'exposition, leur ressenti, pourquoi ils éprouvent de l'intérêt sur le sujet, ou partager leurs propres connaissances. Ce moment s'inscrit également dans l'identité du musée qui cherche à mettre en avant des valeurs de convivialité.

On notera une particularité dans les visites guidées pour adultes proposées par le musée : elles sont peu demandées. En effet, les visites adultes sont proposées à 15h30 et 17h30 tel jour et confirmées si il y a au moins une réservation pour le créneau, mais ce n'est pas finalement pas toujours le cas, et on pourrait compter en moyenne une à deux visites adulte par semaine au total. De plus, les visites sont souvent en petit comité, souvent trois ou quatre visiteurs, voire un seul. Cette faible demande peut s'expliquer par l'image de musée pour enfant qui peut dissuader certains visiteurs d'opter pour la visite guidée²⁰. Il a été constaté que la présence de peu de visiteurs dans une visite peut influencer le comportement des visiteurs de deux façons opposées. Il peut tout d'abord être un inhibiteur pour les visiteurs et donc de limiter l'échange avec le médiateur, a fortiori quand ils ne sont qu'un ou deux. L'apéritif ou le thé peut donc être un moment important qui permet de couper cette inhibition. Selon la personnalité du visiteur, se retrouver seul avec le médiateur peut être intimidant. A l'occasion d'une visite « art'péro », une visiteuse a en effet refusé de suivre la visite adulte, se sentant mal à l'aise d'y assister seule. A l'inverse, le fait d'être en petit comité, voire parfois seul à seul avec le médiateur permet dans certains cas aux visiteurs de poser davantage de questions, demander des explications sur une œuvre qui attire leur attention. La visite peut donc se dérouler davantage sur la base d'un échange et d'une médiation horizontale.

2 – La nocturne et l'escape game

Afin de proposer un moment d'ouverture qui soit véritablement consacré au public adulte, le musée en herbe propose des nocturnes tous les jeudi soir. Il s'agit d'une nocturne brève comparée à d'autres musées (seulement deux heures rajoutées entre 19h et 21h, contre quatre heures par exemple entre 18h et 22h au musée d'Orsay ou au Louvre). Elle offre cependant l'avantage indéniable de consacrer un moment entier pour quasiment exclusivement le public adulte. Bien sûr,

²⁰ Cf p.13

les familles sont toujours aussi bienvenues mais l'horaire tardif fait qu'elles ne sont que très peu présentes à ce moment. On constate donc ici une vraie démarche revendiquée du musée de s'adresser au public adulte. En effet, cette idée est confirmée par l'ancien nom adopté pour ces nocturnes, « Les Z'adultes ». Le nom est ici tout à fait évocateur vu qu'il énonce que cette nocturne est bel et bien adressée aux adultes, tout en rappelant par l'utilisation du « Z » la prononciation d'un enfant. Les nocturnes sont donc un moment pour adultes dans un musée principalement destiné aux enfants.

Chaque nocturne est composée de deux éléments : les « art'péro » et les escape game. Les « art'péro » suivent la même logique que les visites adultes d'une durée d'une heure mais sont suivis d'un apéritif dans la cuisine du musée en présence des médiateurs. Les escape game sont proposés à partir de quatorze ans, leur durée est d'une heure, même si cette durée peut varier selon le déroulement du jeu, puis s'en suit un apéritif entre les différents participants. Le prix est de quatorze euros. L'escape game se déroule dans les quatre salles du musée, le but étant de résoudre des énigmes dans chaque pièce à l'aide d'indices à découvrir. Chaque escape game s'ouvre sur une présentation de la « mission » confiée aux visiteurs par une médiatrice. Pour cette exposition, le but est de sauver le royaume de Mu, une légende populaire au Japon auquel une œuvre de grande dimension dans la quatrième salle fait référence.

Ce jeu ne se déroule pas dans un espace caractéristique des escape game, c'est à dire une salle confinée dont il faut trouver le moyen de sortir en résolvant des énigmes. La salle est le plus souvent immersive pour correspondre au thème de l'escape game, qui peut être associé au monde de la science-fiction ou du polar par exemple. Toutefois, l'activité conserve l'idée des énigmes à résoudre. L'aspect immersif est en revanche perdu : les participants ne peuvent pas imaginer qu'ils sont réellement enfermés et qu'ils ne sortiront qu'en trouvant une solution au jeu. Cependant, cette activité permet aux participants de découvrir une exposition autrement. Tout d'abord, elle rentre parfaitement dans l'approche ludique que propose le musée où le jeu permet d'appréhender d'une façon différente le monde de l'art et des musées. Cette approche est proposée par le musée pour les enfants à travers les visites animées et le livret-jeu. L'escape game propose donc une transposition de cette approche ludique avec un contenu plus adapté aux adultes et adolescents. Ensuite, on peut observer que les participants ne consacrent pas la totalité de leur temps au jeu. En effet, à l'inverse d'un escape game classique où les joueurs viennent uniquement dans le but de faire le jeu, l'activité du musée est double : il s'agit à la fois d'un escape game et d'une exposition. Les visiteurs viennent donc à la fois pour un escape game et pour aller au musée, deux activités habituellement bien

différentes et qui viennent se rejoindre au Musée en Herbe. Il n'est en effet pas rare de constater que les visiteurs prennent une partie du moment de l'activité pour simplement regarder les œuvres d'art sans se consacrer exclusivement au jeu. L'activité se réalise avec des indices disposés dans l'ensemble du musée dont il faut tirer parti pour résoudre des énigmes, cela à la façon d'un escape game classique. Toutefois, un certain nombre des énigmes sont en lien avec les œuvres d'art et doivent être résolues en les observant.

III. Une enquête réalisée auprès des adultes : un bilan de visite contrasté

A. Méthodologie de l'étude

1 – Le choix d'une enquête qualitative : les entretiens semi-directifs

Afin de mieux appréhender l'expérience de visite des visiteurs adultes, comprendre ce qui a été apprécié ou non dans l'approche du musée et la médiation proposée, il est nécessaire de mener une enquête. On peut donc mener une enquête quantitative, qui offrirait des données statistiques sur la réception de l'exposition, ou qualitative, qui permettrait de comprendre plus en profondeur l'expérience de visite. Notre choix s'est porté sur une enquête de type qualitatif. En effet, une enquête quantitative n'aurait permis que de cerner la quantité et les proportions de certains comportements, or notre but n'est pas d'atteindre une vérité statistique et représentative mais bien d'analyser en profondeur l'expérience des visiteurs, ce que ne permet pas un questionnaire, méthode trop binaire et superficielle. De plus, menée essentiellement à l'aide d'un questionnaire, elle se serait avérée trop directive et n'aurait pas permis l'émergence d'opinions inattendues dans la recherche de départ. A l'inverse, la méthode qualitative permet de mettre en avant des comportements et des opinions des visiteurs, et permet ainsi, via le dialogue entre le chercheur et l'interrogé, d'analyser en profondeur des attitudes pouvant se révéler significatives mais qui n'apparaîtraient pas dans un questionnaire quantitatif.

Une fois ce choix fait, il a ensuite été nécessaire de déterminer pour quelle type d'enquête qualitative opter. On retrouve ainsi pour notre choix plusieurs grands types d'enquêtes : les entretiens, les focus group, l'observation des visiteurs ou le thinking aloud. Il a été nécessaire de procéder par élimination pour trouver la méthode d'enquête la plus appropriée. Le thinking aloud, qui consiste à recueillir les impressions du visiteur, dites oralement en direct pendant qu'il découvre l'exposition, ne s'imposait pas ici car cette technique permet de se concentrer sur la réception des œuvres par le visiteur alors que notre enquête nécessite de recueillir un ressenti plus global sur l'approche du musée et de la médiation. L'observation des visiteurs est une option qui a été envisagée, mais elle a paru finalement insuffisante pour appréhender le sujet. En effet, elle peut

difficilement se suffire à elle-même car le chercheur risque à tout moment de tomber dans une approche behavioriste, et donc de surinterpréter chaque geste et comportement quand il n'y a pas forcément lieu d'être. L'hypothèse des focus group est intéressante car elle permet de confronter différentes opinions pour faire émerger de nouvelles idées, mais elle a été rapidement mise de côté car la forme des entretiens en groupe de huit à quinze personnes durant deux voire trois heures, est trop contraignante pour le musée recevant peu d'adultes. Il aurait été très probablement impossible d'organiser des focus group étant donné le nombre de participants que cette méthode suppose et l'investissement de temps qu'elle leur demande. Notre choix s'est donc finalement porté sur des entretiens semi-directifs. Ils consistent à recueillir des réactions de visiteurs sur des thèmes et questions décidés dans un guide d'entretien. Cette méthode permet en effet de bien cibler notre sujet en offrant de comprendre l'expérience des visiteurs adultes de façon globale ou plus précise. L'entretien se déroule de préférence de façon individuelle, mais il pourra être nécessaire d'élargir ces critères à de petits groupes, afin de ne pas exclure les visiteurs avec des pratiques non solitaires. L'entretien présente de plus un aspect pratique : il peut se dérouler après la visite et ne pose pas de problèmes de temps (chaque entretien pouvant durer vingt ou trente minutes) ou d'organisation comme les focus group.

Un entretien peut être libre, directif ou semi-directif. Nous avons orienté notre choix vers la dernière option. Un entretien libre prend le risque de dériver du sujet, de présenter des entretiens ayant peu de rapports entre eux et donc finalement non exploitables. L'entretien directif s'organise avec des questions prédéfinies et pose donc un cadre fermé où l'interlocuteur risque de s'exprimer moins librement. L'entretien semi-directif offre l'avantage de ne pas enfermer le discours de l'interviewé. Un certain nombre de thèmes doivent être abordés et s'intégrer par le biais de questions de l'enquêteur dans le fil discursif sans gêner le déroulement du propos de l'interviewé. L'enquêteur pose des questions et recentre la conversation sur le sujet d'étude si cela est nécessaire. L'attitude de ce dernier doit se révéler la plus neutre possible dans la formulation des questions et des relances afin de ne pas influencer les réponses des personnes interrogées. L'enquêteur doit répondre aux trois fonctions établies par Blanchet²¹ à propos de l'entretien d'enquête : la fonction de production, de confirmation et la fonction d'orientation. La production correspond à l'ouverture de la discussion, les questions, la demande de précisions, les relances. La confirmation correspond à la reformulation et éventuellement à la confrontation entre plusieurs idées si elles se contredisent ou si sont présents plusieurs participants.. L'orientation se rapporte à la recentration de la discussion et à la relance thématique.

21 A.BLANCHET et AL, *L'entretien dans les sciences sociales*, Dunod,, 1985.

La méthode des entretiens semi-directifs présente l'avantage d'offrir une grande liberté d'expression aux individus interrogés, tout en assurant la comparabilité des résultats entre les différents entretiens. Elle permet également de rebondir sur des points du discours et d'obtenir ainsi des réponses détaillées. Cette méthode présente cependant comme limites de nécessiter un temps d'investissement important pour l'enquêteur. Il peut également être difficile pour celui-ci de trouver un équilibre entre la liberté du discours des interviewés et la nécessité d'aborder les thèmes du guide d'entretien sans casser le fil et la dynamique des propos.

2 – L'échantillonnage et la préparation de l'enquête

L'échantillonnage sert à sélectionner les personnes interrogées. Ces dernières ont été choisies à la fin de l'exposition afin de capter leur impression immédiate. L'échantillonnage doit donc garantir que le médiateur ne se dirige pas vers un type de public qui peut lui être plus familier mais vise bien tous les types de publics différents, de tout âge ou milieu social. Pour notre enquête, nous avons tout d'abord identifié le critère du nombre de personnes interrogées à la fois. Les entretiens se pratiquent généralement de façon individuelle, cependant, n'interroger que des individuels reviendrait à exclure de l'enquête tout les visiteurs adultes venant au musée en groupe et ayant donc une autre approche du musée qu'il est nécessaire d'intégrer à l'étude. Les entretiens seront donc adressés à jusqu'à trois personnes à la fois. Au delà de ce chiffre, on peut risquer que l'entretien se transforme en focus group. Le risque d'interroger un trop grand groupe est également que chacun ne puisse pas suffisamment s'exprimer dans la durée relativement courte impartie pour l'entretien. Ne pas aller jusqu'à plus de trois personnes à la fois est donc un compromis pour intégrer les adultes visitant en groupe à l'étude sans transformer les entretiens en focus group.

Il s'agit du seul critère de sélection pour l'entretien. Les adultes étant relativement peu nombreux au Musée en Herbe, chaque visiteur ou groupe sera interrogé dans les plages horaires consacrées à l'enquête durant le stage, sans tirage au sort quelconque, même s'il est généralement d'usage d'interroger une personne sur deux ou sur trois de façon systématique afin d'éviter tout choix personnel. La technique d'interroger chaque visiteur présente l'avantage d'éviter tout problème de choix personnel des personnes interrogées par l'enquêteur et de cibler tout les différents types de publics adultes. Les entretiens semi-directifs n'ont pas pour but de refléter la population française étant donné qu'ils ne visent pas une vérité statistique. Aucune modification n'a donc été apportée à l'échantillonnage, même si l'échantillon s'est avéré jeune. On peut ainsi remarquer que les individus

ayant participé à l'enquête sont fréquemment âgés de moins de 30 ans, cela pouvant être dû au sujet de l'exposition qui touche davantage cette population.

Notre enquête doit contenir un certain nombre de personnes interrogées pour que l'analyse soit la plus riche possible. Il est donc nécessaire d'atteindre le seuil de saturation, c'est à dire le moment où de nouveaux entretiens n'apporteront plus de nouvelles informations, ou très peu. Pour la méthode des entretiens, le seuil de saturation est estimé entre 20 et 30 personnes²². Nous avons donc réalisé 13 entretiens avec 21 individus interrogés.

L'entretien se déroule à l'aide d'un questionnaire pour l'enquêteur. Toutefois, comme il s'agit d'un entretien semi-directif, l'ordre des questions n'est pas déterminant et elles peuvent être présentées de façon différentes avec d'éventuelles relances. Le questionnaire rédigé n'a donc pas valeur de cadre contraignant mais doit servir d'aide à l'enquêteur pour vérifier que tous les thèmes prévus ont bien été abordés. Les questions doivent être ouvertes et formulées de telle façon que la personne interrogée se sente libre de répondre. Les questions doivent être le plus neutre possible afin de ne pas donner d'indices sur des éventuelles réponses attendues et ainsi ne pas influencer les personnes interviewées. A ce titre, l'enquêteur doit bien rappeler au début de chaque entrevue qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, l'objectif étant avant tout de comprendre le point de vue de la personne interrogée. Les questions ouvertes ont pour but d'inviter les personnes à élaborer leur réponse. L'enquêteur ne doit donc pas se contenter d'un « oui » ou d'un « non » et encourager les interrogés à approfondir leur réponse, par le biais notamment de relances, comme « pourquoi ? » ou « pourriez-vous m'en dire plus à ce sujet ? ». Chaque question ne doit contenir qu'une seule idée et utiliser un vocabulaire compris par tous.

3 – La retranscription et l'analyse des entretiens

Une fois les schémas d'entrevues effectués, l'étape suivante fut de réaliser une transcription sous forme écrite des enregistrements. Si celle-ci peut être synthétisée ou intégrale, c'est le second choix qui a retenu notre attention. En effet, la transcription mot à mot, ou « verbatim », permet une analyse plus dense et qualitative en s'attachant à n'exclure aucune partie du discours des individus interrogés. L'objectif est de rechercher une restitution des déclarations recueillies la plus fidèle possible. Si une transcription à l'aide de condensés ou de synthèses offre pour avantage de concentrer l'étude sur les propos des participants les plus significatifs vis à vis de la problématique

22 GUEST G., BUNCE A., JOHNSON L., (2006), « How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability », *Field Methods*, Vol. 18, n°1, Février 2006

de recherche, une transcription intégrale permet de ne pas écarter des déclarations pouvant paraître anecdotiques mais qui peuvent s'avérer très significatives avec un travail d'étude plus approfondi.

Une fois les entretiens retranscrits, il convient de les analyser. Pour ce faire, nous utiliserons une méthode transversale entre les différentes interviews qui consiste à dégager des thèmes communs entre chacune des interventions. Pour réaliser cette méthode, il s'agit donc d'étudier les propos recueillis selon différentes unités d'analyse, qui peuvent être des mots, des phrases ou des paragraphes entiers. Certains chercheurs traitent leurs données de façon quantitative en répertoriant l'occurrence de certains mots, l'unité d'analyse étant alors le seul mot. C'est cette approche qui a été préconisée pour la première question qui introduit chaque entretien, où chaque individu doit donner un seul mot pour décrire sa visite. Cependant, pour le reste des entretiens, il nous a paru plus pertinent de considérer le plus souvent une unité d'analyse plus large. Ainsi, afin de réaliser une étude réellement qualitative, nous avons retenu des phrases comme unité d'analyse. De plus les personnes interrogées élaborent parfois des discours complexes qui ne doivent pas être sectionnés. Ces discours sont parfois l'occasion d'expliquer un récit de vie, une expérience, ou de mener une argumentation. Il paraît dans ce cas alors nécessaire d'adopter une unité d'analyse large, qui sera celle du paragraphe.

Le chercheur doit mener toute analyse d'une enquête qualitative selon trois actions successives : codage, catégorisation puis théorisation. Selon Tesch²³, le codage est une démarche heuristique qui consiste en un processus de décontextualisation puis de recontextualisation. L'objectif pour le chercheur est de sortir les données du contexte de la discussion où elles ont été prononcées, puis de les rassembler sous différents codes pour relier les données aux pistes d'analyses afin de permettre une étude transversale des entretiens. Dans le but de respecter la polysémie des propos recueillis, plusieurs codes différents peuvent regrouper le même mot, phrase ou paragraphe. Ce processus permet de trouver des liens entre les différents codes et de faire ainsi émerger des catégories. Lors de l'étape du codage, le chercheur doit trier les propos recueillis : il repère les sections d'entretiens les plus significatives sur lesquels il convient de mener une analyse approfondie et met de côté les propos sans importance pour la problématique de recherche. La catégorisation vient ensuite après le codage pour apporter un sens scientifique à ce qui n'est encore que des amas de données regroupées sous des mots-clés. Il s'agit alors de regrouper les différents codes dans des catégories conceptuelles qui viendront leur donner du sens. Enfin, la théorisation pose pour objectif de reprendre ces catégories et ainsi de proposer une modélisation structurée de la

23 TESCH Renata, *Qualitative research: analysis types and software tools*, Falmer Press, 1990

réalité étudiée. Il s'agit alors de mettre en avant les croyances, attitudes, opinions, les oppositions, les contradictions et tous les propos les plus significatifs pour proposer une théorisation qui permet de répondre aux problématiques que l'enquête souhaite étudier.

B. Résultat des analyses : une offre pour adulte au bilan contrasté

1 – Une visite agréable mais perfectible

a) Une exposition « kawaii »... mais courte

Tout d'abord, nous analyserons les mots donnés par chaque participant à la première question : « quel est le premier mot qui vous vient à l'esprit pour qualifier votre visite ? ». Ont été cités les mots « enrichissant », « enfantin », « original » ou encore « sympa ». Cependant, deux mots sont revenus à de nombreuses reprises : « kawai » cité trois fois et « coloré » évoqué six fois. Ces deux mots sont connotés positivement. « Kawai » est bien évidemment lié à la thématique de l'exposition, cela signifie mignon ou adorable en japonais. Non seulement, cela traduit donc une connotation positive de l'exposition mais également une façon pour les visiteurs de continuer à jouer le jeu durant l'entretien et rester dans la thématique. « Coloré », également connoté positivement, renvoie aux œuvres présentées. Ce premier mot permet ainsi d'établir que la visite est perçue par les adultes comme agréable et leur laisse une impression globalement positive.

On notera néanmoins une seule remarque négative pour le premier mot cité. Maria, 23 ans, étudiante en Histoire, déclare ainsi que le premier mot lui venant à l'esprit pour décrire l'exposition est « courte ». Une remarque qui est finalement revenue assez fréquemment chez les personnes interrogées. Comme cela a pu également être constaté pendant des observations de visiteurs, ainsi que certains messages laissés dans le livre d'or, l'espace restreint de l'exposition est parfois mal perçu. En effet, cela a été constaté durant le stage lors de sessions de médiation dans la dernière salle, où certains visiteurs adultes ne cachaient pas leur déception de constater la fin de l'exposition ou n'étaient pas certains d'arriver à la fin, demandant notamment fréquemment s'il y avait un second étage. Une observation qui a pu être confirmée par certaines interviews, comme le déclare Marie :

« C'était un peu court (rires) Oui on est arrivé au bout on s'est dit « ah mince c'est fini », on aurait aimé en voir plus. »

Marie, 41 ans, formatrice

Il est à noter que cette surprise que l'exposition se finisse à la quatrième salle ne survient pas chez le public familial, notamment grâce au livret-jeu pour enfants où est bien indiqué qu'il n'y a que quatre salles. De plus, le public familial passe aisément 45 à 60 minutes lors d'une visite libre afin de profiter des dispositifs de médiation de chaque salle ainsi que de réaliser les jeux du livret. A l'inverse, la durée d'une visite libre adulte est plus courte. La majorité des personnes interrogées estiment leur temps de visite entre 15 et 30 minutes. Seul un couple affirme avoir visité entre 45 et 60 minutes. Cette constatation d'une durée courte est bien évidemment complexe à remédier, pour la simple raison que l'espace du musée est restreint et ne peut être agrandi. Il faut donc allonger la durée de la visite adulte avec d'autres moyens que l'espace physique. Juliette nous déclare :

« On aurait eu de la lecture peut être qu'on aurait mis plus de temps. »

Juliette, 26 ans, en recherche d'emploi

Ainsi, il serait intéressant de proposer des dispositifs de médiation appropriés aux adultes, comme de la lecture. Si le livret-jeu permet d'offrir une durée satisfaisante aux familles malgré l'espace restreint, il faudrait donc penser comment offrir une alternative de médiation pour le public adulte. Il faut toutefois noter que pour la majorité des personnes soulignant la courte durée de l'exposition, cela n'a pas été vécu comme particulièrement handicapant. Un dispositif de médiation permettrait donc d'améliorer une expérience de visite perçue actuellement comme satisfaisante mais encore perfectible.

b) Un lieu pour découvrir... mais manquant d'informations

Afin d'étudier la réception de l'exposition par les adultes, il a été posé à chaque participant la question de savoir s'ils avaient ou non appris une ou plusieurs choses dans l'exposition. Cette question est nécessaire car on peut juger comme un des objectifs principaux des musées la volonté pédagogique, il s'agit d'ailleurs d'un des principaux motifs pour venir au musée. En effet, d'après une étude du Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie (CRÉDOC), 89% de la population est d'accord avec l'affirmation « quand on sort d'un musée, on a toujours le sentiment d'avoir appris quelque chose »²⁴. En ce sens, le Musée en Herbe se revendique comme un espace plaçant la pédagogie au centre de son approche culturelle. Cette pédagogie vise avant tout

²⁴ ALIBERT David, BIGOT Régis, HATCHUEL Georges, « Aller au musée, un vrai plaisir, mais une attente de convivialité et de pédagogie », CREDOC *Consommation et modes de vie*, 2006, n°195

les enfants, public-cible du musée, mais qu'en est-il pour les adultes ? L'hypothèse de départ est que la simplification et la synthétisation des contenus pédagogiques dans l'exposition pourrait représenter un manque pour le public adulte.

On note tout d'abord qu'un certain nombre de participants infirment notre hypothèse de départ. En effet, sur les treize entretiens réalisés, seul deux participants affirment ne rien avoir appris de particulier. On notera que si les personnes peu familières avec la thématique du Japon ou le travail de Takashi Murakami sont satisfaites de l'aspect pédagogique, les amateurs de l'artiste ou de la thématique affirment tout autant avoir découvert de nouvelles choses dans l'exposition. La plupart des interviewés ressortent donc de l'exposition avec de nouvelles choses apprises, de l'ordre de deux registres différents : les œuvres et les connaissances pures. Tout d'abord, les œuvres sont une totale découverte pour ceux ne connaissant pas Murakami notamment. Toutefois pour les visiteurs familiers de son art, les œuvres présentées permettent d'approfondir la connaissance sur cet artiste et de découvrir un autre aspect de son travail, comme l'affirme Jean :

« J'ai vu des choses que j'avais pas vues dans l'exposition à Versailles où c'était plus des grandes œuvres. Là par exemple il y avait des figurines, je suis pas sûr qu'on les avait vu effectivement à ce moment. »

Jean, 33 ans, directeur commercial

L'exposition est donc valorisée ici car elle offre un nouveau regard sur l'œuvre par rapport à des événements précédents. Le visiteur tire une satisfaction de la seule présence d'œuvres dont il n'avait pas la connaissance. On peut également citer Charles, grand amateur de Murakami, qui a ici découvert la statue-robot *Inochi*, pour la première fois présentée en France.

L'autre aspect des notions retenues après l'exposition est celui des connaissances pures, des notions historiques, artistiques ou théoriques apprises. Cet aspect a été nettement moins sollicité par les intervenants. Ont notamment été cités les techniques utilisées par les artistes, l'existence de l'école artistique « superflat » ou encore « *la différence entre kowai et kawai* ».

Toutefois, tout le monde ne fut pas unanime vis à vis de l'aspect pédagogique du musée pour les adultes. Nous allons donc nous intéresser au cas des deux visiteurs affirmant ne rien avoir appris dans l'exposition.

« _ Est ce que vous avez appris des choses dans cette exposition ?

_ Pas vraiment, mais j'y venais pas dans ce but là, c'est davantage dans le but de voir les

œuvres, les contempler. »

Alice, 21 ans, étudiante en graphisme

Pour Alice, la visite ne fut pas synonyme de nouvelles connaissances, mais cet aspect n'est pas connoté négativement, car il ne s'inscrit pas dans l'objectif de visite. A l'inverse Marie, 41 ans, formatrice, nous affirmait clairement ne pas avoir « *appris grand chose* » dans un ton qui ne cachait pas une légère déception.

Un aspect a fait relativement l'unanimité dans les personnes interrogées et vient compléter ces critiques de deux visiteurs n'ayant rien appris de particulier : un manque d'explications pour le public adulte. Ainsi, sur les treize interviews, ce problème fut évoqué dans dix d'entre eux. Cependant, selon les personnes interrogées, cet inconvénient est vécu différemment, comme peu gênant ou au contraire représentant un réel manque dans la visite. Patrick déclare ainsi :

« Sur les trois espaces, au final on sait pas trop si on a mis en avant une personne, une école, une génération de dessinateurs, ça reste flou. Finalement c'est peut être didactique pour les petits pour expliquer certaines œuvres mais sur le panneau général, la vision d'ensemble n'est pas évidente. »

Patrice, 49 ans, chargé de communication

S'il est à noter que la critique émise ici par Patrice n'est pas revenue dans les autres entretiens, elle ne manque pas d'intérêt. Malgré la concision des textes souvent évoquée, il en ressort pour sa visite une sensation d'incompréhension vis-à-vis des thèmes abordés. On peut se demander si ces textes concis ne sont pas justement en cause, étant donné qu'ils sortent du cadre d'une visite d'un musée plus classique qui présenterait dans un gros bloc de texte ce dont parle la salle. Ici, les deux ou trois textes présents dans chaque salle parlent d'une œuvre d'art, un artiste ou un mouvement, mais ces textes peu hiérarchisés ont perturbé la visite de Patrick. A l'inverse, Charlotte nous donne un ressenti plus positif sur cet aspect du musée, lorsqu'on nous évoquions la possibilité de rajouter des contenus de médiation pour le public adulte :

« On aurait plus d'infos, et ça pourrait être intéressant. Je trouve que c'est bien avec les informations qu'il y a mais si on avait plus, je dirai pas non. »

Charlotte, 21 ans, étudiante en design

Il s'agit de la conception qui est le plus souvent retenue au cours des entretiens. Le manque d'explications n'est pas vécu en soi comme extrêmement handicapant, comme l'atteste une majorité de visiteurs qui affirment avoir acquis des connaissances ou découvert de nouvelles œuvres. Cependant, les explications destinées au public familial paraissent souvent un peu légères, et la

possibilité d'obtenir des informations plus détaillées est souvent bien accueillie. A été évoqué à plusieurs reprises le manque d'informations pour cette exposition sur le contexte historique et artistique du Japon. Cependant, il faut également noter un certain nombre d'interviewés qui ont mis en garde à ne pas trop complexifier la visite et conserver l'approche actuelle du musée, nous y reviendrons ultérieurement dans notre analyse.

On peut donc conclure que le Musée en Herbe permet au public adulte de découvrir des notions-clés à retenir pour une exposition, mais que la médiation, écrite notamment, fournit un nombre souvent insuffisant d'explications. On peut toutefois noter que cet aspect n'est pas toujours mal accueilli, et au contraire, donne parfois lieu à une volonté d'approfondir le thème de l'exposition après leur visite. Ainsi, Juliette nous déclare :

« Certaines images me donnent envie de peut être aller rechercher plus sur l'artiste, de voir un peu plus son travail, quitte à regarder des films, voir toutes ses thématiques parce que moi c'est aussi un univers qui me parle. »

Juliette, 26 ans, en recherche d'emploi

L'exposition n'est donc dans ce cas là pas vécu comme incomplète mais comme une introduction, une invitation à mieux découvrir un univers, un thème ou un artiste, en l'occurrence Takashi Murakami. Ainsi, Charlotte, 21 ans, envisage d'étudier plus en profondeur l'œuvre *Yume Lion* dans le but de réaliser un exposé pour ses études de design. Enfin, on remarquera que Juliette avait également affirmé que la première salle de l'exposition lui donnait « envie d'essayer de faire des petites fleurs » à la façon de Murakami. L'exposition pourrait donc également donner envie d'approfondir de façon plastique, une impression probablement accentuée par l'influence des dispositifs de médiation parfois utilisés par les adultes comme les fleurs aimantées à créer soi-même.

2 – Un lieu où replonger en enfance

a) Une identité de musée pour enfant originale et bénéfique aux adultes

On remarque tout d'abord que le musée est bien identifié par les visiteurs comme un lieu pour enfant avant tout. Ainsi, les deux interrogés de l'entretien n°11 utilisent chacun le mot « *enfantin* » comme premier mot pour qualifier leur visite. Si toutes les personnes interviewées n'étaient pas des habitués du musée, il n'aura échappé à personne lors de la visite ou de la préparation de celle-ci que le lieu s'adresse principalement à des enfants. La grande présence d'enfants et le livret-jeu proposé à l'entrée les met très rapidement sur la voie de cette conclusion.

Certains visiteurs comme Patrick ont également remarqué une présentation des œuvres adaptée aux plus petits :

« La scénographie je trouve ça intéressant de la voir, parce qu'on est déjà à l'échelle de l'enfant, sur des textes et des choses assez facile à lire et accessibles. »

Patrick, 30 ans, informaticien

Cette identité de musée pour enfant est non seulement remarquée par les visiteurs adultes, mais elle est également louée par la plupart des interrogés qui saluent une approche « *originale* » et « *ludique* ». De plus, on a pu remarquer une attitude récurrente chez les personnes interviewées lorsqu'à été proposé des possibilités d'introduire davantage de propositions de médiation pour les adultes : une méfiance et l'affirmation de vouloir conserver l'identité actuelle de l'institution. Ainsi, Monique qui est venue refaire un tour seule dans le musée après avoir suivi une visite guidée avec ses enfants affirme :

« Je trouve que le musée en herbe il est vraiment fait pour les enfants, et les adultes vont apprendre des choses. C'est pas un musée d'adultes, ça se voit. Il y a une sélection d'œuvres bien particulière et un langage bien particulier et moi j'apprécie parce que c'est pour ça que je viens. »

Monique, 45 ans, agent d'assurances

Ici, c'est bien l'identité du musée comme un musée pour enfants qui est revendiquée. Cette identité est opposée à celle dite d'un « musée d'adultes ». On remarque qu'il y a une inquiétude vis-à-vis d'une possibilité d'élargir davantage au public adulte qui ferait basculer vers un « musée d'adultes ». Le Musée en Herbe propose une approche originale, ludique, éloignée des expositions « *plus classiques* » selon les mots de Mathilde, 18 ans, lycéenne, et cette approche doit être conservée.

La démarche du Musée en Herbe est appréciée par les visiteurs et doit être conservée selon eux, et cela pour plusieurs raisons. Tout d'abord, les visiteurs adultes remarquent que la visite plaît particulièrement aux enfants. Ainsi, Alice, 21 ans, étudiante en graphisme, trouve la visite « *ludique* », « *mignonne* » et estime que « *c'est bien de sensibiliser les enfants à l'art* ». Le musée doit donc conserver son public-cible et l'approche ludique et pédagogique adéquate. Cela ne gêne d'ailleurs pas les visiteurs adultes de ne pas être le public ciblé par le musée. Au contraire, et c'est la seconde raison pour laquelle la démarche actuelle doit être conservée : les visiteurs adultes tirent également un bénéfice pour leur visite de cette approche qualifiée d'« *enfantine* ». Ainsi, Maxime

livre son ressenti sur sa visite :

« C'est une bonne approche. C'est des choses du folklore japonais qui peuvent être un peu flippantes et « hard » pour les enfants, pour un public averti on va dire, et là ça a été tourné de façon un peu plus accessible aux enfants. Et finalement, il y a aussi une approche un peu plus adulte. Si on comprend, un peu comme dans les Disney, il y a de l'humour pour les grands et aussi pour les petits. »

Maxime, 24 ans, étudiant en commerce

Pour ce visiteur, le musée tire donc sa force par sa capacité à susciter l'intérêt du public enfant comme le public adulte, par le biais de plusieurs niveaux de lectures. Pour proposer de prochaines solutions concernant la médiation du musée, il s'agira donc de conserver cette identité du musée et que la satisfaction du public adulte ne se fasse pas au détriment des enfants mais bien comme une lecture supplémentaire de l'exposition. Les caractéristiques propres à intéresser le public enfant – jeux, textes courts – sont d'ailleurs parfois louées par les adultes. En effet, cela leur permet d'expérimenter une visite qui se démarque des autres institutions muséales. Ainsi Jean, 33 ans, directeur commercial explique que dans d'autres expositions *« on lit pour se donner bonne conscience mais au bout d'un moment c'est un peu long »*, tandis que celle-ci est appréciable pour ses textes concis. De nouvelles propositions pour adultes doivent donc être pensées avec cet impératif : elles ne doivent pas faire rapprocher le musée vers l'identité d'un « musée pour adultes ».

Si les caractéristiques propres pour s'adresser aux enfants profite autant à ces derniers qu'au public adulte, on pourrait se demander si une amélioration du musée ne serait pas d'approfondir encore davantage cette approche. Marie, 41 ans, formatrice déclare d'ailleurs qu'elle imaginait une proposition beaucoup plus immersive en écoutant sur France Culture la directrice du Musée en Herbe :

« Moi déjà je croyais que le robot il marchait (rires). J'imaginai qu'ils avaient des armes en mousse ou je sais pas quoi, j'ai une petite déception (rires). (...) J'avais vraiment l'impression que j'allais être au pays des yokai et vraiment avoir des monstres qui allaient m'attaquer. »

Marie, 41 ans, formatrice

On constate ici que cette visiteuse imaginait une visite encore plus éloignée des musées classiques que celle proposée, et cette idée d'un musée fondé sur l'immersion et les jeux l'enthousiasmait. C'est donc bien l'idée d'un musée pour enfants, et donc unique, qui l'intéressait en premier lieu.

b) Des adultes qui replongent en enfance

Étant donné qu'aucun moyen de médiation n'est vraiment prévu expressément pour les adultes pour la visite libre, un certain nombre d'entre eux se sont donc employés aux dispositifs interactifs prévus pour le public familial. Si notre enquête n'a pas vocation à délivrer une vérité statistique, on remarque parmi les treize entretiens réalisés, on en compte cinq où les personnes interrogées ont réalisé le livret-jeu, soit un peu moins de la moitié. On remarque que chacune des personnes ayant utilisé le livret-jeu effectuait leur visite à plusieurs, ce qui pourrait laisser penser qu'il serait plus simple de se prendre au jeu en groupe. Cela est confirmé par l'attitude des personnes durant les entretiens qui prennent avec beaucoup de rires lorsqu'on mentionne leur utilisation des dispositifs de médiation pour enfants. Ceux-ci sont en effet l'occasion d'un jeu à deux ou plus pour replonger en enfance. Charles, 41 ans, agent de sécurité incendie se qualifie ainsi avec son ami comme de « *grands enfants* ». Ce moyen de médiation est donc pris avec humour et sans aucun sérieux, les visiteurs ayant conscience de ne pas être le public visé par le livret-jeu. Ainsi, Maria nous déclare :

« Même pour un adulte, avoir à deviner par exemple où se trouve tel personnage comme avec les fleurs c'est plutôt amusant à faire, si on garde un esprit un peu d'enfant. Et les petites devinettes c'était sympa. »

Maria, 23 ans, étudiante en Histoire

Cependant, les outils de médiation pour enfants ne sont pas que l'occasion de s'amuser et de trouver son « *esprit d'enfant* », mais également d'apprendre et de profiter de l'aspect pédagogique initialement conçu pour le jeune public. Ainsi Marie remarque à propos du dernier jeu dans la quatrième salle :

« C'est vraiment une bonne idée même pour les adultes parce que les gens ils regardent pas assez les détails. »

Marie, 41 ans, formatrice

L'idée de retrouver les détails pour mieux observer les œuvres et ainsi prendre plus de temps pour les apprécier est bien évidemment voulu par le service de médiation, mais initialement pour les enfants. On constate donc ici que cet aspect profite également au public adulte. Ainsi, comme nous avons pu le constater auparavant, l'approche d'un musée pour enfants profite également aux visiteurs adultes.

c) Le plaisir communicatif des enfants

Pour les visiteurs adultes interrogés, on peut donc constater qu'il existe plusieurs sources de satisfaction. Tout d'abord une approche originale à plusieurs niveaux de lecture qui fait l'identité du musée ; ensuite des outils de médiation pour enfants susceptibles de plaire et apporter un plus aux visiteurs adultes ; enfin, on note que la seule vision des enfants s'amusant est parfois une satisfaction pour les adultes. Ainsi Pierre, 49 ans, sans emploi, déclare apprécier « *le côté éducatif pour les enfants, les voir en train de s'amuser c'est génial !* ». Pour ce cas-ci, Pierre est un habitué du musée et vient régulièrement à presque toutes les expositions. On peut donc imaginer que l'identité du musée comme adressé aux enfants permet d'apprécier son animation. Certains interrogés ont ainsi confié avoir écouté en partie la visite consacrée aux enfants. A cette idée d'apprécier le succès de l'exposition auprès des enfants s'éveillant à l'art, Pierre ajoute une remarque : « *J'aurais bien voulu faire ces musées là quand j'étais petit !* ». Cette réflexion avait déjà été émise par Victoire, 17 ans et lycéenne, avec quasiment les mêmes mots. Les visiteurs s'imaginent ainsi à la place des enfants, et apprécient ainsi les différents moyens de médiation proposés aux enfants par le biais de cette identification.

3 – Améliorer la visite : quelles solutions pour la médiation adulte ?

a) Un livret pour adultes, solution la plus plébiscitée

On peut envisager plusieurs solutions pour améliorer l'offre de médiation pour adultes au Musée en Herbe. Ainsi, il a été demandé à chaque personne au cours des entretiens si ils souhaitaient davantage de médiation écrite proche des œuvres, des audioguides ou des applications mobiles et enfin un livret écrit. C'est cette dernière solution qui a été le plus souvent plébiscitée, bien que pas unanimement. Étant donné que les enfants se voient confier un livret-jeu au début de la visite, on peut se demander s'il n'est en effet pas également préférable de concevoir un livret conçu pour les adultes, qui représentent autour de 10% du public du musée (pour les adultes n'accompagnant pas des enfants). Les visiteurs ont ainsi confirmé cette idée comme Pierre qui a lui-même suggéré l'idée avant que le sujet ne soit abordé :

« Si j'avais une suggestion, ce serait d'avoir un livret adulte (...) avec plus d'informations par exemple sur les artistes exposés et sur les œuvres qui sont présentes. »

Pierre, 49 ans, sans emploi

Ce visiteur a spontanément proposé cette idée alors que nous évoquions le livret-jeu pour enfant, ce qui tend bien à faire penser que certains visiteurs adultes ressentent un manque de médiation écrite adressée directement à eux. Ce livret pourrait avoir plusieurs utilités. Tout d'abord, il a été souvent

demandé comme c'est le cas par Pierre que le livret offre de plus amples informations sur les artistes et les œuvres. Ont ainsi été sollicité que le livret puisse expliquer davantage les techniques employées par les artistes, la signification de l'œuvre pour l'artiste ainsi que davantage de contexte historique. Ce dernier aspect a été le plus souvent cité au vu de la thématique de la culture japonaise qui nécessitait selon certains visiteurs, notamment peu familiers de cet univers, une contextualisation. Un autre aspect que pourrait prendre le livret a parfois été sollicité, plus tourné vers le jeu, comme c'est le cas pour Marie :

« J'ai bien aimé le principe du jeu, je trouve que ça peut être sympa d'aller dans une alternative qui peut aller sur les deux côtés [les jeux et les explications]. Parce que je trouve ça rigolo de pouvoir jouer à la fois. »

Marie, 41 ans, formatrice

Ainsi, lorsqu'on nous abordions la possibilité d'offrir plus d'explications via un livret adulte, Marie ramenait la discussion sur la possibilité d'intégrer des jeux également dans le livret adulte. On constate donc ici que l'expérience réussie du livret-jeu pour enfant donne lieu à une envie que le contenu pour adulte aille également dans ce sens ludique. Cela permettrait ainsi également de conserver l'identité du musée, à la fois ludique et pédagogique, comme cela avait été souvent demandé par les interrogés, dans les contenus destinés aux adultes. L'idée d'intégrer des jeux au livret pour adulte est bien reçue, notamment par ceux ayant déjà effectué les livret-jeux pour enfants comme pour Pierre qui déclare *« des jeux pour adultes, on serait les premiers à y jouer ! »*. Si les personnes intéressées par le livret adulte sont celles ayant utilisé celui pour enfant, c'est probablement pour deux raisons : ils ont l'habitude de lire les livrets dans les musées, ce qui n'est pas le cas de tout le monde, et ils ne se sont pas sentis comme le public ciblé par le livret. Il peut donc être intéressant d'envisager la création d'un livret qui puisse à la fois satisfaire les demandes d'explications plus poussées ainsi que de conserver l'identité d'un musée ludique à travers des jeux, plus orientés vers les adultes comme des énigmes ou des jeux permettant de découvrir des aspects méconnus d'une œuvre.

Toutefois, il faut noter que l'idée d'un livret adulte n'obtient pas non plus l'approbation unanime des visiteurs. Ainsi, parmi les 21 personnes interrogées, sept d'entre elles n'étaient absolument pas intéressés par un livret adulte et affirmaient qu'elles ne l'utiliseraient pas. Pour expliquer cela, les personnes interrogées revendiquent le plus souvent des raisons personnelles comme Monique, 45 ans, agent d'assurance qui déclare *« je suis plutôt feignante »* ou Patrick, 30 ans, informaticien, qui affirme *« personnellement, je suis pas trop livret »*. Dans ce contexte, le

livret n'est pas une mauvaise idée en soi pour le musée mais ces personnes nous expliquent qu'elles ne seront pas personnellement intéressées. Cependant, d'autres critiques ont pu émerger sur un éventuel livret adulte. Ainsi, Sarah, 27 ans, étudiante en sociologie, évoque une possible difficulté de se concentrer pour lire les explications d'un livret au milieu des enfants qui jouent. Il est vrai que le musée peut s'avérer bruyant et animé aux heures de fortes affluences et ainsi gêner la compréhension d'un texte où il serait nécessaire de se concentrer. Il convient donc de prendre en compte cette remarque pour imaginer des supports écrits qui fournissent à la fois des informations supplémentaires tout en restant relativement simple, ne nécessitant pas de concentration outre mesure. Les imposants pavés de textes paraissent donc à proscrire, d'autant plus que certains visiteurs adultes nous avaient confié apprécier la syntaxe simple utilisée pour les enfants.

b) Des outils de médiation numérique moins appréciés

Il a été demandé au cours des entretiens aux personnes interrogées si elles seraient intéressées par la présence d'un audioguide ou d'une application mobile pour visiter une exposition du musée. Les réponses furent globalement négatives. En effet, l'idée d'une application – outil utilisé depuis quelques années par de plus en plus de services de médiation dans les musées – n'a reçu l'approbation que de deux personnes dans l'entretien n°13. Cette idée n'a pas été majoritairement rejetée car elle ne convient pas au Musée en Herbe mais bien parce que selon les personnes interrogées, elle ne convient simplement pas à la pratique du musée en général. Ainsi Maria nous explique :

« Quand on va au musée, c'est agréable de pouvoir décrocher sa tête ou ses yeux du téléphone, c'est pas pour directement aller se dire pour avoir les explications, tiens il faut qu'on colle notre nez sur le téléphone alors qu'on y est déjà vraiment pas mal de temps. »

Maria, 23 ans, étudiante en Histoire

Ainsi, les applications mobiles représentent le danger d'obnubiler le visiteur alors que le musée peut être une échappatoire à un monde trop connecté. Une conception partagée par Patrick, 30 ans, informaticien, qui invite à ne pas « *rester les yeux sur l'écran* ». Cette technologie aliénante dont le musée représenterait une pause pourrait également ne pas être indiquée pour le Musée en Herbe du fait de la grande présence d'enfants. En effet Marie, 41 ans, formatrice, nous rappelle que si une offre de médiation pour adultes utilise une application mobile, des enfants souhaiteront automatiquement l'utiliser. Le musée peut en effet également représenter une pause de la technologie pour des enfants aujourd'hui « *ultra connectés* » selon Marie.

La proposition d'utiliser des audioguides a été mieux accueillie, probablement car elle est plus ancrée aux yeux des visiteurs comme un outil pour les musées. Il a en effet été noté que cet appareil offre l'avantage de garder le visuel sur l'œuvre lorsqu'on écoute les explications, alors qu'une application mobile mobilise la vue au détriment du musée et détourne ainsi l'attention. Toutefois Pierre considère que l'audioguide gêne également la visite :

« On se concentre sur ce qu'on écoute et on loupe des choses à voir, je préfère être libre de mes sens »

Pierre, 49 ans, en recherche d'emploi

Cet appareil ne rencontre donc pas l'enthousiasme des visiteurs. Le Musée en Herbe avait déjà auparavant testé l'expérience des audioguides pour l'exposition *Le Musée imaginaire de Tintin* en 2016, avec une version adulte et une enfant. Toutefois, le concept n'a pas été pérennisé pour plusieurs raisons. D'une part, l'enregistrement des textes nécessite un véritable investissement humain pour le musée. D'autre part, Anne Brichet nous confiait que ces dispositifs sont aujourd'hui considérés comme plutôt « *désuets* »²⁵.

c) Une médiation écrite plus développée dans les salles ?

Les textes présents sur les murs des salles ont été globalement appréciés par les visiteurs. Si l'on avait analysé qu'ils étaient conçus de façon courte et très synthétique pour ne pas désintéresser les enfants, les adultes ont également apprécié, qu'ils soient connaisseurs du sujet de l'exposition ou non. Ainsi, Sarah, 27 ans, étudiante en sociologie et grande amatrice de Takashi Murakami juge que « *c'est court mais ça donne les infos* » tandis que Maxime, 24 ans, manutentionnaire et ne connaissant pas du tout le sujet estime que cela lui a « *permis de comprendre* ». On peut donc estimer que cette médiation écrite est satisfaisante car elle remplit sa tâche pédagogique même auprès du public adulte. Toutefois, nous avons évoqué auparavant le besoin de plus amples explications demandées par les adultes, cela étant notamment dû à une médiation écrite que certains jugent trop succincte.

Quelques visiteurs nous ont confié qu'ils pourraient apprécier davantage de médiation écrite en salle. Maria, 23 ans, étudiante en Histoire proposait des « *fiches descriptives supplémentaires à côté des œuvres* » tandis que Patrick, 49 ans, chargé de communication apprécierait « *des légendes, des à côtés pour adultes* ». Toutefois, on peut se demander si cette proposition de médiation ne serait pas moins pertinente que celle d'un livret. En effet, le risque de proposer une médiation écrite

25 Entretien réalisé avec Anne Brichet, directrice de la pédagogie et la régie des œuvres, annexe p

spécifiquement pour adultes serait d'une part de surcharger l'exposition de textes alors qu'elle se veut justement visuelle avec les textes les plus concis possibles. D'autre part, avec un trop grand nombre d' « *à côtés pour adultes* », on peut se demander si le musée ne risquerait pas de perdre son identité d'expositions pour enfants qui le caractérise. A l'inverse, le livret pour adulte n'engage que la personne qui le lit et ne modifie en rien la visite familiale et les choix de scénographie et de médiation pour l'exposition.

C. Propositions de solutions

1 – Quelle solution adéquate pour les besoins des visiteurs adultes ?

On remarque donc un certain nombre de besoins formulés par les visiteurs. S'ils émettent un premier jugement essentiellement positif sur l'exposition, ils la trouvent fréquemment courte ou souhaiteraient un peu plus de contenu, notamment sur le contexte culturel et historique. Toutefois, ils souhaitent également que le musée garde son identité de musée pour enfants, qui permet aux visiteurs adultes d'expérimenter d'une autre façon les musées. Une solution de médiation pour les adultes devrait donc intégrer cette identité dans sa conception. Enfin, les audioguides ont été peu plébiscités et les applications mobiles encore moins. La solution la plus populaire et qui peut également le mieux répondre aux critères cités précédemment – plus de contenu tout en conservant les spécificités du musée – serait donc un livret conçu pour le public adulte.

Ce livret devrait répondre à plusieurs objectifs. Tout d'abord, il doit s'adresser au public adulte et donc être écrit dans un ton juste. Il ne doit pas les infantiliser d'une part afin que le livret apporte un vrai plus à la visite, avec des notions à connaître par exemple, et ne soit pas similaire à la médiation écrite pour la famille. D'autre part, le ton ne doit pas être complexe non plus afin que la compréhension soit simple malgré l'animation du musée lors de moments de grande affluence. De plus, il faut tenir compte des remarques des visiteurs adultes qui appréciaient la concision des textes sur les murs. Il serait donc préférable de ne pas prolonger outre mesure mais de proposer des textes qui soient à la fois concis tout en proposant certaines notions essentielles à retenir.

Nous avons également pu constater qu'il serait préférable que ce livret s'inscrive dans l'identité du musée en conservant l'approche originale et ludique qui le caractérise. En plus du texte, le livret contiendrait donc des jeux. Ces derniers seraient plus difficiles et plus adaptés aux

adultes mais les inviteraient ainsi à replonger en enfance si ils le souhaitent. Ces jeux ne seraient pas gratuits mais auraient pour objectif d'attirer le regard des visiteurs sur des détails ou d'intégrer certaines notions par le biais du jeu, ce qui favorise la compréhension et la mémorisation.

Après avoir présenté les objectifs généraux que devraient contenir le livret adulte pour chacune des expositions, nous allons maintenant tâcher de proposer des objectifs spécifiques pour l'exposition actuelle, et notamment les notions-clés qui devraient être développées. Ces notions sont fondées sur les visites adultes des médiatrices et ma propre expérience de celles-ci.

2 – Les concepts à développer dans le livret adulte

Dans une optique d'offrir une médiation écrite proposant plus d'explications au public adulte dans un livret, il convient de déterminer quelles notions artistiques, historiques ou culturelles doivent être développées. Celles-ci ont été choisies en tenant compte des textes muraux déjà présents afin d'éviter des répétitions inutiles. Les notions développées se veulent suffisantes pour offrir une compréhension d'ensemble de l'exposition au visiteur adulte. Toutefois, elles restent suffisamment peu nombreuses pour ne pas surcharger d'informations le visiteur. Certains visiteurs ont regretté que certaines œuvres ne soient pas davantage expliquées dans l'exposition et restent pour eux encore mystérieuses. Pour remplir cette attente, le livret contiendrait donc dans chaque double-page des explications pour deux ou trois œuvres, ainsi que une ou deux notions théoriques. Chaque double-page correspondrait à une salle du musée, de la même façon que pour le livret-jeu adressé aux enfants. Les informations proposées se fondent sur les connaissances développées dans un document interne par Charlène Veillon. Les concepts à développer sont :

Salle 1

Une présentation générale dans une première page avec :

- La situation géographique et historique du Japon.
- Une présentation de l'artiste Takashi Murakami.
- Une présentation du courant dont il est le chef de file (le mouvement dit neo-pop nippon) ainsi que ses influences artistiques. La théorie du superflat n'est pas indispensable étant donné qu'une explication simple est déjà proposée sur un mur de la première salle.

Une mise en parallèle entre l'autoportrait de l'artiste et ses peintures de fleurs :

- On retrouve deux motifs similaires dans les tableaux : les fleurs et les têtes de morts.
- Murakami utilise des yeux de couleurs différentes sur lui comme ses fleurs à la manière

d'une signature.

Une présentation de l'œuvre *Yume Lion* :

- Une sculpture voulue comme une mascotte pour une chaîne de télévision japonaise.
- Une œuvre correspondant à l'esthétique kawai.

Salle 2

Une présentation des mangas et des caractéristiques spécifiques de ces bandes dessinées :

- Un sens de lecture inversé.
- Des émotions qui passent par de grands yeux, motif inventé par Osamu Tezuka en hommage au dessin animé de Disney *Bambi*.
- Peu d'importance donnée au décor afin de lire rapidement.
- La France est la deuxième lectrice de mangas après le Japon.

Une présentation de l'œuvre *Inochi* :

- Un projet qui a rassemblé 70 artisans et ingénieurs en robotique.
- Une inspiration de dessins pour le film *A.I* de Steven Spielberg.
- Un robot philosophe, son nom signifiant en japonais « la vie, chose la plus importante ».

Salle 3

Une présentation des yokais :

- Un rapide point historique sur l'origine des yokais dans le folklore japonais depuis le Moyen-Âge.
- Une présentation de comment faire apparaître des yokais selon la légende.
- Une présentation de yokais célèbres en quelques mots : le Kappa, Hannya, le Tanuki.

Une présentation de l'œuvre *Jellyfish Eyes* :

- Une inspiration des yokais de la part de Murakami, ici une inspiration de Hyakume.
- Une illustration voulue du concept de superflat, avec une multiplication de points de vues.

Une présentation de la collection de figurines *Superflat Museum* :

- Le principe de délivrer une figurine officielle avec un certificat d'authenticité dans des paquets de bonbons.
- Un objectif de Murakami de récupérer le jeune public et rendre accessible l'art à tous.

Salle 4

Une présentation de l'œuvre *Le Royaume de Mu*

- Une brève histoire de la légende.
- Une œuvre qui ose un traitement plus onirique, aux couleurs moins pop que celles de Murakami, et avec un parti pris d'aspect non fini, comme on peut le voir avec le quadrillage apparent.

Une présentation de l'œuvre *Sublime Grave Dweller Shinko*

- Une traduction des bulles écrites en anglais sur le tableau donnant des clés de lecture. Cette idée a été suggérée par un visiteur lors d'un entretien.
- Une œuvre qui se lit de droite à gauche, comme les mangas et les emakis, rouleaux traditionnels japonais. On pourra fournir une illustration afin de représenter les emakis sur le livret.
- Une œuvre qui oppose le monde humain à la nature et au divin.

3 – Maquette d'un livret pour adulte

On trouvera à la page suivante une maquette d'un livret adulte correspondant au Musée en Herbe. Il s'agit d'une maquette de deux pages présentant la première salle de l'exposition actuelle. Cette maquette d'un livret adulte est présente afin de matérialiser les objectifs qui correspondraient à un tel outil de médiation en terme de volume de texte, du vocabulaire, du ton et de la construction syntaxique utilisée et de la place accordée aux illustrations. L'aspect graphique est bien entendu perfectible.

Salle 1

Observez cet autoportrait de Murakami ainsi que ses peintures de fleurs. Serez vous capable de retrouver les deux motifs fétiches de l'artiste que l'on retrouve dans ces deux œuvres?



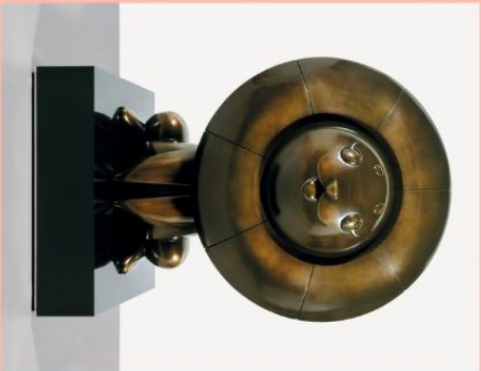
Le Japon est un archipel composé de 4 îles principales, mais également de plus de 4000 îles bien plus petites! Le pays fut autrefois isolé volontairement du reste du monde lors de la période Edo (1603 - 1868). Puis, le Japon s'est ouvert à la révolution industrielle et l'expansion coloniale. Après la Seconde Guerre Mondiale, il calque son modèle économique sur celui industriel et consumériste des vainqueurs américains. Depuis, le Japon trompe aussi bien sur le marché mondial que culturellement, en exportant notamment la culture des mangas.

Takashi Murakami est à l'honneur dans cette exposition! Il s'agit d'un artiste contemporain japonais, né en 1962. Passionné par les mangas et influencé par l'art d'Andy Warhol, il est le chef de file du mouvement artistique néo-pop nippon.



Important dans la culture japonaise, Murakami a réalisé un lion pour servir de mascotte à une chaîne de télévision: TOKYOMX.

Il a souhaité qu'il corresponde à l'esthétique "kawaii", mot désignant "mignon" en japonais. Il est traité de façon non-réaliste avec une immense tête ronde, des yeux pétillants et une fleur au bout de sa queue!



On retrouve dans ces deux oeuvres les influences de l'artiste. D'une part la pop culture japonaise, l'artiste reprenant l'esthétique des mangas. D'autre part l'art traditionnel japonais des estampes dont il reprend la composition pour ses fleurs.

Observez les yeux de Murakami puis de ses fleurs. Vous remarquerez qu'ils sont de couleurs différentes. Il s'agit ici d'une signature de l'artiste qu'on retrouve chez tous ses personnages.

Le livret reprend ici des éléments fondamentaux du livret-jeu pour enfants, dont il s'agit de reprendre l'image comme support d'information, l'humour et l'aspect ludique avec des jeux et énigmes à résoudre. Ces jeux sont plus adaptés aux adultes car plus complexes. Ils font appel à un sens de l'observation et une manière d'appréhender les œuvres en établissant des liens entre elles qui n'est pas possible pour les enfants. En effet, la question des points communs entre l'autoportrait et les fleurs est complexe : il est facile de constater que le motif des fleurs se retrouve sur le portrait, mais remarquer que les motifs de crânes sur la chemise de l'artiste sont également représentés en arrière-plan des compositions de fleurs nécessite une vraie capacité d'observation. Les visiteurs adultes peuvent ainsi se sentir valorisés et avoir la sensation de découvrir un aspect caché de l'œuvre à travers cette question. Elle les engage également à bien observer en détails les tableaux.

Le livret se conçoit cependant comme un approfondissement du livret-jeu, avec des contenus sur les œuvres d'art et le contexte historique et culturel plus poussés, afin qu'il soit davantage adapté au public adulte. Selon le souhait des visiteurs lors des entretiens, la grammaire et la syntaxe restent simple, les phrases courtes, afin d'être facilement compréhensibles et assimilables malgré l'animation du musée. Ce livret accorde une place bien plus importante à l'écrit que celui pour les enfants. Il répond ainsi à la demande des visiteurs adultes d'obtenir plus d'explications. L'objectif reste cependant de demeurer dans une logique pédagogique, et d'éviter des textes trop longs qui découragent la lecture.

CONCLUSION

Le Musée en Herbe fut à l'origine conçu comme un lieu temporaire pour proposer de nouvelles façons d'envisager la médiation pour le public enfant. Il n'a depuis cessé de vouloir s'élargir à tous types de publics, que ce soit ceux du champ social ou aux scolaires, dans un souci de démocratisation culturelle, tout en conservant son approche ludique qui le caractérise. Depuis l'exposition *Les Hiéroglyphes de Keith Haring*, le musée a marqué un tournant en remplaçant l'utilisation de fac-similés par la présentation d'œuvres originales avec des expositions tournées vers le monde de l'art contemporain et le street art, tout en conservant une logique pluridisciplinaire. Cette exposition fut donc l'occasion pour le Musée en Herbe d'ouvrir encore plus son public avec l'élaboration d'une offre culturelle qui s'adresse spécifiquement aux adultes. Nous avons donc souhaité étudier la place de ce public dans un musée qui ne le vise pas en priorité.

Dans le contexte de l'exposition *Monstres, Mangas et Murakami*, il a été possible d'étudier un certain nombre de propositions de médiations mises au point pour le public adulte. Tout d'abord, nous avons pu constater que la médiation écrite, les dispositifs interactifs ainsi que la scénographie étaient pensés pour le public enfant, et que les adultes devaient donc s'adapter lors de leur visite libre, bien qu'il existe des dispositifs plus adaptés comme un livret « Facile à lire et à comprendre » et la présence de médiateurs dans les salles. En dehors de la visite libre, on trouve cependant une riche offre culturelle. Les visites guidées sont pensées pour offrir une découverte en profondeur du sujet de l'exposition, ici la culture japonaise, à travers humour, pédagogie et échange. Les thés et apéritifs proposés permettent de finir la visite dans une logique de convivialité chère au musée. L'escape game permet quant à lui de proposer au public adulte une autre façon de découvrir l'exposition, dans une logique interactive et ludique qui correspond tout à fait à l'identité du Musée en Herbe.

Une étude qualitative menée à l'aide d'entretiens semi-directifs nous a permis de déterminer au plus près de l'expérience des visiteurs les problématiques soulevées par la visite libre pour les adultes. La visite est majoritairement jugée comme agréable, cependant certains déplorent une durée de visite trop courte ou un manque d'explications dans l'exposition. Toutefois, ces défauts sont le plus souvent jugés peu dérangeants au vu de l'ensemble de la visite, où la spécificité du musée et son originalité sont appréciées. Les visiteurs adultes apprécient la possibilité de retomber en enfance le temps d'une heure, et considère que cibler le public enfant n'est pas un inconvénient pour eux

mais qu'au contraire, il s'agit de l'identité du musée qui doit être préservée et qu'elle peut également être bénéfique pour la visite des adultes. La solution la plus adaptée pour améliorer la visite adulte s'est avéré être un livret pour ce public, contenant à la fois des explications supplémentaires pour répondre à la demande des visiteurs, mais également des jeux et énigmes pour correspondre à l'identité ludique du musée.

Toutefois, on peut se poser la question du financement de ce livret pour adultes. Le Musée en Herbe possède en effet un statut particulier d'association loi 1901 qui le rend dépendant du mécénat et des subventions publiques. On peut donc se demander si le financement de ce livret serait possible et profitable pour le musée dans la mesure où il ne touchera qu'une partie restreinte du public de l'institution. Il serait donc intéressant d'étudier les conclusions de ce mémoire dans une optique qui ne serait plus celle de la médiation mais de la gestion financière d'institutions culturelles.

Bibliographie

- ALIBERT David, BIGOT Régis, HATCHUEL Georges, « Aller au musée, un vrai plaisir, mais une attente de convivialité et de pédagogie », CREDOC *Consommation et modes de vie*, 2006, n°195
- BLANCHET et AL, *L'entretien dans les sciences sociales*, Dunod,, 1985.
- DAIGNAULT Lucie, *L'évaluation muséale: Savoirs et savoir-faire*, Presses de l'université du Québec, 2014
- DE MANUEL GONZALEZ Angela, *Le bénéfice de la visite du visiteur adulte dans un musée qui priorise le public enfant, Mémoire de stage en médiation*, 2017
- DUFRESNE-TASSE Colette, SAUVE Monique, WEITZL-FAIRCHILD André, BANNA NAdia, LEPAGE Yves, DASSA Clément, « Pour des expositions muséales plus éducatives, accéder à l'expérience du visiteur adulte. Développement d'une approche », *Revue canadienne de l'éducation*, Vol. 23, n°3, 1998
- JANCERT Chloé, *La médiation pour enfants de l'exposition l'Art et le Chat au Musée en Herbe*, Mémoire de stage en médiation, 2016
- GIRARDET Sylvie. « 20 d'expérience au Musée en Herbe ». *Lettre de l'OCIM*, 1996, n°43
- GUEST G., BUNCE A., JOHNSON L., (2006), « How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability », *Field Methods*, Vol. 18, n°1, Février 2006
- GUICHARD Jack, « Visiteurs et conception muséographique à la Cité des Enfants », *Culture & Musées*, 1993
- KENTLEY Eric, NEGUS Dick, traduit par GUILLET Lise, JACOBI Daniel, POLI Marie-Sylvie, *Un guide pour la présentation du texte dans une exposition*, Dijon, OCIM, 1993
- MERLEAU-Ponty, Claire. « Les 25 ans du Musée en Herbe, un anniversaire pour parler de médiation », *Lettre de l'OCIM*, 2000, n°72
- PIAGET Jean, INHELDER Bärbel, *La psychologie de l'enfant*, Presses universitaires de France, 2003
- RODRIGUEZ Sophie, *Le texte dans l'exposition : enjeux et évolutions d'un outil de médiation au service des musées*, Sciences de l'information et de la communication, 2015
- SHETTEL Harris H, BITGOOD Stephen, *Publics et musées. Les pratiques de l'évaluation des expositions*, Publics et Musées, n°4, 1994. pp. 9-26
- TESCH Renata, *Qualitative research: analysis types and software tools*, Falmer Press, 1990

Sitographie

PANIEZ Sandrine, « Démarche du facile à lire et à comprendre », INPES, 2014, consulté sur <http://inpes.santepubliquefrance.fr/jp/cr/pdf/2014/3-PANIEZ%20BD.pdf> le 06/05/2019

« Le phénomène escape game en France » consultable sur escapegame.paris (consulté le 14/04/2019)

« Pathways, pour la formation continue des personnes handicapées intellectuelles », Inclusion Europe, 2016, consulté sur <https://easy-to-read.eu/fr/projects/> le 07/05/2019