



HAL
open science

Le rôle du Musée d'art et d'histoire du Judaïsme de Paris dans la lutte contre l'antisémitisme : le cas des activités à destination des familles et du jeune public en individuel

Delphine Bourdon

► To cite this version:

Delphine Bourdon. Le rôle du Musée d'art et d'histoire du Judaïsme de Paris dans la lutte contre l'antisémitisme : le cas des activités à destination des familles et du jeune public en individuel. Art et histoire de l'art. 2019. dumas-04539397

HAL Id: dumas-04539397

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04539397>

Submitted on 9 Apr 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

Delphine Bourdon

Le rôle du musée d'art et d'histoire du Judaïsme dans la lutte contre l'antisémitisme

Le cas des activités à destination des familles et du jeune
public en individuel

Mémoire de stage
(2^e année de 2^e cycle)
en médiation
Présenté sous la direction
de M^{me} Claire MERLEAU-PONTY
et de M^{me} Raffaella RUSSO-RICCI

Août 2019

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

CC BY NC ND



RÉSUMÉ

Ce mémoire porte sur le Musée d'art et d'histoire du Judaïsme (mahJ), situé à Paris. À travers une analyse de la programmation existante dédiée aux familles et au jeune public en individuel, cette étude s'interroge sur les moyens concrets mis en œuvre par le musée pour lutter contre l'antisémitisme. Plus globalement, l'institution entend répondre à cet objectif fondamental par la découverte et la compréhension des cultures juives.

Cependant, le public du musée étant majoritairement juif, l'enjeu de ce mémoire est également de comprendre, à travers une enquête à la fois quantitative et qualitative, quels freins et quelles motivations à la visite du mahJ rencontrent les familles non-juives. Les résultats de l'enquête ont permis de formuler des suggestions afin que le musée diversifie son public et attire davantage les familles non-juives, dans le but de leur faire découvrir les cultures juives et ainsi lutter contre leurs possibles préjugés.

MOTS-CLÉS

Musée d'art et d'histoire du Judaïsme	Non-juifs	Freins à la visite
Marais	Jeune public	Ateliers
Cultures juives	Enquête	Pratique culturelle
Antisémitisme	Familles	Outils de visite
Médiation	Motivations à la visite	mahJ
	Programmation	

SOMMAIRE

Remerciements.....	5
Avant-Propos.....	6
Avertissements.....	7
Introduction.....	8
I – Contextualisation.....	10
A) Cadre du stage.....	10
1 – Le Musée d’art et d’histoire du Judaïsme.....	10
2 – Présentation du stage et des missions.....	12
B) L’antisémitisme.....	14
1 – Historique de l’antisémitisme en France.....	14
2 – La montée des faits antisémites en 2018 : quelles causes et quelles réponses apportées ?.....	16
C) La programmation du mahJ pour les scolaires.....	19
II – La programmation culturelle du mahJ pour les familles et le jeune public en individuel.....	21
A) Les ateliers.....	22
1 – Présentation générale des ateliers.....	22
2 – Quelques exemples d’ateliers du mahJ.....	23
3 – Retour qualitatif des visiteurs sur les ateliers.....	26
B) Événements et dispositifs de médiation.....	27
1 – Visites et événements.....	27
2 – Les différents outils de médiation.....	31
C) Constat sur le public.....	34
III – Enquête.....	35
A) Hypothèses sur la non-venue du public non-juif.....	35
B) Méthodologie.....	37
1 – Définition du terrain d’enquête et des échantillons.....	37
2 – Méthodologie du questionnaire.....	38
3 – Méthodologie du guide d’entretien.....	39
C) Résultats et analyse de l’enquête.....	42
1 – Résultats et analyse des questionnaires.....	42
2 – Résultats et analyse des entretiens.....	44
3 – Réserves et obstacles.....	52
IV – Préconisations.....	53
A) Une meilleure visibilité du musée.....	53
B) Le parcours permanent et les outils de visite.....	55
1 – Communiquer sur les outils existants.....	55
2 – Développer la médiation du parcours permanent.....	56
C) Les ateliers.....	58
D) Conclusion sur les préconisations.....	59
Conclusion.....	60
Bibliographie.....	61
Sitographie.....	62

REMERCIEMENTS

Je souhaite tout d'abord remercier ma directrice de mémoire, M^{me} Claire Merleau-Ponty, coordinatrice du parcours médiation de l'École du Louvre et consultante en muséologie, pour son soutien et ses conseils lors de l'écriture de ce mémoire. Je remercie tout particulièrement ma maîtresse de stage, M^{me} Raffaella Russo-Ricci, responsable du service éducation et médiation du musée d'art et d'histoire du Judaïsme, pour m'avoir accompagnée lors de mon stage, dans mes missions et dans mes recherches. Je tiens également à remercier M^{me} Élise Malka, responsable adjointe du service éducation et médiation du musée d'art et d'histoire du Judaïsme, pour son attention et sa gentillesse à mon égard.

Mes remerciements vont également à M^{me} Marie-Pierre Delaporte, chargée d'études et du développement des publics du musée d'art et d'histoire du Judaïsme, pour m'avoir aidée à réaliser l'enquête sur les familles inhérente à ce mémoire. Ses conseils méthodologiques m'ont été précieux. Je tiens également à remercier M^{mes} Yaële Baranes, Élisabeth Kurztag et Cécile Petitet, toutes trois médiatrices au musée d'art et d'histoire du Judaïsme, pour leur accueil et leur gentillesse à mon égard.

Enfin, je remercie mes proches pour leur aide et leur soutien lors de la réalisation de ce mémoire. Merci à Lydie et à Christophe pour leurs relectures et merci à Manon pour son soutien et sa relecture.

AVANT-PROPOS

Ce mémoire a été écrit en lien avec le stage que j'ai effectué au service éducation et médiation du musée d'art et d'histoire du Judaïsme du 21 janvier au 21 mai 2019.

Ce stage de fin d'études a été l'opportunité pour moi de me confronter à la réalisation de projets culturels, domaine vers lequel je souhaite m'orienter, mais également d'approfondir mon expérience auprès des familles. Le sujet du mémoire a été construit en accord avec la principale mission qui m'a été confiée durant ce stage : dynamiser l'offre culturelle du mahJ pour les familles et le jeune public en individuel et renouveler le public du musée.

C'est dans le contexte d'une augmentation des actes antisémites et d'un projet de refonte du musée que ce mémoire s'est construit.

J'ai rencontré plusieurs difficultés lors de la réalisation de ce mémoire, la première étant ma méconnaissance de la culture juive. J'ai en effet dû, au cours de mon stage puis lors de l'écriture du mémoire, faire des recherches personnelles dans ce domaine.

Par ailleurs, ce sujet a nécessité une enquête de terrain, exercice auquel je n'étais pas familière. Pour cette enquête, j'ai dû interroger des familles sortant de musées parisiens. Une autre difficulté a été de trouver des familles acceptant de répondre à mes questionnaires et plus encore à mes entretiens. Cela a été accentuée par le nombre réduit de familles à la sortie de certains musées.

AVERTISSEMENTS

Abréviations et acronymes utilisés dans ce mémoire :

Crif : Conseil représentatif des institutions juives de France

CRM : *Customer relationship management* ou gestion de la relation client

DILCRAH : Délégation interministérielle à la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la haine anti-LGBT

IMA : Institut du monde arabe

LICRA : Ligue internationale contre le racisme et l'antisémitisme

mahJ : Musée d'art et d'histoire du Judaïsme

MRAP : Mouvement contre le racisme et pour l'amitié entre les peuples

PSC : Programme scientifique et culturel

UEJF : Union des étudiants juifs de France

Annexes :

Chaque illustration citée dans le volume de texte afin d'illustrer le propos se trouve dans le volume d'annexes.

Notes de bas de page :

Les adresses des sites internet mentionnés dans les notes de bas de page se trouvent dans la bibliographie.

INTRODUCTION

Ce mémoire a été réalisé dans le cadre du stage que j'ai effectué du 21 janvier au 21 mai 2019 au service éducation et médiation du musée d'art et d'histoire du Judaïsme de Paris.

Ce musée, situé au cœur du Marais, présente les cultures juives à travers des collections retraçant chronologiquement, géographiquement et thématiquement leur histoire jusqu'au milieu du XXe siècle. Lors de mon stage, ma principale mission a été d'étudier les moyens par lesquels le musée pourrait renouveler sa programmation afin de diversifier son public. Je me suis principalement intéressée aux familles et au jeune public en individuel. Afin de proposer au musée de nouvelles idées, j'ai notamment fait un bilan des activités existantes du mahJ puis j'ai effectué un benchmarking de la programmation dédiée à ces publics dans d'autres musées.

Ce mémoire, reprenant les objectifs de mon stage, a pour enjeu l'étude des moyens de renouvellement de la programmation du mahJ afin d'attirer un nouveau public, notamment familial et jeune. Il est entendu par le terme de « famille », le segment de public qu'a étudié Anne Jonchery dans son étude : « groupes avec au moins un adulte et un enfant âgé de 3 à 12 ans, l'existence d'un lien de parenté entre eux et leur francophonie »¹. Le « jeune public » englobe dans cette étude les enfants âgés de 4 à 12 ans, reprenant la tranche d'âge concernée par les ateliers du mahJ.

« [Les musées] travaillent en collaboration active avec et pour diverses communautés afin de collecter, préserver, étudier, interpréter, exposer, et améliorer les compréhensions du monde, dans le but de contribuer à la dignité humaine et à la justice sociale, à l'égalité mondiale et au bien-être planétaire. »²

Alors que cette nouvelle définition du musée proposée par l'ICOM fait débat, elle illustre pourtant bien l'un des enjeux principaux du musée et de ce mémoire. En effet, comme dit précédemment, l'objectif premier du mahJ est de faire découvrir et comprendre au public les cultures juives. Cette compréhension se place dans un but sociétal plus global auquel participe le mahJ, visant à lutter contre le racisme et notamment l'antisémitisme qui a connu un regain de violence au début de l'année 2019. Ainsi, outre

1 Jonchery, 2005, p. 207.

2 Définition du musée proposée par le Conseil d'administration de l'ICOM en 2019. Site de l'ICOM.

chercher de nouveaux moyens d'inciter les familles à visiter le mahJ, ce mémoire s'intéresse également aux mécanismes mis en œuvre par ce musée pour faire connaître le Judaïsme et lutter contre l'antisémitisme. La tâche n'est pas simple, d'autant plus que le public majoritaire du musée est juif. J'ai donc effectué une enquête de terrain auprès de familles visitant d'autres musées parisiens afin de mettre en exergue les possibles freins la visite que rencontrent les familles, mais également leurs attentes et motivations en termes de pratique muséale. Ce mémoire préconise ainsi des solutions afin que le mahJ renouvelle sa programmation, cela pouvant lui permettre d'attirer de nouvelles familles non-juives et par extension lutter plus efficacement contre l'antisémitisme en faisant découvrir les cultures juives.

À travers ces différents axes de réflexion, ce mémoire entend répondre à la question suivante : comment le mahJ peut-il lutter contre l'antisémitisme par le biais de la programmation destinée aux familles et au jeune public en individuel ?

Cette étude est organisée en quatre parties. La première vise à poser un cadre contextuel : le musée d'art et d'histoire du Judaïsme, le déroulé de mon stage, ainsi que l'histoire de l'antisémitisme en France. La seconde partie de cette étude présente la programmation actuelle que le mahJ dédie aux familles et au jeune public en individuel, ainsi que les outils de visite mis à disposition de ces publics. La troisième partie est consacrée à l'enquête de terrain que j'ai effectuée, comprenant la méthodologie appliquée ainsi que l'analyse des résultats. Enfin, la dernière partie, se basant sur les trois précédentes, propose des pistes pour que le mahJ attire davantage de familles non-juives et diversifie ainsi son public afin de contribuer à la lutte contre l'antisémitisme.

I- CONTEXTUALISATION

A) Cadre du stage

1 – Le Musée d’art et d’histoire du Judaïsme

Le projet du mahJ est né en 1985 à l’initiative de Claude-Gérard Marcus, alors président du Musée d’art juif de Paris, d’Alain Erlande-Brandenburg, directeur du Musée national du Moyen-Âge, et de Victor Klagsbald, collectionneur et membre actif du Musée d’art juif. Dès le début, ce projet est porté par la Ville de Paris et par le Ministère de la Culture. L’objectif est double : doter Paris d’un musée consacré aux cultures juives et présenter les collections situées dans les réserves du Musée national du Moyen-Âge. En effet, alors que la France compte l’une des communautés juives les plus importantes après celles d’Israël et des États-Unis, le pays n’avait jusqu’alors comme musées consacrés à ces cultures que le Musée juif à Paris, le Musée Juif Comtadin à Cavaillon et le Musée judéo-alsacien à Bouxwiller. À partir de 1988, le projet du mahJ est dirigé par Laurence Sigal, directrice du musée de son ouverture en 1998 jusqu’en 2012. La direction passe ensuite à Laurent Héricher puis, à partir de 2013, à Paul Salmona, actuel directeur du mahJ.

Le mahJ est une association loi de 1901 et bénéficie de l’appellation « Musée de France ». Depuis son ouverture, le musée est financé à parts égales par le Ministère de la Culture et par la Ville de Paris. Son conseil d’administration est composé de cinq représentants du Ministère de la Culture et de la Communication, cinq représentants de la Ville de Paris, six représentants des institutions juives et quatre personnes désignées par la fondation Pro mahJ³. Dominique Schnapper, présidente du mahJ, dirige ce conseil d’administration.

L’hôtel de Saint-Aignan, hôtel particulier édifié entre 1644 et 1650 par Pierre Le Muet pour Claude de Mesmes, comte d’Avaux, est mis à disposition par la Ville de Paris pour abriter le futur musée. Le bâtiment est en effet acquis par la ville en 1962 dans le cadre du plan de sauvegarde du Marais, quartier de Paris au cœur duquel l’hôtel est situé [III. 1]. Le choix de ce bâtiment n’est pas anodin. D’une part, le Marais abrite depuis la fin

³ Créée en 2003 par Claire Maratier, la fondation Pro mahJ a pour objectifs de soutenir les activités du musée et d’enrichir ses collections.

du XVIII^e siècle une importante communauté juive, notamment au *Pletzl*⁴. D'autre part, l'hôtel de Saint-Aignan, transformé après la Révolution en habitations, a abrité beaucoup d'ateliers tenus par des juifs immigrés d'Europe centrale et orientale.

La restauration de l'hôtel de Saint-Aignan [Ill. 2], monument classé en 1963, est confiée successivement à Maurice Berry, Jean-Pierre Jouve et Bernard Fonquernie, qui détruisent l'entresollement des étages, la segmentation en ateliers et les appartements des habitants afin de redonner au bâtiment des volumes permettant l'installation de la collection et l'accueil du public. Ils reconstruisent également l'escalier d'honneur de l'hôtel, qui avait été supprimé après la Révolution, par lequel on accède à présent à l'étage du musée.

La collection du mahJ compte aujourd'hui plus de 12.000 œuvres⁵. Elle est constituée de plusieurs anciennes collections. Parmi elles, on peut citer celle du collectionneur Isaac Strauss, rachetée par la baronne Nathaniel de Rothschild puis léguée par cette dernière en 1890 au Musée national du Moyen-Âge. Une partie de la collection du Musée national du Moyen-Âge est ensuite donnée au mahJ, dont la collection Strauss et un ensemble de 70 stèles funéraires donné par Louis Hachette, provenant du cimetière juif médiéval de la rue Pierre-Sarrazin⁶. Enfin, la collection du Musée d'art juif, créé en 1948 par des survivants de la Shoah, vient compléter l'ensemble. La collection du mahJ compte également de nombreux fonds d'archives.

A travers un parcours permanent à la fois thématique, chronologique et géographique composé de treize séquences [Ill. 3 à 5], le mahJ a pour but de faire découvrir les différentes cultures juives à travers leur histoire, leurs arts et leurs traditions. Depuis 2017, les équipes du musée travaillent sur un projet d'extension des espaces et de refonte du parcours permanent. Ces travaux, devant aboutir en 2022, permettront de renouveler la muséographie et de libérer des espaces sous le jardin Anne Frank pour y installer les expositions temporaires.

4 Le *Pletzl*, en yiddish "petite place", qualifie les alentours de la rue des Rosiers.

5 Site du mahJ.

6 La rue Pierre-Sarrazin est située dans le 6^e arrondissement de Paris, perpendiculairement au boulevard Saint-Michel et face au Musée national du Moyen-Age – Cluny. Ce cimetière médiéval juif était le plus important de Paris. Il est découvert en 1849 lors des travaux de terrassement réalisés pour établir la librairie Hachette.

En termes de fréquentation, le mahJ accueille un nombre très variable de visiteurs selon le succès de ses expositions temporaires [Ill. 6] ; la collection permanente n'attirant en moyenne que 45.000 visiteurs par an⁷. Ainsi, l'exposition consacrée à Sigmund Freud présentée d'octobre 2018 à février 2019 a attiré environ 62.000 visiteurs. Il s'agit de l'exposition la plus fréquentée du musée depuis son ouverture, après « Chagall et la Bible » qui avait attiré plus de 67.000 visiteurs en 2011. En 2017, le mahJ a accueilli environ 100.000 visiteurs. Cette fréquentation le situe au même niveau que le Jüdisches Museum de Vienne (115.000 visiteurs en 2014) et que le Musée national de l'histoire de l'Immigration à Paris (92.000 visiteurs en 2013).

Il est néanmoins important de préciser que le public des expositions temporaires n'est pas le même que celui de la collection permanente. Ainsi, si le premier est majoritairement français (79 % d'après le PSC de 2017⁸) et notamment parisien et francilien, le deuxième est composé à 71 % de touristes étrangers, notamment américains et canadiens. De plus, le public des expositions temporaires est davantage composé de visiteurs individuels (97 % en 2014⁹) tandis que le public de la collection permanente est composé majoritairement de groupes, notamment scolaires (85 % des groupes sont des scolaires en 2017¹⁰).

Un redressement de la fréquentation du musée a été opéré en 2017 avec une augmentation de visiteurs de 17 %. Cette hausse est notamment due au retour des groupes scolaires qui avaient déserté le musée suite aux attentats de 2015.

2 - Présentation du stage et des missions

Du 21 janvier au 21 mai 2019, j'ai effectué mon stage au sein du service éducation et médiation du mahJ. J'ai été encadrée par Mmes Raffaella Russo-Ricci, cheffe du service, et Elise Malka, son adjointe. J'ai également été fréquemment en contact avec trois des quatre médiatrices du musée : Mmes Yaële Baranes, Elisabeth Kurztag et Cécile Petitet.

7 PSC du mahJ, 2017, p. 70. Site du mahJ.

8 PSC du mahJ, 2017, p. 71. Site du mahJ.

9 Idem.

10 PSC du mahJ, 2017, p. 70. Site du mahJ.

Le service éducation et médiation du mahJ a été créé en 1998, lors de l'ouverture du musée. Comme son nom l'indique, le service mène aussi bien une politique éducative envers les scolaires qu'une programmation active pour les visiteurs individuels. En 2017, 8232 visiteurs ont participé aux activités proposées par ce service, ce qui représente une hausse de 36 % par rapport à 2016.

L'équipe du service, à l'image de la politique des publics du musée, a à cœur de rendre le musée accessible à tous les publics. La difficulté étant, en raison de la thématique traitée dans ce lieu, de ne pas en faire un établissement communautariste mais ouvert sur l'autre.

Dans ce cadre, mon stage avait un objectif majeur : trouver de nouveaux moyens pour dynamiser et renouveler la programmation culturelle du musée à destination des familles et du jeune public en individuel. Cet enjeu porté par le service éducation et médiation m'a suivi durant toute la durée de mon stage. Pour y répondre, j'ai effectué un benchmark des activités et des moyens de communication mis en place par d'autres musées – juifs et non-juifs – à destination de ces deux publics. Cette étude m'a permis de trouver de nouvelles pistes afin d'améliorer la communication sur la programmation mise en œuvre par le service et de nouvelles idées pour renouveler les activités du mahJ. J'ai également étudié la programmation du mahJ par le biais de la fréquentation des activités – actuelles et passées – proposées par le musée. Cette étude m'a permis de mettre en exergue les thématiques attirant le plus de public et ainsi de cibler les points forts et faibles de la programmation du mahJ.

J'ai également effectué des missions variées, plus éloignées de mon objectif principal, mais qui m'ont permis d'acquérir des compétences qui me seront utiles dans mon avenir professionnel. Le service souhaitant enrichir la base de données du musée afin d'établir davantage de partenariats éducatifs, j'ai mis à jour et entré de nouveaux contacts dans le logiciel CRM du musée. J'ai notamment créé un fichier « enseignants du Marais », référençant les contacts des enseignants des écoles primaires et des collèges des 3^e et 4^e arrondissements, afin que le mahJ construise avec ces interlocuteurs de proximité de nouveaux projets. De plus, j'ai établi un rétro-planning afin que, à terme, le service ait dans sa base de données les contacts de tous les établissements des trois académies d'Île-de-France.

Une autre de mes missions a consisté en l'organisation d'un atelier de fouilles à l'occasion des Journées nationales de l'archéologie qui se sont tenues du 14 au 16 juin 2019. Afin de construire ce projet, j'ai été en contact avec l'association ArkéoMédia spécialisée dans la

médiation en archéologie. Cependant, ce projet n'a pas pu aboutir en raison du budget limité du service. Cette mission m'a cependant permis d'effectuer des recherches documentaires sur les stèles médiévales du mahJ, objets qui auraient été au cœur de l'atelier de fouille. De plus, j'ai appris à cette occasion à fournir à mon interlocuteur les informations nécessaires à l'établissement d'un devis.

Au vu de mes missions de stage, notamment la principale, ce mémoire aurait pu ne s'attacher qu'à l'étude de la médiation en direction des familles et du jeune public en individuel. Cependant, cette étude ne saurait être réellement pertinente sans replacer la mission d'éducation du mahJ dans le contexte antisémite actuel. S'il ne s'agit pas de faire une partie sociologique, il est important d'étudier le rôle social du mahJ au prisme de ce contexte, qui plus est après les récents actes antisémites perpétrés au début de l'année 2019. En effet, comment trouver des solutions pour lutter contre ce racisme sans étudier au préalable les faits, leur histoire et l'origine que les spécialistes en donnent ?

B) L'antisémitisme

« L'antisémitisme représente environ 50% des actes racistes, alors que les Juifs représentent moins de 1% de la population française. »¹¹

1 – Historique de l'antisémitisme en France

Les historiens font remonter l'antisémitisme au Moyen-Âge, lorsque l'Église catholique véhiculait des préjugés anti-juifs aboutissant à des persécutions et à des condamnations. Ce message hostile envers les juifs diffusé par l'Église était qualifié par l'historien Jules Isaac d' « enseignement du mépris ». Ainsi, en 1171 à Blois, se tient la première accusation de meurtre rituel faisant condamner 32 juifs à être brûlés vifs. Au XIII^e siècle, une série de conciles et d'ordonnances ont pour objectif la mise à l'écart des juifs et leur distinction du reste de la société, notamment par le port de la rouelle.

11 Schnapper, colloque « L'antisémitisme en France. XIX^e-XX^e siècle », 5^e acte « Comment répondre à l'antisémitisme ? », Musée d'art et d'histoire du Judaïsme et Bibliothèque nationale de France, Paris, mars 2016. Site Akadem.

Il faut cependant distinguer cet antijudaïsme – sentiment hostile envers la religion juive – de l'antisémitisme – sentiment hostile envers les juifs. Le terme « antisémitisme » est utilisé pour la première fois dans le sens d'hostilité envers les juifs par le journaliste allemand Wilhelm Marr à l'occasion de la fondation d'une « ligue antisémite » en 1879. L'antisémitisme se développe au cours du XIX^e siècle, prenant d'abord la forme d'un « antisémitisme social »¹², à l'instar de Proudhon dans ses *Carnets*, où les juifs sont rendus responsables de l'avènement du capitalisme pour parvenir à leurs fins. À la fin du XIX^e siècle, un « antisémitisme racial »¹³ [III. 7] se greffe sur ces préjugés anciens, dont Drumont et la Ligue antisémitique de France qu'il a fondée font partie. L'Affaire Dreyfus, qui divise la France de 1894 à 1906 entre les « dreyfusards » et les « antidreyfusards », en est un autre exemple.

L'antisémitisme se renforce au XX^e siècle en même temps que le nationalisme, aboutissant pendant l'Entre-deux-guerres à un « antisémitisme d'État »¹⁴. Depuis la fin de la Seconde Guerre Mondiale et la Shoah, l'antisémitisme est banni de l'espace public. Il prend cependant la forme de nouveaux avatars, notamment de l'antisionisme¹⁵ et du négationnisme¹⁶ naissant dans les années 1970-1980. À cette période, avec la montée du Front National en France, « l'antisémitisme revient dans l'espace politique et s'expose au grand jour »¹⁷.

Malgré la loi Gayssot du 13 juin 1990 réprimant tout acte raciste, antisémite ou xénophobe, l'historien des idées Pierre-André Taguieff remarque qu'entre 1998 et 2018, il y a eu une « augmentation brutale de la judéophobie au début des années 2000 » [III. 8]. En effet, alors que 82 faits anti-juifs avaient été recensés en 1999, ils étaient 744 en 2000¹⁸. Des pics de violence ont ensuite été recensés selon les années, notamment en 2002 et en 2004, puis en 2014 et en 2015. Le niveau d'intolérance de la population française a augmenté de dix points entre 2009 et 2012, ce qui n'a jamais été vu

12 Matard-Bonucci, table ronde « La France et l'antisémitisme : une histoire sans fin ? », Musée national de l'histoire de l'immigration, 18 mars 2019.

13 Idem.

14 Introduction du colloque « L'antisémitisme en France. XIX^e-XX^e siècle », 5^e acte « Comment répondre à l'antisémitisme ? », Musée d'art et d'histoire du Judaïsme et Bibliothèque nationale de France, Paris, mars 2016. Site du mahJ.

15 Antisionisme : « Hostilité à l'existence ou à l'extension de l'État d'Israël », site Larousse.

16 Négationnisme : « Doctrine niant la réalité du génocide des Juifs par les nazis, notamment l'existence des chambres à gaz », site Larousse.

17 Introduction du colloque « L'antisémitisme en France. XIX^e-XX^e siècle », 5^e acte « Comment répondre à l'antisémitisme ? », Musée d'art et d'histoire du Judaïsme et Bibliothèque nationale de France, Paris, mars 2016. Site du mahJ.

18 Lagadec, Antoine, « Pierre-André Taguieff : 'il faut distinguer le complotisme banal du complotisme intellectualisé' », 15 février 2019. Site de la Revue des Deux Mondes.

auparavant d'après Dominique Schnapper¹⁹. De plus, on assiste, selon le rapport de la Commission consultative des droits de l'Homme de 2014, à une « revitalisation des vieux clichés antisémites ». Ceux-ci, rappelle la présidente du mahJ, se retrouvent désormais dans tous les milieux sociaux. Enfin, il est important de rappeler qu'en France, douze personnes ont été assassinées parce qu'elles étaient juives entre 2003 et 2018²⁰.

Face à ces faits, plusieurs rassemblements ont eu lieu pour dénoncer l'antisémitisme et rendre hommage aux victimes. Parmi eux, la marche du 25 mars 2012 ayant réuni 20.000 personnes à Paris et 6.000 à Toulouse à l'appel de SOS Racisme, de la LICRA, de l'UEJF et du MRAP après l'attaque de Mohammed Merah devant l'école juive Ozar Hatorah à Toulouse²¹. De même, le 7 avril 2002, 200.000 personnes ont défilé en France à l'appel du Crif contre le terrorisme et l'antisémitisme. [III. 9] Les éléments déclencheurs de cette mobilisation étaient les attentats des synagogues de Lyon, de Marseille et de Strasbourg les 30 et 31 mars 2002²². C'est également pour lutter contre le racisme et l'antisémitisme que la DILCRAH a vu le jour en février 2012.

2 – La montée des faits antisémites en 2018 : quelles causes et quelles réponses apportées ?

Selon le Crif, les faits antisémites recensés ont augmenté de 74 % entre 2017 et 2018, après pourtant deux années consécutives de baisse. Ainsi, ils sont passés de 311 à 541 en un an, dont 183 actions (81 violences recensées dont un homicide et 102 atteintes aux biens) et 358 menaces verbales. Il est important de souligner qu'il ne s'agit là que des faits recensés et donc connus, le nombre véritable de faits étant sans doute beaucoup plus élevé. Comme exemple marquant illustrant la violence antisémite, on peut citer le meurtre de Mireille Knoll le 23 mars 2018, torturée et défenestrée par l'un de ses voisins à Belleville parce qu'elle était juive. Un hommage lui a été rendu le 28 mars de la même année, réunissant 10.000 personnes à Paris. [III. 10]

19 Schnapper, colloque « L'antisémitisme en France. XIX^e-XX^e siècle », 5^e acte « Comment répondre à l'antisémitisme ? », Musée d'art et d'histoire du Judaïsme et Bibliothèque nationale de France, Paris, mars 2016. Site Akadem.

20 Lagadec, Antoine, « Pierre-André Taguieff : 'il faut distinguer le complotisme banal du complotisme intellectualisé' », 15 février 2019. Site de la Revue des Deux Mondes.

21 « Chronologie des principaux rassemblements contre l'antisémitisme en France », 18 février 2019. Site de France Inter.

22 Idem.

Les faits antisémites se sont poursuivis au début de l'année 2019. Le 11 février, les arbres plantés en hommage à Ilan Halimi, torturé à mort par le « gang des barbares » en février 2006 à Sainte-Geneviève-des-Bois (Essonne), ont été vandalisés. Des croix gammées ont été taguées sur les portraits peints de Simone Veil réalisés par l'artiste C215 à l'occasion de sa panthéonisation. Le 19 février, des tags antisémites ont été réalisés sur 96 sépultures (selon les gendarmes présents sur place) du cimetière juif de Quatzenheim (Bas-Rhin). L'une des inscriptions mentionne les Loups Noirs, groupe autonomiste alsacien qui sévissait dans les années 1970.

Ces événements ont donné lieu, le 19 février 2019, à une journée de rassemblement national contre l'antisémitisme.

Quelles sont les causes des vagues de recrudescence de faits antisémites ?

Pour Nonna Mayer²³, directrice de recherche au CNRS, et pour Pierre-André Taguieff²⁴, l'inflation des faits anti-juifs dans les années 2000 serait liée à la seconde *intifada*²⁵. Les événements se déroulant au Proche-Orient auraient un impact sur l'opinion publique concernant les juifs, confondant la culture juive et l'État juif. En effet, 50 % de la population française pense que les juifs sont plus attachés à Israël qu'à la France²⁶ : ce constat illustre que l'image des Juifs est combinée à celle d'Israël. Ainsi, la politique israélienne est reportée dans l'inconscient collectif sur les juifs à l'instar de la seconde *intifada*, tendant à faire augmenter par pics l'antisémitisme.

Pour Dominique Schnapper²⁷, l'antisémitisme a été revitalisé par la crise économique de ces dernières années, engendrant un repli sur soi, une indifférence face à l'autre et un climat d'intolérance. La crise a ainsi favorisé une hostilité face aux immigrés et aux minorités. Cependant, comme le rappelle Nonna Mayer, les juifs restent la minorité la mieux acceptée, l'hostilité se manifestant davantage vis-à-vis des étrangers : les Roms, les musulmans puis les arabes. Les clichés antisémites persistent tout de même, notamment celui de la solidarité juive ou encore celui du rapport des juifs au pouvoir et à l'argent. Selon le rapport de la Commission nationale consultative des droits de l'homme publié en mars 2018, 38 % des personnes interrogées pensent que « les juifs [ont] un

23 Mouillard, Le Devin et Bretton, 2018.

24 Idem.

25 *Intifada* : révolte palestinienne s'étant déroulée entre 2000 et 2005 dans les territoires palestiniens occupés par Israël.

26 Sondage IPSOS pour la Fondation du Judaïsme français, 2014-2016.

27 Schnapper, colloque « L'antisémitisme en France. XIX^e-XX^e siècle », 5^e acte « Comment répondre à l'antisémitisme ? », Musée d'art et d'histoire du Judaïsme et Bibliothèque nationale de France, Paris, mars 2016. Site Akadem.

problème avec l'argent » et deux personnes sur cinq disent croire au « complot juif mondial »²⁸. Ainsi ces préjugés, existants depuis des siècles dans l'inconscient collectif, sont toujours aussi ancrés dans la société.

Pour l'historien Georges Bensoussan, l'un des facteurs de cette montée antisémite est la trop grande prégnance de l'enseignement de la Shoah dans les programmes scolaires, amenant les élèves à un « ras-le-bol ». Selon lui²⁹, ce « devoir de mémoire »³⁰ devient de plus en plus prégnant dès les années 1980, lors de l'émergence du discours négationniste et de la montée du Front National en France. Ainsi, en avril 1983, lors de la commémoration du soulèvement du ghetto de Varsovie, le Crif en appelle à la mémoire pour lutter contre le Front National et le négationnisme. Plus grave encore, cette « obsession de l'enseignement de la Shoah »³¹ contribuerait à réduire les juifs « sous la seule figure de victimes », ramenant toute leur histoire à la persécution. Ils ne sont cités dans l'histoire qu'au moment de la Shoah, « pour périr ». Enfin, cela tendrait à engendrer une « jalousie mémorielle »³², puisque toutes les minorités non-juives déportées durant la Guerre sont occultées et oubliées.

Dans cette même idée, pour la rabbin Delphine Horvilleur, l'antisémitisme naît d'un complexe d'infériorité et du préjugé ancien que les Juifs ont plus. Il se distingue ainsi des autres racismes liés à un complexe de supériorité par rapport à autrui. Ainsi, « le Juif au contraire est souvent haï, non pour ce qu'il N'A PAS mais pour ce qu'il A. On ne l'accuse pas d'avoir moins que soi mais au contraire de posséder ce qui devrait nous revenir et qu'il a sans doute usurpé »³³. Pour elle aussi, l'antisémitisme est lié au fait que « la mémoire prend, aux yeux de certains, trop de place. Tout se passe comme si elle faisait de l'ombre à d'autres douleurs, et finissait par être jalousée, aussi absurde que cela puisse paraître »³⁴.

Outre le poids jugé trop important par certains de l'enseignement de la Shoah dans les programmes scolaires, ce devoir de mémoire ne peut pas lutter seul contre

28 Aubry, Emily, « La France et l'antisémitisme : une histoire sans fin ? », *L'Esprit public*, émission du 24 février 2019. Site de France Culture.

29 Bensoussan, colloque « L'antisémitisme en France. XIX^e-XX^e siècle », 5^e acte « Comment répondre à l'antisémitisme ? », Musée d'art et d'histoire du Judaïsme et Bibliothèque nationale de France, Paris, mars 2016. Site Akadem.

30 Expression apparue en 1980 dans la revue *Commentaires* par Philippe Nemo.

31 Bensoussan, colloque « L'antisémitisme en France. XIX^e-XX^e siècle », 5^e acte « Comment répondre à l'antisémitisme ? », Musée d'art et d'histoire du Judaïsme et Bibliothèque nationale de France, Paris, mars 2016. Site Akadem.

32 Idem.

33 Horvilleur, 2019, p.14.

34 Horvilleur, 2019, p. 134.

l'antisémitisme : alors que la Shoah est enseignée intensivement en France depuis les années 1980, les faits antisémites ont explosés dans les années 2000. Pour illustrer ce fait, Georges Bensoussan parle du « paradoxe français »³⁵ : bien que la France soit l'un des pays où l'on enseigne le mieux la Shoah, on atteint dans ce pays un nombre de faits antisémites record.

Quelles que soient les raisons avancées pour tenter d'expliquer la montée de l'antisémitisme ces dernières années, elles pointent toutes la méconnaissance de la culture juive par la population, engendrant des amalgames, des préjugés et de la violence.

« Je refuse d'enseigner la manière dont les Juifs sont morts à des étudiants qui n'ont pas la moindre idée de la manière dont ils ont vécu. »³⁶

Cette phrase de l'historien américain Yosef Hayim Yerushalmi constitue une piste de réflexion intéressante pour lutter contre l'antisémitisme. Comme l'explique Georges Bensoussan, « la connaissance du judaïsme vivant est prioritaire dans le combat contre les préjugés »³⁷. Le mahJ s'inscrit dans cette volonté de faire découvrir les cultures juives afin de lutter plus efficacement contre les préjugés et l'antisémitisme. Cet engagement se voit notamment à travers le contenu des programmes destinés aux groupes scolaires : « Le musée joue un rôle essentiel pour permettre aux enfants de notre pays d'appréhender le judaïsme à travers un autre prisme que celui de la Shoah »³⁸.

C) La programmation du mahJ pour les scolaires

En termes d'éducation, la mission principale du service est de « présenter l'histoire et les cultures du judaïsme aux élèves, de la maternelle au lycée, dans leur interaction avec les cultures environnantes »³⁹. Le service place ainsi au centre de sa programmation à destination des scolaires le dialogue interculturel, afin de fournir aux élèves des éléments de compréhension du monde contemporain.

35 Bensoussan, colloque « L'antisémitisme en France. XIXe-XXe siècle », 5^e acte « Comment répondre à l'antisémitisme ? », Musée d'art et d'histoire du Judaïsme et Bibliothèque nationale de France, Paris, mars 2016. Site Akadem.

36 Sylvie Anne Goldberg, Transmettre l'histoire juive, entretiens avec Yosef Hayim Yerushalmi, Albin Michel, 300 p.

37 Devecchio, 2019.

38 Rapport d'activité du mahJ, 2017, p. 2. Site du mahJ.

39 PSC du mahJ, 2017, p. 50. Site du mahJ.

Concrètement, le mahJ propose une quarantaine d'activités pour les scolaires, détaillées selon la saison culturelle dans un livret destiné aux enseignants⁴⁰ [Ill. 11] Le mahJ accueille environ 500 groupes scolaires par an, soit environ 12.500 élèves⁴¹. Le musée propose également des formations aux enseignants, afin que ceux-ci se familiarisent avec la culture juive pour mieux l'appréhender et en parler avec leurs classes.

Le musée propose aux groupes scolaires plusieurs types d'activités – ateliers, visites, événements – ayant tous pour but la lutte contre les préjugés et l'ouverture sur l'autre. Cette thématique est toujours présente, en lien avec les programmes scolaires, notamment les cours de citoyenneté. Elle est parfois clairement affichée, comme par exemple dans le parcours-atelier « Stéréotypes et préjugés », accessible aux classes dès la 3^e. Dans le cadre de cette activité, certaines œuvres du musée sont présentées afin de retracer l'histoire de la culture juive mais également de l'antisémitisme qui sévit en parallèle afin de montrer aux élèves comment se forment les préjugés. La réflexion est ensuite étendue aux autres formes de racisme et aux questions d'intolérance et de discrimination. Ce programme a été créé dans le cadre du parcours « Regard(s) sur l'autre » en partenariat avec LE BAL⁴². Un dossier pédagogique destiné aux enseignants est disponible en ligne, afin qu'ils puissent se familiariser avec les thématiques abordées lors de cette activité et la préparer en amont avec leurs élèves.

Les activités pour les scolaires peuvent être, à l'instar de « Stéréotypes et préjugés », en partenariat avec d'autres institutions. Elles peuvent même se dérouler sur plusieurs lieux, comme le parcours-atelier « Ainsi naît la rumeur », qui prend place aux Archives nationales et au mahJ. Les élèves se déplacent sur les deux sites afin d'étudier les mécanismes à l'origine d'une rumeur, prenant comme exemple la rumeur de 1321 qui a abouti à l'expulsion des juifs du royaume de France.

En revanche, d'autres activités sont l'initiative exclusivement du mahJ. C'est notamment le cas des ateliers communs aux familles et au jeune public en individuel que je développerai dans la partie consacrée⁴³. Chacun de ces ateliers aborde une thématique en lien avec le Judaïsme afin de faire découvrir cette culture aux élèves. La visite du musée et la

40 Ce livret est disponible en version électronique sur le site internet du musée ou en version papier à l'accueil.

41 PSC du mahJ, 2017, p. 51. Site du mahJ.

42 « LE BAL est une plateforme indépendante d'exposition, d'édition, de réflexion et de pédagogie, dédiée à l'image contemporaine sous toutes ses formes : photographie, vidéo, cinéma, nouveaux médias. Créé en 2010 par Raymond Depardon et Diane Dufour grâce au soutien de la ville de Paris, LE BAL est une association à but non lucratif. » site internet du BAL.

43 Cf. p. 20.

réalisation d'une activité plastique permettent la découverte de l'autre et favorisent l'ouverture d'esprit.

Comme l'illustrent les activités précédemment décrites, le mahJ a développé une action de lutte contre l'antisémitisme par le biais de sa programmation pour les scolaires. Placées au centre des activités, les thématiques d'ouverture sur l'autre et de lutte contre les préjugés sont développées en lien avec l'enseignement scolaire à la citoyenneté. Le mahJ peut ainsi espérer lutter efficacement contre l'antisémitisme auprès des scolaires grâce à sa programmation riche, notamment en sensibilisant ce public « captif ». Mais qu'en est-il du public individuel, se rendant au musée volontairement et sur son temps personnel ?

II – LA PROGRAMMATION CULTURELLE DU MAHJ POUR LES FAMILLES ET LE JEUNE PUBLIC EN INDIVIDUEL

« La résurgence de l'antisémitisme sous toutes ses formes rend particulièrement nécessaire le développement d'activités permettant une meilleure connaissance du Judaïsme par tous les publics. »⁴⁴

Cette deuxième partie du mémoire a pour but de détailler, sans pour autant être exhaustive, les différents types d'activités proposés par le mahJ aux familles et au jeune public en individuel. Elle est également l'occasion de rappeler que le musée propose des programmes éducatifs et culturels à destination des visiteurs individuels depuis 1998, d'abord pour les adultes et le jeune public, puis pour les familles⁴⁵.

Cette partie est destinée à illustrer les différents mécanismes, au travers des activités, par lesquels le musée entend lutter contre l'antisémitisme.

44 PSC du mahJ, 2017, p. 51. Site du mahJ.

45 PSC du mahJ, 2017, p. 52. Site du mahJ.

A) Les ateliers

1- Présentation générale des ateliers

Le premier type d'activité proposé par le musée pour les familles et le jeune public en individuel est l'atelier. Il existe également des ateliers pour les adultes en individuel, mais ils ne seront pas évoqués dans ce mémoire puisqu'ils ne sont pas dédiés au public étudié. Par ailleurs, certains ateliers proposés pour le public scolaire sont communs à ceux destinés au public individuel.

Les ateliers pour les familles se déroulent durant les week-ends, tandis que ceux dédiés au jeune public ont lieu pendant les vacances scolaires. Les ateliers jeune public sont divisés en deux tranches d'âge : 4-7 ans et 8-12 ans. Les ateliers pour les plus jeunes durent 1h30 tandis que ceux pour les plus âgés durent 2h. Le nombre de participants maximum est variable selon l'atelier ; il est en moyenne de 15 pour les ateliers jeune public et de 21 pour ceux en famille.

Les ateliers, qu'ils soient destinés aux familles ou uniquement au jeune public, se déroulent pour la plupart suivant une trame similaire. Le groupe prend d'abord place dans la salle d'atelier – il en existe deux, placées dans les anciennes écuries de l'hôtel particulier – afin que la médiatrice présente la thématique abordée. Le contenu de cette phase d'introduction peut varier selon les cas, allant de la simple discussion avec le groupe à des jeux, en passant par l'écoute d'une musique traditionnelle juive. Elle est importante afin de créer un contexte à l'atelier et de l'introduire en expliquant les notions clés.

Dans un deuxième temps, la médiatrice emmène le groupe dans le musée voir certains objets de la collection en lien avec la thématique de l'atelier. Si la plupart des ateliers portent sur la collection permanente, certains sont créés spécifiquement pour une exposition temporaire : la visite se déroule donc dans les espaces dédiés. Cette visite permet au public de découvrir les collections du musée s'il ne l'a pas encore fait. Elle permet également de rattacher la thématique de l'atelier à des objets concrets, de voir comment elle est traitée, sa place et ses différentes représentations dans l'art juif. La médiatrice peut également utiliser l'atmosphère de certaines salles du musée, par

exemple la salle ashkénaze, pour conter des histoires traditionnelles liées à la culture traitée dans la salle et à la thématique de l'atelier.

Dans un troisième temps, le groupe retourne dans la salle d'atelier afin de réaliser une création plastique qui clôt la séance. Ce travail manuel est toujours lié à ce qui a été vu précédemment, comme un achèvement ; les ateliers du mahJ sont pensés comme un tout. Enfin, ce dernier moment permet, à l'instar des ateliers proposés par les autres musées, de développer la créativité et l'imagination des enfants, tout en mettant en pratique ce qu'ils ont vu précédemment.

Si chaque atelier a une thématique propre, ils ont tous en commun la découverte de la culture juive. J'ai eu l'occasion de suivre une dizaine d'ateliers durant mon stage, certains avec des scolaires, d'autres avec le jeune public durant les vacances scolaires. Je n'ai malheureusement pas eu l'occasion de suivre d'atelier famille ; cependant la forme et le fond reprenant ceux des ateliers jeune public, j'ai tout de même eu une vision globale des ateliers du mahJ. En effet, beaucoup d'ateliers destinés aux familles sont similaires à ceux uniquement programmés pour le jeune public. Il existe cependant les ateliers cuisine, uniquement destinés aux familles, lors desquels les participants cuisinent ensemble des plats traditionnels de différentes cultures juives pour ensuite les déguster. [III. 12]

2- Quelques exemples d'ateliers du mahJ

À titre d'exemples, je vais maintenant développer en détails quatre ateliers que j'ai suivi afin d'illustrer la partie précédente. J'ai choisi de décrire ces ateliers parce qu'ils sont différents aussi bien dans la forme que dans la thématique traitée. Ils permettront ainsi de comprendre les mécanismes utilisés par le musée pour faire découvrir efficacement la culture juive et ainsi lutter contre les préjugés.

J'ai suivi l'atelier « Golem et autres créatures » animé par Cécile Petitet lors des vacances de Pâques avec des enfants de 4 à 7 ans. Il s'agissait de la première séance de ce nouvel atelier basé sur la technique d'animation *stop motion*⁴⁶. Cependant, la thématique du Golem a été reprise de l'atelier précédent « Golem en ombres et

⁴⁶ La technique du *stop motion* permet d'obtenir une animation à partir d'objets immobiles grâce à plusieurs prises d'images fixes mises bout à bout.

lumières », créé à l'occasion de l'exposition « Golem ! Avatars d'une légende d'argile » en 2017. Durant ce nouvel atelier, les enfants ont pu découvrir la légende du Golem, créature d'argile créée par un rabbin à Prague au XVI^e siècle. Cette légende est contée aux enfants dans la salle ashkénaze du musée, au milieu des maquettes de synagogues en bois exposées dans la salle. [Ill. 13] Ainsi, alors que le conte se déroule en partie dans une synagogue, les enfants ont pu voir à quoi ce bâtiment ressemble grâce aux maquettes. De plus, les images défilantes sur les murs de la salle donnent à voir la vie dans les *shtetl*⁴⁷, les enfants ont ainsi pu se faire une idée de la vie dans ces villages et de l'atmosphère du conte.

De retour dans l'atelier, les enfants, divisés en deux groupes, ont réalisé un film autour du golem grâce à la technique d'animation *stop motion*. Pour cela, chaque groupe disposait d'une masse d'argile et d'une tablette numérique. Pour des raisons pratiques et afin de mieux les encadrer pour créer le film, le nombre d'enfants pouvant participer à cet atelier était réduit à huit. Les films réalisés ont ensuite été montrés aux parents à la fin de la séance puis envoyés sur leur boîte mail.

Cet atelier permet, à la fois à travers les nouvelles technologies et le travail de l'argile, de découvrir ludiquement un conte traditionnel ashkénaze ainsi que la communauté juive des *shtetl*.

J'ai également assisté à l'atelier « Il était une fois un tailleur », animé par Élisabeth Kurztag lors de ces mêmes vacances de Pâques. Au contraire de l'atelier précédent, celui-ci a été conçu au début des années 2000. Les enfants étaient, là encore, âgés de 4 à 7 ans. L'objectif de cet atelier est de faire découvrir aux enfants le métier de tailleur, qui a été largement pratiqué par les juifs, ainsi que les différents outils du tailleur et les textiles à travers l'histoire d'un tailleur polonais.

Lors de l'introduction se déroulant dans les salles d'atelier décorées comme un atelier de tailleur [Ill. 14], la médiatrice a montré et fait toucher aux enfants des outils de tailleur comme des épingles, des aiguilles, des ciseaux de tailleur et divers tissus. Ensuite, les yeux bandés, les enfants ont tenté de reconnaître les tissus qu'ils touchaient. Chacun d'eux a pris un tissu différent et, une fois dans les collections permanentes, a tenté de le retrouver parmi les objets exposés. Ce passage dans le musée permet à la fois de familiariser les enfants avec les couleurs et les textures des différents tissus, mais

47 *Shtetl* : « Avant 1945, communauté villageoise juive d'Europe centrale », site Larousse.

également de leur faire découvrir plusieurs costumes juifs traditionnels et donc la diversité du Judaïsme.

De retour dans l'atelier, les enfants, divisés en deux groupes, ont dû reconstituer sur deux mannequins une robe de mariée et un costume de marié tirés de deux œuvres du musée [Ill. 15]. Enfin, la partie créative a consisté en la décoration d'une étoffe grâce à des fragments de différents tissus à coller [Ill. 16].

Cet atelier permet de faire découvrir aux enfants, via l'histoire d'un tailleur et divers jeux, ce métier très pratiqué par les juifs autrefois ainsi que la variété des costumes traditionnels juifs selon les cultures et les époques.

J'ai également assisté à l'atelier « Quand Chagall était enfant », animé par Cécile Petitet pour des enfants âgés exceptionnellement de 4 à 12 ans. Devant une toile représentant des motifs récurrents des peintures de Marc Chagall [Ill. 17], la médiatrice a demandé aux enfants ce qu'ils y voyaient afin de les familiariser avec le style du peintre. Ensuite, grâce à un conte sonore, les enfants ont découvert l'enfance du petit Marc dans un *shtetl* ainsi que la musique *klezmer*⁴⁸ qu'il pouvait y entendre. L'écoute de cette musique a permis aux enfants de découvrir cette musique traditionnelle juive.

Ensuite, dans le musée, les enfants ont découvert les peintures de Marc Chagall. Ces œuvres sont des dépôts du Musée national d'art moderne - Centre Pompidou ; leur accrochage varie fréquemment en fonction des prêts. Lorsque j'ai assisté à l'atelier, la médiatrice leur a présenté *Le Père* et *Le Mort* [Ill. 18 et 19].

De retour dans l'atelier, les enfants ont, chacun sur leur feuille, apposé des tampons réalisés par les médiatrices à l'effigie de motifs chagalliens. [Ill. 20 et 21] Le but était qu'ils représentent la rue principale d'un *shtetl* peuplé de maisons, d'animaux et de personnages qu'ils ont ensuite pu colorier.

Cet atelier a pour objectif la découverte d'un artiste connu et de son art, tout en faisant le lien avec la culture ashkénaze dont il est issu et les traditions de cette dernière.

Enfin, un dernier atelier auquel j'ai assisté durant ces mêmes vacances est « Qui a peur des couleurs », atelier destiné aux 4-7 ans et animé par Élisabeth Kurztag. Cet atelier a été conçu par Justine Veillard, stagiaire au musée en 2015. Il est assez différent des ateliers cités précédemment puisqu'il traite directement de la différence et de la tolérance.

48 *Klezmer* : « Musique traditionnelle, vocale et instrumentale, des Juifs d'Europe centrale et orientale, dont le style a influencé certains courants du jazz », site Larousse.

En effet, à travers un conte mettant en scène des assiettes blanches peureuses rencontrant une assiette colorée, les enfants sont invités à s'interroger sur ce qu'est la différence – ici la couleur des assiettes – alors qu'au fond nous sommes tous égaux, à l'image des assiettes. [Ill. 22]

Ce conte a été lu au début de l'atelier par la médiatrice puis, en allant dans les salles du musée, les enfants ont suivi l'assiette colorée du conte qui parcourt le monde. Les enfants ont ainsi découvert plusieurs types d'assiettes conservées dans le musée, allant du plat de *Seder*⁴⁹ à l'assiette d'un potier tunisien. Ils prennent ainsi mesure de l'étendue et de la diversité de la culture juive.

Enfin, en revenant dans l'atelier, ils ont décoré une assiette blanche afin qu'elle devienne la plus colorée possible et qu'elle devienne un masque. [Ill. 23]

Qu'il s'agisse de la découverte d'un conte traditionnel, d'un métier longtemps pratiqué par les juifs, d'un peintre aux origines ashkénazes mondialement connu ou encore de la notion de différence, ces quatre ateliers illustrent la manière dont le mahJ entend lutter contre l'antisémitisme. En effet, comme la citation extraite du Projet Scientifique et Culturel du mahJ débutant cette partie l'exprimait déjà⁵⁰, les ateliers permettent de faire découvrir au jeune public et aux familles la culture juive dans sa diversité. C'est par cette découverte et cette compréhension qu'il est possible de prévenir les préjugés inhérents à la méconnaissance de l'autre.

3- Retour qualitatif des visiteurs sur les ateliers

L'étude effectuée par Héloïse Doiteau en mai 2016⁵¹ offre un éclairage intéressant sur le profil des visiteurs inscrivant des enfants aux ateliers, ainsi que leur satisfaction à l'égard de ces activités.

Il en ressort que les personnes inscrivant les enfants aux ateliers – parents ou grands-parents dans la plupart des cas – sont des habitués du mahJ. Il en est de même pour les enfants participants qui, pour la majorité, sont déjà venus au mahJ. En effet, treize personnes sur les quinze interrogées ont inscrit les enfants à plusieurs ateliers⁵². De

49 *Seder* : « Repas rituel marquant le début de la Pâque juive », site Larousse.

50 Cf. p. 20.

51 Doiteau, 2016.

52 Doiteau, 2016, p. 36.

manière plus globale, toutes les personnes interrogées ont une pratique culturelle assez élevée et ont pour habitude d'inscrire les enfants à des activités proposées par les musées⁵³.

« Je trouve que la qualité des ateliers est exceptionnelle. »⁵⁴

À l'image de cette mère interviewée, les visiteurs font part d'une « satisfaction générale particulièrement élevée »⁵⁵ à l'égard des ateliers, notamment en raison des thématiques abordées et de la « qualité des médiatrices »⁵⁶. Le lieu est également un atout dans cette évaluation positive, notamment, outre la beauté de l'hôtel Saint-Aignan, grâce aux salles dédiés aux spécifiquement aux ateliers⁵⁷.

Cependant, plusieurs regrets demeurent, notamment le manque de places disponibles aux ateliers et la faible fréquence de programmation de ceux-ci. Les personnes interrogées soulignent que les ateliers sont très vite remplis, notamment « Quand Chagall était enfant » qui demeure l'un des ateliers attirant le plus de public. De plus, un manque de communication sur la programmation des ateliers est déploré de manière spontanée par plusieurs personnes interrogées.

B) Événements et dispositifs de médiation

1- Visites et événements

Outre les ateliers, la programmation du mahJ inclut également plusieurs visites guidées et événements dédiés aux familles. Le programme du mahJ étant varié et changeant à chaque saison culturelle, il est difficile de le traiter de façon exhaustive. Néanmoins, la plupart des visites guidées s'appuient sur les fêtes religieuses ou sur les thématiques traitées dans les collections. Les événements, eux, reprennent soit les grandes fêtes du Judaïsme soit les événements culturels nationaux (Journées européennes du patrimoine, Nuit européenne des musées, Journées européennes de l'archéologie, etc.).

53 Doiteau, 2016, p. 37.

54 Doiteau, 2016, p. 93.

55 Doiteau, 2016, p. 53.

56 Doiteau, 2016, p. 54.

57 Idem.

J'ai donc choisi, comme pour les ateliers, de développer un exemple de visite guidée à laquelle j'ai assisté ainsi que l'un des grands événements annuels du musée. Ces deux exemples illustreront ainsi la manière dont le mahJ entend faire découvrir ses collections et la culture juive.

J'ai eu l'occasion de participer au parcours-enquête « Un mystérieux voyage en Orient » organisé conjointement entre le mahJ, l'Institut du monde arabe et le Collège des Bernardins. Durant toute la journée, les sept familles participantes ont eu l'occasion de découvrir ces trois lieux ainsi que les trois cultures auxquelles ils sont associés.

La journée a débuté au mahJ où les familles ont voyagé à Jérusalem à travers une histoire contée par Élisabeth Kurztag : celle d'un médecin devant trouver un remède contre une maladie de peau. [III. 24] Ce périple a été le fil conducteur de la journée à travers les trois sites. Ponctuant l'histoire, plusieurs jeux sensoriels ont été effectués au mahJ, permettant aux familles de découvrir les collections permanentes du musée, la culture juive et Jérusalem. Par exemple, la médiatrice a fait sentir, toucher et deviner des herbes aux visiteurs, notamment l'hysope, plante poussant à Jérusalem et utilisée en *zaatar*, mélange d'épices utilisé dans la cuisine levantine. Chaque famille a ensuite reçu un sachet de ce mélange d'épices. La culture juive a ici été abordée et présentée par une tradition culinaire. À la fin de la matinée au mahJ, le médecin n'a pas trouvé de remède : les familles sont donc parties pour l'IMA. Avant leur départ, elles ont reçu dans une enveloppe la lettre hébraïque *shin*, correspondant au « s » latin. [III. 25]

Une fois à l'IMA, les familles ont découvert plusieurs villes d'Orient durant un parcours-enquête dans les collections. Il s'agissait également de découvrir les collections du musée ainsi que la culture arabe. Cependant, cette fois, les familles étaient en autonomie dans le musée avec uniquement une feuille de route contenant des questions dont les réponses étaient à chercher dans les objets exposés. Pendant leur parcours, les familles ont été amenées à relever la lettre « s » en arabe. Elles ont également dû décrypter un mot écrit en arabe à l'aide d'une grille de concordance de lettres entre l'alphabet arabe et latin. Ce mot était *saboun*, soit « savon ». Cette dernière épreuve a été l'occasion pour les familles de se familiariser avec l'écriture arabe, notamment son sens de lecture.

Enfin, la dernière partie s'est déroulée au Collège des Bernardins. Après la présentation du lieu, la médiatrice a expliqué qui étaient les chrétiens et notamment les chrétiens d'Orient. [III. 26] Les familles ont ensuite réalisé le remède tant recherché par le médecin

de l'histoire : un savon. En effet, les participants ont été invités à graver des motifs ou des lettres sur le savon d'Alep qui leur était distribué.

À la sortie de l'IMA, j'ai demandé de manière informelle à cinq des sept familles pourquoi elles avaient choisi de faire ce parcours-enquête. Une motivation principale en est ressortie, ayant conduit quatre des cinq familles à participer à la visite : la découverte des trois religions. Cette motivation est intéressante puisqu'il n'a quasiment jamais été question de religion lors de cette journée, à l'exception du Collège des Bernardins et de quelques points au mahJ ; la religion musulmane n'a, quant à elle, jamais été évoquée. Les familles ont en effet surtout découvert les différentes cultures liées aux trois institutions. Cette motivation montre donc une confusion dans l'esprit des participants entre les religions et les cultures, reflétant probablement l'amalgame collectif entre la religion musulmane et la culture arabe, mais également vis-à-vis du judaïsme davantage perçu comme une religion qu'une culture.

La deuxième motivation des familles participantes – trois familles sur cinq – était la découverte de nouvelles cultures. Enfin, deux familles sur les cinq sont venues pour découvrir de nouveaux musées.

Cet exemple de visite pour les familles proposé par le mahJ en partenariat avec d'autres institutions culturelles montre bien la volonté de ce musée de faire découvrir la culture juive. Cette découverte se fait ici en lien avec les autres cultures, montrant comment elles s'articulent entre elles et l'histoire qu'elles partagent. Cet apprentissage s'est fait de manière ludique, grâce à un conte et à une enquête, amenant les familles à réellement participer.

Le mahJ organise également des événements à destination de tous les publics qui sont l'occasion pour les familles de découvrir ce musée ainsi que la culture juive.

Par exemple, le 24 mars 2019 a eu lieu comme tous les ans le Bal de *Pourim*. La fête de *Pourim*, ou fête des Sorts, est une fête juive commémorant un événement biblique relaté dans le Livre d'Esther. Les juifs se retrouvent pour célébrer la victoire de Mardochée et de sa nièce, la reine Esther, sur le vizir Hamman. Ce dernier avait promulgué par décret l'extermination de tous les juifs de l'Empire perse-achéménide du roi Assuérus. La date avait fixée par tirage au sort – d'où le nom de la fête – le 13 *adar*⁵⁸. Les juifs commémorent cet événement le 14 *adar* de chaque année avec un repas où la joie est de mise. Le nom

⁵⁸ *Adar* est le douzième mois du calendrier hébraïque. Il correspond au mois de mars.

d'Hamman est également « effacé » grâce à l'usage de crécelles. Aujourd'hui, la fête de Pourim prend des allures de carnaval ; c'est ce que propose annuellement le mahJ dans sa cour. En plus d'activités telles qu'un atelier cuisine « Délices de Pourim » pour les familles et une visite guidée pour les adultes « Pourim, un carnaval juif ? », le musée propose un bal dans la cour accompagné par un orchestre. Les visiteurs sont alors invités à se déguiser, à se maquiller puis à danser tout l'après-midi. [III. 27 et 28]

Ce type d'événement festif proposé par le mahJ permet aux visiteurs de découvrir le musée et la culture juive d'une autre manière. Certains viennent ainsi en connaissance de cause, tandis que d'autres sont attirés dans la cour du musée par la musique. Il est probable que certains viennent pour célébrer Pourim, tandis que d'autres viennent s'amuser et passer un moment convivial sans se douter que l'origine de la fête est religieuse. Dans tous les cas, ce type d'événement permet à différents publics de se rencontrer et de se mélanger le temps d'un moment.

Durant mon stage, j'ai travaillé sur plusieurs événements du mahJ, dont l'atelier de fouille pour les Journées nationales de l'Archéologie présenté précédemment. J'ai également créé des jeux de piste pour les enfants à l'occasion de la Nuit européenne des Musées se déroulant le 18 mai. Je suis partie de la volonté de proposer aux familles, aussi bien à celles habituées au musée qu'à celles n'étant jamais venues, des livrets faciles d'accès et ludiques afin qu'elles découvrent les collections d'une autre manière. Ainsi, me calquant sur les tranches d'âges des ateliers, j'ai créé un livret pour les 4-7 ans et un autre pour les 8-12 ans.

Le premier, destiné aux enfants non-lecteurs ou primo-lecteurs, portait sur la thématique des couleurs dans les collections. Je l'ai intitulé « Les couleurs de Marc Chagall ». J'ai choisi pour celui-ci un nombre réduit d'objets – cinq – qui me paraissaient importants pour résumer les collections et intéresser les enfants. Pour motiver les enfants à la visite et les rendre acteurs, je leur ai confié la mission de retrouver les couleurs de la palette de Marc Chagall qui s'étaient éparpillées dans les collections. J'expliquais en quelques lignes chaque objet du livret puis je demandais aux enfants de trouver une couleur sur celui-ci. À la fin du livret, les enfants devaient colorier la palette de Chagall avec les couleurs retrouvées. Ils pouvaient ensuite, à l'aide des tampons chagalliens créés pour l'atelier « Quand Chagall était enfant », décorer les dernières pages de leur livret. Grâce à cette trame, j'ai voulu impliquer les enfants de manière ludique dans leur visite et leur faire découvrir quelques objets des collections ainsi que la culture juive. [III. 29]

Le deuxième livret, adapté aux enfants lecteurs, portait sur les différentes émotions. Je l'ai ainsi intitulé « Voyage à la découverte des émotions ». Prenant la forme d'un carnet de voyage en sept étapes ponctué de photographies, les enfants devaient reconstituer une phrase mystère leur donnant l'emplacement de leur récompense. Pour reconstituer la phrase, ils devaient retrouver à chaque étape une ou deux lettres grâce aux indices qui leur étaient donnés sur les objets. Là aussi, j'ai essayé de répartir les étapes sur l'ensemble du parcours et de choisir des objets représentatifs des collections. J'ai ainsi voulu motiver les enfants par le goût de l'énigme et par la promesse d'une récompense finale. Comme le livret précédent, ce livret a été pensé pour faire découvrir les collections du mahJ et la culture juive de manière ludique et simple. [Ill. 30]

Durant la Nuit européenne des musées, une trentaine de livrets ont été distribués, ce qui a constitué une bonne surprise pour l'équipe par rapport à l'édition précédente où les familles n'avaient pas été très présentes.

2 - Les différents outils de médiation

Le mahJ propose plusieurs outils permettant d'accompagner les familles dans leur visite. J'ai distingué trois outils principaux : la « mallette des familles », le livret-jeu « Où sont passés les galons du capitaine ? » et le livret-famille « Découvrir le mahJ ». Ces outils sont tous signalés sur le site internet du musée, où ils sont plus ou moins détaillés.

La mallette est disponible gratuitement à la billetterie du musée et est adaptée aux enfants de plus de trois ans. Ces informations sont indiquées sur le site internet du mahJ et sont accompagnées d'une courte description de l'objet et de son principe : découvrir les collections de manière ludique grâce à des « jeux de piste, parcours de visite autonome, des objets, des outils pédagogiques »⁵⁹. La photographie illustrant la présentation n'est cependant peut-être pas assez évocatrice de ce qu'est la mallette : une sacoche en tissu comprenant huit poches numérotées. Dans chacune de ces poches se trouvent les outils allant accompagner la visite de la famille ; chaque numéro correspondant à un objet des collections ou à une thématique de salle. La visite est guidée grâce à un livret contenant des informations sur les objets, des explications quant à l'utilisation de la mallette et des jeux relatifs à chaque étape. [Ill. 31]

59 Site du mahJ, rubrique « Accès par public ».

Par exemple, la sixième pochette de la mallette contient des éléments permettant de monter une petite cabane en kit. Cette maquette n'est autre qu'un modèle réduit de la cabane ou *soukkah* exposée dans les collections. Cette cabane est l'une de celles construites durant la fête de *Soukkot* commémorant la traversée du désert par les Hébreux pendant quarante ans. Pour cet objet du musée, la mallette et le livret permettent de fournir des explications sur la cabane et sur la fête de *Soukkot* ainsi que d'éveiller l'intérêt et l'observation de l'enfant pour cet objet grâce au puzzle. [Ill. 32 et 33]

Pour les familles, cet outil est un excellent moyen de visiter le mahJ. En effet, il permet une visite conviviale et ludique pour tous, tout en découvrant le musée, les collections et le judaïsme. Elle permet notamment aux enfants d'être acteurs de leur visite et d'apprendre plus facilement. Lorsqu'elle est connue du public, la mallette est très appréciée. Cependant, cet outil n'est pas d'emblée proposé aux familles arrivant au mahJ ; elles doivent la réclamer à l'accueil. Ainsi, peu de familles connaissent l'existence de la mallette si elles n'ont pas visité le site internet du musée en amont ou qu'elles n'ont pas retenu cette information.

Le mahJ met également à disposition des familles deux livrets de visite pour les familles, tous deux gratuits et disponibles en téléchargement sur le site internet ou à la billetterie du musée.

L'un, intitulé « Découvrir le mahJ » porte sur l'ensemble du parcours permanent. Il a été conçu en lien avec Hana Gottesdiener, professeure émérite en psychologie et chercheuse, en tenant compte de l'étude qu'elle a mené en 2007 sur le mahJ⁶⁰ ; je reviendrai sur cette étude par la suite. Ce livret est adapté à tous les âges et privilégie l'observation et la discussion familiale. En effet, à travers huit étapes correspondant aux huit salles principales du parcours, les familles sont invitées à découvrir les collections et les objets phares. À chaque double-page et pour chaque thème, un jeu est proposé ainsi que deux encarts « Ouvrez l'oeil » invitant à l'observation des objets et des salles. Une courte présentation de l'œuvre phare de la salle est également présente. Enfin, l'encart « Petite discussion familiale » clôt chaque double-page, proposant aux familles de partager des anecdotes et des souvenirs. [Ill. 34 et 35]

Comme beaucoup d'autres livrets proposés par les musées, cet outil permet une découverte en autonomie du musée et du Judaïsme, sans avoir besoin au préalable d'une connaissance dans ce domaine. Ce livret sert ainsi de guide aux familles à travers les

60 Gottesdiener, 2018.

collections, proposant une découverte condensée du Judaïsme et des principaux objets du musée. Ce livret se démarque néanmoins de ceux proposés par les autres institutions puisque, s'il est dédié principalement aux enfants, il s'adresse tout de même à toute la famille et propose des activités participatives pour tous. Cependant, le livret est peu utilisé par les familles qui ignorent pour la plupart son existence. En effet, dans l'enquête d'Héloïse Doiteau, aucune des quinze familles interrogées, pourtant habituées du mahJ pour la plupart, ne connaît ce livret⁶¹. En revanche, lorsqu'elles sont informées de son existence, elles montrent un réel intérêt pour ce livret.

L'autre livret disponible porte sur l'Affaire Dreyfus. Il est destiné aux enfants de plus de sept ans. Ce livret permet, au fil du parcours permanent, de découvrir les collections et cette affaire qui a divisé la France en deux à la fin du XIX^e siècle. Les familles sont invitées à suivre un parcours-enquête en neuf étapes, retraçant la vie du capitaine Dreyfus en parallèle de la découverte du musée grâce à des jeux et à des informations. [Ill. 36 et 37] Cet outil, comme le précédent, est un excellent moyen de découvrir le musée, les objets phares de ses collections et le Judaïsme. Il permet de plus d'initier les enfants à l'Affaire Dreyfus et à la notion d'accusation à tort, bien que le terme d'antisémitisme ne soit jamais évoqué. Comme le livret précédent, on peut supposer que cet outil est peu connu par les familles visitant le mahJ, bien que je n'ai pas trouvé de données chiffrées pour l'attester.

Il ne faut pas oublier les livrets enfants créés pour les expositions temporaires. J'ai choisi de ne pas les étudier en détail ici puisqu'ils sont très différents les uns des autres selon l'exposition à laquelle ils se rapportent, tant dans le format que dans le contenu. De plus, il arrive que certaines expositions ne présentent pas de livret de visite pour les enfants, comme cela était le cas pour « Freud. Du regard à l'écoute » ou encore pour « Helena Rubinstein. L'aventure de la beauté ». Ces livrets ne sont donc pas un outil proposé en permanence au mahJ, c'est pourquoi j'ai choisi de me concentrer sur ceux se rapportant aux collections permanentes.

Durant mon stage, j'ai eu l'occasion de réfléchir conjointement avec Cécile Petitet à la trame d'un livret enfant portant sur l'exposition « Jules Adler. Peintre du peuple » qui va se tenir au mahJ à partir du mois d'octobre 2019. Cependant, le parcours et les œuvres exposées dans l'exposition n'ayant pas encore été fixés lorsque mon stage s'est achevé, je n'ai pas pu mener ce projet à bien.

61 Doiteau, 2016, p. 63.

C) Constat sur le public

La programmation du mahJ à destination des familles, qu'il s'agisse des ateliers, des visites ou des événements ainsi que des outils de visite, pourrait donc être efficace pour lutter contre l'antisémitisme. En effet, comme exposé précédemment, elle contribue à la découverte de la culture juive et à la compréhension de ses traditions, de son histoire et de ses arts. De plus, les retours des visiteurs sur les activités et les outils de visite sont positifs. Ils saluent aussi bien le caractère inhabituel mais néanmoins attractif de la mallette ou des ateliers de cuisine pour les familles que la présence appréciée de livrets et d'ateliers pour les enfants.

J'ai cependant observé un problème majeur, contrecarrant cette possible découverte et ouverture du public sur le Judaïsme. En effet, la majorité du public de ce musée est en fait juive, qu'il s'agisse d'un Judaïsme pratiquant ou non. Ainsi, comment le musée peut-il espérer lutter contre l'antisémitisme auprès du plus grand nombre alors que son public est majoritairement juif ?

Je n'ai trouvé aucun travail ayant calculé le pourcentage de public juif dans ce musée, je n'ai donc pas de données quantitatives à fournir sur ce sujet. Cependant, dans le cadre de son enquête qualitative, Héroïse Doiteau⁶² avait interrogé quinze personnes au hasard ayant inscrit des enfants aux ateliers du mahJ. Il en est ressorti que quatorze d'entre elles étaient de culture ou de confession juive. Certes, l'échantillon étant minime, il ne permet pas de généraliser sur le public entier du musée. Cependant, les personnes ayant été choisies au hasard, la forte proportion de juifs dans l'échantillon permet tout de même de poser l'hypothèse que le public du mahJ est majoritairement juif.

Cette hypothèse est étayée par l'observation sur le terrain que j'ai pu faire, de manière informelle, au cours des ateliers que j'ai suivi. Lors de ces séances consacrées au jeune public en individuel, j'ai remarqué que la plupart des enfants présents avait des connaissances plus ou moins approfondies sur la culture juive, qu'il s'agisse de la signification des fêtes religieuses ou encore de l'alphabet hébreu. Il faut ajouter à cette observation ceux qui m'ont ouvertement confiés être juifs, qu'ils le soient par la religion (lorsqu'ils m'ont parlé de leur *bar-mitsvah*⁶³, *bat-mitsvah*⁶⁴ ou encore du Shabbat) ou par leurs traditions familiales (notamment des grands-parents plus pratiquants).

62 Doiteau, 2016.

63 *Bar-mitsvah* : « cérémonie qui marque la majorité religieuse du jeune garçon », site Akadem.

64 *Bat-mitsvah* : pendant féminin de la *bar-mitsvah*.

Ce constat pose donc la question de la venue du public non-juif dans ce musée : pourquoi est-il si peu nombreux ? En effet, c'est en comprenant les mécanismes, physiques ou psychiques, empêchant les personnes non-juives de visiter ce musée que l'institution pourra trouver les moyens d'inciter ce non-public à venir et ainsi lutter plus efficacement contre l'antisémitisme.

Afin de cerner ces freins à la visite, j'ai effectué une enquête de terrain auprès de familles non-juives visitant d'autres musées de la capitale.

III – ENQUÊTE

A) Hypothèses sur la non-venue du public non-juif

Afin de construire la trame de mon enquête, j'ai imaginé plusieurs hypothèses expliquant la non-venue du public non-juif au mahJ.

Tout d'abord, il est possible que le public non-juif ne vienne pas car il ne connaît pas le musée. En effet, les familles juives de l'enquête d'Héloïse Doiteau⁶⁵ connaissent pour la plupart le musée par leur famille. Ainsi, lorsque la question de la manière dont elles connaissent le musée leur est posée, elles évoquent souvent leur identité juive comme pour se justifier. Je me suis donc intéressée dans mon enquête à cette connaissance du musée par les non-juifs et au type de personne connaissant l'existence de ce musée (habitants du quartier, parisiens, franciliens, habitués des musées, etc.). Mon hypothèse est que, bien que le musée soit méconnu, le public parisien à la pratique culturelle élevée connaît parfois son existence.

Lorsque le public non-juif connaît le mahJ, il est possible qu'il n'en aille pas de même pour les activités et les outils de visites à destination des familles. En effet, comme indiqué précédemment, la plupart des familles interrogées par Héloïse Doiteau regrettent le peu de communication sur les ateliers⁶⁶. De plus, la majorité de ces familles, pourtant familières du musée, ne connaît pas l'existence des outils de visite qui lui sont destinés,

65 Doiteau, 2016.

66 Doiteau, 2016, p. 59.

qu'il s'agisse des livrets ou de la mallette. Il est donc plausible que la majorité du public non-juif, qu'elle connaisse ou non le mahJ, ne sache pas qu'il existe des activités et des outils de visite pour les familles.

Un frein à la visite des familles non-juives peut également être lié à la thématique du musée. En effet, comme l'avait pointé l'étude sur les freins et les motivations à la visite du mahJ, « le frein le plus net [pour les non-juifs] renvoie à un musée perçu comme un musée religieux et destiné aux juifs »⁶⁷. Reprenant cette étude, le mahJ l'affirme lui-même dans son PSC de 2017 : « le lieu est perçu comme communautaire et confessionnel »⁶⁸. Ainsi, pour de nombreuses personnes non-juives, le mahJ ne serait pas considéré comme un musée qui leur est destiné. Il s'agirait dans leur esprit un musée communautaire, pour les juifs. Il faudrait ainsi des connaissances pour visiter ce musée, des acquis que les non-juifs ne possèderaient pas. Ils n'auraient donc pas les clés de compréhension nécessaires à la visite de ce musée qui, de toute façon, ne leur serait pas adressé.

Pour construire mon enquête, j'ai également essayé de séparer clairement les intentions de visite en famille et entre adultes. En effet, une autre hypothèse expliquant la non-venue des familles non-juives au mahJ est que le musée n'est pas considéré comme adapté aux enfants. Ainsi, des personnes non-juives peuvent avoir une intention de visite au mahJ - ou en être d'ailleurs habitué - mais la venue en famille est exclue par eux. La raison pourrait être la méconnaissance des outils de visite et des activités pour les familles, les parents ne se sentiraient pas en capacité d'expliquer le Judaïsme à leurs enfants et de commenter la visite des collections. Une autre raison pourrait être la peur d'un prosélytisme sur les enfants de la part des parents non-juifs. En effet, cette hypothèse recoupe celle d'une vision communautaire du mahJ. Les adultes iraient ainsi volontiers visiter ce musée mais seraient plus réticents à y emmener leurs enfants, jugeant le contenu inadapté au jeune public.

67 Gottesdiener, 2008, p. 3.

68 PSC du mahJ, 2017, p. 74. Site du mahJ.

B) Méthodologie

1- Définition du terrain d'enquête et des échantillons

Ces hypothèses m'ont ensuite permis d'établir la méthodologie de mon enquête. J'ai lu peu de littérature consacrée aux enquêtes et à leur méthodologie puisque j'ai eu la chance de construire cette enquête avec Marie-Pierre Delaporte, chargée d'études et du développement des publics du musée d'art et d'histoire du Judaïsme.

Concernant le public visé, j'ai choisi d'interroger des familles sortant d'autres musées parisiens afin d'être sûre que les participants à l'enquête aient une pratique culturelle existante. J'ai resserré mon terrain d'enquête en interrogeant les familles sortant soit d'autres musées du Marais (afin d'éliminer le facteur distance) soit d'autres musées de sociétés et civilisations (afin d'avoir des familles visitant le même type de musée que le mahJ). Ainsi, au début de mon enquête, j'avais choisi pour terrain les musées Picasso, de la Chasse et de la Nature, des Arts et Métiers, le Centre Georges Pompidou, l'Institut du monde arabe, le musée national de l'histoire de l'immigration, le musée du Quai Branly – Jacques Chirac et le musée national des arts asiatiques – Guimet.

Il s'est avéré, au fil de mon enquête, que certains de ces musées comptaient peu ou pas de familles. Par exemple, le musée du Quai Branly – Jacques Chirac est très représenté dans l'enquête (13 questionnaires remplis), le musée Picasso l'est assez peu (3 questionnaires remplis) et le musée des Arts et Métiers ne l'est pas du tout. Finalement, mon terrain d'étude s'est réduit aux musées Picasso, de la Chasse et de la Nature et au Centre Georges Pompidou pour les musées du Marais et au musée du Quai Branly – Jacques Chirac et à l'Institut du monde arabe pour les musées de société et de civilisation. J'ai tout de même essayé d'avoir le même nombre de participants à l'enquête dans les deux types de musées étudiés pour ne pas fausser les résultats. J'ai ôté moi-même de mon terrain le musée national de l'histoire de l'Immigration car, situé dans le Palais de la Porte Dorée avec l'aquarium tropical, il aurait été difficile de cibler les familles sortant uniquement du musée.

Mon enquête s'étant déroulée durant les vacances scolaires de Pâques, les *week-end* puis durant les vacances d'été, il était certain que les familles enquêtées n'allaient pas être uniquement parisiennes ; j'ai donc ouvert mon enquête à toutes les familles francophones, excluant les étrangers pour des raisons pratiques de meilleure compréhension.

J'ai choisi de diviser mon enquête en deux parties. La première est un questionnaire que j'ai distribué aux familles dès leur sortie du musée (et non à leur entrée pour éviter un potentiel refus lié à l'impatience de visiter le musée). La deuxième partie consiste en entretiens avec les familles ayant déjà répondu au questionnaire. Je souhaitais que les entretiens se déroulent *de visu* mais aucune famille n'a accepté, toutes préférant le téléphone pour des raisons pratiques.

Pour la partie quantitative, cette méthode d'enquête nécessitant de grands échantillons pour être fiable, j'ai donné des questionnaires à toutes les familles sortant des musées sélectionnés. Au total, j'ai réuni 39 questionnaires – les familles acceptant finalement assez peu de répondre à mon enquête à leur sortie du musée. Si l'échantillon n'est pas assez important pour donner des résultats fiables, il permet néanmoins de donner une idée du profil des familles visitant les musées. De plus, ce questionnaire consistait finalement plus en une manière de rencontrer les familles dans le but de les interviewer. En effet, les familles ayant répondu au questionnaire devaient ensuite accepter ou non d'être interviewées. Cette partie qualitative nécessitant un petit échantillon, je me suis fixée de récolter une vingtaine d'entretiens, 25 étant un échantillon plus que satisfaisant.

2 – Méthodologie du questionnaire

Dans mon questionnaire, conçu pour durer entre cinq et dix minutes, j'ai essayé de dresser un profil des familles visitant les musées étudiés. Je l'ai divisé en trois parties distinctes aux objectifs propres. [III. 38]

La première porte sur la visite du musée en question. Cette partie est destinée à connaître la structure de la famille enquêtée, c'est-à-dire le nombre d'enfants accompagnés et leurs âges (les tranches d'âges demandées correspondent à celles des ateliers du mahJ) et leurs liens avec les accompagnateurs (parents, grands-parents, etc.). Pour cette partie, mon hypothèse, conformément aux résultats de l'enquête d'Anne Jonchery, est que les familles sont majoritairement composées des enfants et uniquement d'un ou des parent(s)⁶⁹. L'âge des enfants étant compris entre sept et onze ans pour la plupart⁷⁰.

69 Jonchery, 2005, p. 219.

70 Jonchery, 2005, p. 244.

La deuxième partie du questionnaire porte sur la pratique culturelle de la famille. J'ai choisi pour cette partie de fournir aux enquêtés une liste d'une trentaine de musées parisiens. Pour chaque musée, les familles devaient dire si elles l'avaient visité, si elles souhaitaient y aller, au contraire si elles ne souhaitaient pas le visiter ou si elles ne le connaissaient pas. Cet exercice, certes un peu long pour un questionnaire, devait me permettre d'une part de voir si la famille avait visité beaucoup de musées parisiens, d'autre part de connaître ses intentions de visite et enfin si certains types de musées ne l'intéressaient pas. Dans cette partie, j'ai également souhaité connaître la fréquence annuelle de visite au musée de la famille, le(s) type(s) de musée(s) majoritairement fréquenté(s), les habitudes de visite au musée (le type de visite, les activités effectuées, etc.) ainsi que les moyens d'information de la programmation des musées.

Mon hypothèse pour cette partie, toujours conformément à l'enquête d'Anne Jonchery, est que les familles ont une pratique occasionnelle des musées (une ou deux visites par an)⁷¹ et que la majorité fréquente plutôt les musées de Beaux-Arts et de sciences et techniques⁷².

Enfin, la troisième partie est destinée à connaître le profil socio-professionnel des accompagnateurs (plus haut niveau de diplôme, catégorie socioprofessionnelle). Mon hypothèse est que la majorité des accompagnateurs – les parents – est très qualifiée avec au moins un bac +3⁷³ et fait partie soit des cadres et professions intellectuelles supérieures (CPIS) soit des professions intermédiaires (PI)⁷⁴.

3 – Méthodologie du guide d'entretien

J'ai conçu mon guide d'entretien afin que l'interview dure une trentaine de minutes. Avec cette partie de l'enquête, conçue suivant la méthode qualitative, je souhaitais connaître les freins potentiels à la visite des familles non-juives au mahJ, ainsi que leurs éventuelles motivations et idées préconçues sur ce musée. J'ai divisé mes entretiens en deux parties distinctes. [III. 39]

71 Jonchery, 2005, p. 357-358.

72 Jonchery, 2005, p. 368.

73 Jonchery, 2005, p. 266.

74 Jonchery, 2005, p. 276.

La première reprend la partie du questionnaire sur la pratique culturelle de la famille. Elle est destinée à approfondir les réponses déjà données et revient sur la visite ayant précédé l'enquête. L'objectif de cette partie est double : définir la pratique culturelle de la famille (ses motivations, ses attentes, ses habitudes de visite) et savoir ce qui l'a motivée à visiter le musée précédant l'enquête ainsi que ce qu'elle y a fait. Cette partie est importante car elle permet de savoir ce que la famille recherche dans un musée et ce qu'elle apprécie, autant de clés permettant ensuite de savoir si la visite du mahJ pourrait l'intéresser.

Les hypothèses liées à cette partie sont que les familles vont au musée pour habituer leurs enfants aux musées et leur donner des bases culturelles (motivation éducative⁷⁵), mais également pour passer un moment de partage en famille (motivation sociale⁷⁶). De plus, la plupart des familles visite le musée en autonomie, sans outils de visite ni participation à une activité.

La deuxième partie de l'entretien est consacrée à la pratique déclarée du mahJ, c'est-à-dire si l'enquêté y est déjà allé ou non et ce qu'il y a fait. Afin d'introduire ce musée dans l'entretien sans avoir de refus qui pourrait être lié à sa thématique juive, j'ai décidé de dire aux familles que les entretiens portaient au hasard sur des musées soit du Marais soit de sociétés selon l'endroit où je les ai rencontrées. Cette partie de l'entretien a plusieurs objectifs. Tout d'abord, savoir si l'enquêté connaît le mahJ, depuis quand et comment. Ensuite, s'il le connaît, comprendre pourquoi l'enquêté n'a pas développé le lien avec ce musée s'il n'y est pas allé ou n'y est pas revenu. Si l'enquêté est déjà venu au mahJ, savoir à quelle occasion, avec qui et ce qu'il y a fait. Enfin, savoir si l'enquêté est déjà venu au mahJ en famille.

Les hypothèses relatives à cette partie sont que la majorité des familles, surtout celle n'habitant pas à Paris, ne connaît pas le mahJ. Lorsque l'enquêté connaît le mahJ (famille avec une importante pratique culturelle résidant à Paris), il ne le connaît que de nom et n'y est jamais venu en famille. Comme vu précédemment dans la partie dédiée à la programmation du mahJ, les familles venant au mahJ sont des habituées car la programmation leur plaît.

75 Jonchery, 2005, p. 505.

76 Idem.

La troisième partie de l'entretien concerne l'intention de visite au mahJ. Plusieurs cas de figure ont été envisagés selon si l'enquêté est déjà venu au mahJ ou non. Les objectifs de cette partie sont de connaître les stéréotypes et représentations mentales des enquêtés sur le mahJ, c'est pourquoi s'ils ne sont jamais venus je leur demande ce qu'ils pensent trouver dans ce musée. Cette connaissance me permettra ensuite de trouver les freins à la visite que peuvent rencontrer les familles. Un autre objectif est également de savoir, si l'enquêté est déjà venu au mahJ, s'il a l'intention d'y revenir en famille et pourquoi. Enfin, si l'enquêté est déjà venu en famille au mahJ, savoir comment s'est passée sa visite et s'il pense revenir en famille.

Les hypothèses liées à cette partie sont que si l'enquêté est venu en famille, il a l'intention de revenir car la programmation lui plaît. S'il a visité le mahJ seul ou entre adultes, il ne pense pas que ce musée soit adapté aux enfants car il ne connaît pas la programmation. La majorité des enquêtés n'est pas venue au mahJ et ne pense pas y venir à cause de ses représentations mentales du musée, citées précédemment dans la partie consacrée aux hypothèses sur la non-venue du public non-juif. Il est de plus possible que le musée ne soit pas une priorité à visiter pour les familles ne résidant pas à Paris.

Enfin, la quatrième et dernière partie de l'entretien concerne la programmation famille du mahJ et les outils de visite. Avec cette partie, je veux savoir si les personnes déjà venues au musée connaissent cette offre pour les familles. Un autre objectif est de savoir si, une fois la programmation et les outils connus, l'enquêté souhaite y (re)venir avec sa famille.

Les hypothèses liées à cette partie sont que les familles déjà venues connaissent la programmation et l'apprécient ; elles ne connaissent pas en revanche les outils de visite. Les familles qui ne sont pas venues ne connaissent ni la programmation, ni les outils mais une fois informés sont très réceptifs à cette proposition. Les familles qui ne sont venues qu'une seule fois ne sont pas revenues car, ne connaissant ni la programmation ni les outils, elles ont jugé le musée inadapté aux enfants. Enfin, la connaissance de la programmation et des outils incite les personnes interviewées à venir au mahJ, ou du moins changent leur opinion sur le musée lorsqu'elle était négative.

C) Résultats et analyse de l'enquête

Voici le décompte de questionnaires remplis et d'entretiens par musées de mon terrain :

- Musée de la Chasse et de la Nature : 3 questionnaires remplis, dont 3 entretiens
- Musée Picasso : 2 questionnaires remplis, dont 1 entretien
- Centre Georges Pompidou : 14 questionnaires remplis, dont 5 entretiens
- Musée du Quai Branly – Jacques Chirac : 13 questionnaires remplis, dont 8 entretiens
- Institut du monde arabe : 7 questionnaires remplis, dont 3 entretiens

Au total, les résultats de mon enquête sont basés sur 39 questionnaires remplis (dont 19 pour les musées du Marais et 20 pour les musées de sociétés et civilisations) et sur 20 entretiens (9 pour les musées du Marais et 11 pour les musées de sociétés et civilisations).

1 – Résultats et analyse des questionnaires

Les résultats des 39 questionnaires m'ont permis de dresser un profil type des familles enquêtées. J'ai choisi comme référence et comme point de comparaison le profil des familles établi par Anne Jonchery dans son enquête portant sur 350 familles. En effet, le public étudié était le même que le mien : « des groupes avec au moins un adulte et un enfant âgé de 3 à 12 ans, l'existence d'un lien de parenté entre eux et leur francophonie »⁷⁷.

Ma première hypothèse était que, comme celles étudiées par Anne Jonchery, les familles de mon enquête sont composées majoritairement d'un ou plusieurs enfant(s) accompagné(s) uniquement de son/leurs parent(s) (type de famille A pour Anne Jonchery)⁷⁸. Cette hypothèse est validée puisque 76,9 % des familles enquêtées sont composées d'enfant(s) et parent(s) [Ill. 40] ; le pourcentage est d'ailleurs très proche de celui de l'enquête d'Anne Jonchery pour laquelle les familles de type A représentaient les 3/4 de l'échantillon. Viennent ensuite les groupes composés d'enfant(s), de parent(s) et d'un ou plusieurs membre(s) de la famille puis les groupes composés uniquement d'enfant(s) et de membre(s) de la famille.

⁷⁷ Jonchery, 2005, p. 207.

⁷⁸ Jonchery, 2005, p. 219.

Les enfants ont pour la plupart (43,1%) entre 8 et 12 ans. [III. 41] Les tranches d'âges étudiées ne sont pas les mêmes que celles d'Anne Jonchery⁷⁹ puisque, comme expliqué précédemment, j'ai préféré reprendre les distinctions d'âges des ateliers du mahJ. Cependant, dans l'enquête d'Anne Jonchery, la tranche d'âge la plus représentée est celle des 7-11 ans ; elle ne diffère que d'un an de la tranche d'âge la plus représentée dans mon enquête.

Concernant la pratique culturelle des familles interrogées, j'avais posé l'hypothèse d'une pratique occasionnelle des musées (1 à 2 fois par an), toujours en lien avec la thèse d'Anne Jonchery⁸⁰. Il s'avère que les familles de mon enquête ont une pratique muséale plus forte, puisque plus de la moitié (53,8%) va au musée 2 à 4 fois par an tandis qu'un quart (25,6%) y va 5 à 7 fois par an. [III. 42]

Au niveau des préférences de visites, les familles interrogées visitent en priorité des musées de Beaux-Arts (26 des familles interrogées disent en visiter) et de sciences et techniques (24 des familles interrogées disent en visiter). [III. 43] Ces résultats sont en adéquation avec ceux d'Anne Jonchery⁸¹. Les familles de mon enquête visitent aussi bien les expositions temporaires des musées que les collections permanentes (41,6%), mais peu participent à des événements organisés par les musées (concerts, spectacles, journées dédiées). [III. 44] La plupart des familles dit visiter le musée en autonomie (55,4%), tandis que seulement 28,6 % disent utiliser des supports de visite (audioguides, livrets pour les enfants, etc.) et 16,1 % disent participer à des activités programmées (ateliers, visites guidées, etc.). [III. 45]

Enfin, la quasi-totalité des familles interrogées (37 sur les 39) s'informe de la programmation des musées via le site de l'établissement ; elles vont donc rechercher volontairement l'information avant la visite. L'autre moyen d'information le plus utilisé est le bouche-à-oreille (20 des familles enquêtées disent recevoir des informations sur la programmation grâce à ce moyen), suivi par la presse et les médias (18 familles). [III. 46] De plus, 61,5 % des familles disent ne pas se renseigner sur la programmation spécifiquement dédiée aux familles en amont de leur visite au musée. [III. 47]

79 Jonchery, 2005, p. 244.

80 Jonchery, 2005, p. 357-358.

81 Jonchery, 2005, p. 368.

Conformément à mon hypothèse basée sur les résultats d'Anne Jonchery⁸², la majorité des accompagnateurs des familles interrogées est titulaire d'au moins un bac +3 (76,3 %). Les familles de mon échantillon sont donc très qualifiées, avec notamment la moitié des accompagnateurs titulaire d'au moins un bac +5. [Ill. 48] Leur niveau socioprofessionnel est également très élevé puisque 69,2 % des familles interrogées ont au moins un des accompagnateurs faisant partie des CPIS⁸³. En revanche, aucun ouvrier n'a participé à l'enquête. [Ill. 49]

2 – Résultats et analyse des entretiens

En filtrant les résultats des questionnaires uniquement pour les familles ayant accepté l'entretien, j'ai également pu établir un profil des visiteurs interviewés. J'ai ensuite comparé ce profil des visiteurs interviewés avec celui des visiteurs ayant simplement répondu au questionnaire. Pour éviter les répétitions, il sera sous-entendu que la comparaison est effectuée avec les personnes ayant répondu au questionnaire.

Tout d'abord, on constate clairement qu'à part une seule, les personnes interviewées ont toutes un niveau de diplôme égal ou supérieur à bac +2. De plus, le pourcentage de personnes ayant un bac +8 est ici de 20 %, contre 15,8 % parmi les familles ayant répondu au questionnaire. [Ill. 50 et 48] En plus de cette surqualification, le pourcentage de CPIS, reste prédominant. [Ill. 51 et 49] Les personnes ayant accepté l'entretien sont donc légèrement plus qualifiées et ont un niveau socioprofessionnel aussi élevé.

La tranche d'âge majoritaire des enfants (8-12 ans) ne change pas et est même davantage représentée (50 %). [Ill. 52 et 41] De même, les groupes familiaux sont toujours majoritairement composés des enfants et de leur(s) parent(s). [Ill. 53 et 40]

Au niveau de la pratique culturelle, les familles interviewées vont, comme les familles des questionnaires, pour la majorité entre 2 et 4 fois par an au musée (50 %). Cependant, on observe un pourcentage plus élevé de familles allant au musée plus de 8 fois par an (10 % contre 5,1 %). [Ill. 54 et 42] Le type de musée le plus fréquenté par les familles interviewées est également les musées de Beaux-Arts (13 familles sur les 20 interviewées disent en fréquenter), suivi cependant, non plus uniquement par les musées de sciences, mais également par ceux de sociétés et ceux d'art moderne (10 familles pour chaque

82 Jonchery, 2005, p. 266.

83 CPIS : Cadres et professions intellectuelles supérieures.

type). [Ill. 55 et 43] La visite en autonomie est toujours privilégiée (51,6 %) [Ill. 56 et 45] et les familles visitent aussi bien les expositions temporaires que les collections permanentes. [Ill 57 et 44] Enfin, les accompagnateurs recherchent davantage et en majorité (55 %) la programmation des musées à destination des familles. [Ill. 58 et 47] Le site internet des musées, le bouche-à-oreille et la presse et les médias sont toujours les moyens d'information privilégiés par les familles pour s'informer de la programmation des musées. [Ill. 59 et 46]

Les groupes familiaux sont donc les mêmes pour les questionnaires et les entretiens, avec des préférences muséales semblables. Cependant, les accompagnateurs sont plus légèrement plus diplômés et ont une catégorie socioprofessionnelle globalement plus élevée (professions intermédiaires ou CPIS). Cela justifie la pratique muséale plus fréquente des familles interviewées puisque « La fréquence annuelle de visites des groupes familiaux est globalement corrélée au niveau du diplôme du parent et à sa CSP »⁸⁴.

Afin de recontacter les familles en vue de l'entretien, j'ai récolté un certain nombre d'informations me permettant d'approfondir le profil des visiteurs interviewés. Je me suis appuyée sur l'étude d'Anne Jonchery afin de comparer la tranche d'âge prédominante dans mon enquête et dans la sienne. Cette dernière mettait en évidence une prédominance des 35-44 ans parmi les parents accompagnateurs. Le même résultat m'est apparu, avec 50% de 35-44 ans parmi les accompagnateurs interviewés. [Ill. 60] Cependant, il faut préciser que, à la différence d'Anne Jonchery, mon enquête n'inclut pas exclusivement des parents, mais également des grands-parents par exemple. Enfin concernant la provenance, une majorité de familles vient de région (60 %), contre seulement 20 % de parisiens. [Ill. 61] Ce phénomène peut être expliqué par le fait que j'ai effectué la plupart de mon enquête durant des vacances scolaires, moment plus propice à la visite de Paris pour les familles n'habitant pas la capitale.

⁸⁵Comme exposé précédemment, la première partie de mon entretien visait à caractériser la pratique muséale des familles, c'est-à-dire leurs motivations, leurs habitudes et leurs attentes. Concernant leurs motivations à la visite, j'avais posé l'hypothèse que les familles allaient majoritairement au musée pour habituer leurs enfants

84 Jonchery, 2005, p. 364.

85 Pour la suite de la partie analysant les réponses des entretiens, se référer aux retranscriptions des entretiens dans le volume d'annexes.

à fréquenter ce type d'institution et pour leur donner des bases culturelles. Cette hypothèse rejoignait ainsi la motivation éducative définie par Anne Jonchery⁸⁶. Sur les 20 familles interviewées, 16 ont cité parmi leurs motivations à la visite cette volonté d'éducation des enfants, qu'il s'agisse de la découverte d'autres cultures, de l'acquisition d'une culture artistique ou encore de l'éducation aux musées. Elles m'ont notamment dit d'elles-mêmes vouloir donner une ouverture d'esprit à leurs enfants en les emmenant au musée.

« Ça fait une ouverture sur le monde quoi finalement, et sur l'autre. Et c'est ça qui est important à mon sens, pour moi. Une ouverture d'esprit sur les façons de faire, se rendre compte que sur les continents on a des manières de faire et de penser différentes. Toucher ça du bout des doigts quoi pour que ça crée une... l'empathie et un peu de recul quand on voit des personnes qui ont d'autres cultures et qui réagissent pas comme nous. »⁸⁷

Une autre hypothèse concernant cette partie était que, comme dans l'étude d'Anne Jonchery, la motivation sociale, de partage, était aussi importante que celle d'éducation⁸⁸. Cette seconde motivation n'est cependant présente que chez 6 familles de mon échantillon, loin derrière celle de découverte et d'éducation.

Concernant leurs habitudes de visite, mon hypothèse était que les familles visitaient majoritairement le musée en autonomie. En réalité, seulement 6 familles m'ont dit ne jamais utiliser d'outils de visite et ne participer à aucune activité proposée par les musées. En revanche, 7 familles sur les 20 interrogées m'ont dit utiliser fréquemment des outils de visite, notamment des livrets pour les enfants. Le caractère ludique des livrets-jeux est souvent apprécié afin de capter l'attention des enfants durant la visite et leur faire apprendre des choses par le biais de l'amusement. Pour la majorité des accompagnateurs, ces livrets permettent une meilleure observation et compréhension des objets par les enfants ; ils éveillent ainsi leur curiosité.

La moitié des familles interrogées m'a dit pratiquer régulièrement des ateliers ou y avoir déjà inscrit les enfants. Les ateliers sont souvent appréciés pour leur caractère créatif et manuel. Pour la plupart des accompagnateurs inscrivant les enfants à des ateliers, ce moment de création « permet [aux enfants] de mieux apprendre, de mieux retenir pendant qu'ils font quelque chose »⁸⁹. Cependant, seulement 3 familles m'ont dit pratiquer fréquemment des visites guidées.

86 Jonchery, 2005, p. 505.

87 Entretien n°18, volume d'annexes p.190.

88 Jonchery, 2005, p. 505.

89 Entretien n°13, volume d'annexes p. 155.

Enfin, lorsque des attentes à la visite ont été mentionnées, elles l'ont principalement été vis-à-vis de la médiation écrite. En effet, les familles regrettent souvent le manque d'informations sur les objets exposés dans les salles et aimeraient davantage d'anecdotes et d'histoires sur les œuvres.

« Parfois, il y a des musées où les œuvres ne sont pas expliquées, il n'y a aucune explication. [...] J'aime bien par exemple qu'il y ait des petites anecdotes, un peu un historique des œuvres, pourquoi c'est là, pourquoi c'est intéressant. En plus après moi ça me permet de les lire à mes enfants [...] moi ça m'intéresse et eux aussi les petites histoires sur les œuvres ça peut les intéresser. En tout cas plus que s'il n'y a aucune information quoi. Je trouve qu'il y a beaucoup de musées où ça manque un peu, on se balade juste sans comprendre... »⁹⁰

La seconde partie de mon entretien portait sur la connaissance du mahJ. Ma principale hypothèse était que la majorité des familles ne connaissait pas ce musée. En réalité, seulement 6 familles (n'habitant pas à Paris) sur les 20 n'avaient jamais entendu parler du mahJ. En revanche, 9 familles, dont 2 parisiennes, connaissaient déjà son nom par des biais variés : campagne d'affiches, travail, famille, amis, guide touristique, journaux, etc. Le musée est donc tout de même assez visible puisque 7 familles se rendant à Paris pour les vacances connaissaient le mahJ de nom. Enfin, 5 des personnes interviewées étaient déjà venues au mahJ, 4 résidant ou ayant résidé à Paris, tandis que la cinquième vivait en Île-de-France⁹¹. Deux de ces personnes m'ont dit visiter régulièrement le mahJ, notamment à l'occasion de ses expositions temporaires⁹². Une seule personne a visité le mahJ en famille, à l'occasion de l'exposition « Golem ! Avatars d'une légende d'argile » et d'un Bal de Pourim⁹³.

Ainsi, aucune famille visitant la capitale pour les vacances ne s'est rendue au mahJ. La raison principalement invoquée – par 7 familles – est que la visite de ce musée n'est pas une priorité lors de leur séjour à Paris. « Voilà, on a voulu faire les musées les plus connus, les plus grands musées quoi... »⁹⁴. Cette remarque nous amène à la troisième partie de l'entretien consacrée à l'intention de visite au mahJ.

90 Entretien n°17, volume d'annexes p. 185.

91 Famille 31, entretien n°10.

92 Familles 16 et 31, entretiens n°6 et n°10.

93 Famille 16, entretien n°6.

94 Entretien n°3, volume d'annexes p. 73.

Pour cette troisième partie, j'avais formulé plusieurs hypothèses selon la connaissance et la pratique déclarée du mahJ par la personne interviewée.

Ma première hypothèse était que les familles étant déjà venues au mahJ avaient l'intention d'y revenir car elles appréciaient la programmation et la mise à disposition d'outils de visite. Cette hypothèse ne s'applique, comme dit précédemment, qu'à une seule famille, dont le père a été interviewé⁹⁵. Concernant son expérience de visite précédente, il m'a confié en être très content ; il prévoit de retourner visiter le mahJ en famille. Cependant, les thématiques des expositions récentes ne lui ont pas semblé intéressantes pour ses enfants, il n'est donc pas revenu en famille dans ce musée depuis un certain temps. Ce père n'était pas informé de la présence d'outils de visite pour les familles, mais ce n'est pas quelque chose qu'il recherche lorsqu'il visite un musée avec ses enfants. Puisqu'il a participé à un Bal de Pourim, il savait que le mahJ organisait ponctuellement des activités pour les familles. Il m'a confié qu'à la suite de cet entretien il allait s'informer davantage afin de connaître tout le panel d'activités proposées par le musée.

Mon hypothèse pour ce cas de figure est donc partiellement fautive puisque ce n'est pas la présence des outils de visite ni des activités pour les familles qui incite ce père à emmener à nouveau ses enfants au mahJ. Cependant, le témoignage d'une seule personne ne peut pas faire office de généralité.

Parmi les 4 personnes étant déjà venues au mahJ seules ou entre adultes, 2 prévoient d'aller visiter ce musée en famille puisqu'elles le pensent adapté⁹⁶. Elles n'étaient pas étonnées de l'existence d'une programmation et d'outils dédiés aux familles, mais ce n'est pas cette offre culturelle qui les incite à y retourner en famille. La troisième personne, un grand-père, vient souvent voir les expositions du mahJ mais ne souhaite pas y emmener ses petits-enfants⁹⁷. « Le musée est trop compliqué pour eux. Déjà pour les adultes je trouve que ce n'est pas très clair, rien n'est expliqué. Donc pour les enfants ce n'est pas possible »⁹⁸. Cependant, sa vision du musée comme non adapté aux enfants a changé lorsque je l'ai informé de l'existence d'outils de visite et d'une programmation pour les familles. Enfin, la quatrième personne réside désormais à Montréal⁹⁹ ; la visite du mahJ n'est donc pas une priorité lorsque la famille se rend à Paris. Bien qu'il se doute de l'existence d'activités et d'outils de visite pour les familles au mahJ et que cela le motive

95 Famille 16, entretien n°6.

96 Familles 1 et 3, entretiens n°1 et n°2.

97 Famille 31, entretien n°10.

98 Entretien n°10, volumes d'annexes p. 135.

99 Famille 6, entretien n°7.

généralement dans ses visites, l'homme interviewé m'a dit préférer visiter les grands musées lorsqu'il se rend à Paris en famille.

Mon hypothèse se rapportant à ce cas de figure est donc également partiellement fausse, puisque 2 interviewés sur 4 comptent visiter ce musée en famille.

Enfin, la majorité des personnes interviewées (15 sur 20) n'a jamais visité le mahJ. Cependant, l'une des familles¹⁰⁰, vivant à Paris, a prévu de s'y rendre bientôt. Le père interviewé m'a ensuite confié qu'il connaissait le musée du fait de ses origines juives. Cependant, il a ajouté ne pas souhaiter visiter ce musée parce qu'il était juif, mais parce qu'il estimait qu'il était intéressant au niveau culturel. Une autre famille¹⁰¹ souhaitait visiter le mahJ durant son séjour à Paris mais ne l'a pas fait, faute de temps.

J'ai donc interrogé les familles n'étant jamais venues au mahJ sur les représentations mentales qu'évoquent pour elles le nom de ce musée. La thématique de la Shoah a été mentionnée par 7 personnes, celle de la religion et d'un musée religieux par 6. Globalement, le fait que le musée soit consacré à la Shoah n'empêchait pas les personnes d'envisager de venir au mahJ en famille, mais les parents d'enfants en bas-âges ne souhaitaient pas y aller pour le moment¹⁰². Cependant, une fois informées de la réelle teneur du musée, plusieurs familles se sont montrées plus enclines à s'y rendre et ont apprécié le fait que ce musée présente avant-tout une culture. « Je trouve que ce serait plus adapté aux familles et permettrait de présenter cette culture sans faire d'amalgames avec la guerre et les images plus choquantes aussi. Je trouve que dans les représentations c'est souvent associé, et c'est bien qu'il y ait un musée qui dissocie ces deux pans de l'histoire quoi »¹⁰³. L'image d'un musée religieux, quant à elle, rebutait quelque familles. Une mère interviewée a même fait un parallèle avec l'Institut du monde arabe, disant qu'il était plus tentant de se rendre dans ce dernier puisqu'il ne s'appelait pas « Musée d'art musulman »¹⁰⁴. Là aussi, une fois informées que le mahJ était avant tout un musée culturel, les familles se sont montrées plus motivées à le visiter. Cependant, beaucoup de personnes ont également bien cerné le caractère du musée, me disant tour à tour s'attendre à y voir des costumes, des vidéos, de la musique, des peintures, des objets liés aux traditions, des bijoux, etc. L'aspect culturel du musée était donc tout de

100 Famille 20, entretien n°8.

101 Famille 21, entretien n°18.

102 Familles 32 et 36, entretiens n°9 et n°20.

103 Entretien n°20, volume d'annexes p. 208.

104 Entretien n°14, volume d'annexes p. 167.

même présent dans la plupart des esprits, bien qu'il soit souvent mêlé à la religion et à la Shoah. Par ailleurs, la plupart des personnes interviewées pensait, même avant que je ne lui présente le mahJ, qu'il était adapté à tous, même aux enfants, comme tous les musées.

Une fois que les familles étaient informées de la thématique du musée et du type de ses collections, malgré l'éloignement de certaines familles, toutes m'ont dit trouver ce musée intéressant pour découvrir une nouvelle culture. « C'est intéressant je trouve, pour qu'ils [les enfants] aient une ouverture d'esprit et une certaine tolérance de bien comprendre les autres cultures »¹⁰⁵. Après la présentation du musée, une seule personne¹⁰⁶, une mère n'habitant pas à Paris, m'a dit ne pas souhaiter emmener ses enfants au mahJ bien qu'elle veuille s'y rendre avec son compagnon. Elle m'a confié préférer visiter d'autres musées avec ses enfants lorsqu'elle se rend à Paris, notamment des musées d'art contemporain. De plus, bien qu'elle ne me l'ait pas clairement dit, il est possible qu'elle ne souhaite pas visiter ce musée avec ses enfants du fait de sa culture catholique.

Mon hypothèse selon laquelle la majorité des interrogés ne souhaitait pas venir en famille au mahJ est donc fautive, puisque la plupart se montre intéressée par ce musée pour découvrir une nouvelle culture. Cependant, il est vrai que ce musée n'est pas à visiter en priorité pour les familles ne résidant pas à Paris.

Enfin, la quatrième et dernière partie de mon entretien concernait les outils de visite et la programmation du mahJ.

Parmi les 5 personnes déjà venues au mahJ, aucune ne connaissait ni les outils ni la variété d'activités pour les familles. Cependant, 4 d'entre-elles se doutaient de leur existence comme dans les autres musées. Le grand-père¹⁰⁷, quant à lui, ne pensait pas y trouver une telle offre et s'est montré agréablement surpris. Suite à l'entretien, il m'a confié désormais envisager d'y emmener ses petits-enfants.

Globalement, les personnes n'étant jamais venues au mahJ se doutaient elles-aussi de l'existence de livrets et d'ateliers enfants, comme dans les autres musées. Cependant, plusieurs ont été agréablement surprises de la diversité des propositions. De plus, la mallette a été saluée par 6 familles qui ont apprécié son aspect sensoriel et ludique ; la plupart n'avait jamais rencontré un outil semblable. Du côté des ateliers, ceux de cuisine dédiés aux familles ont également fait des émules puisque 7 personnes se sont montrées

105 Entretien n°16, volume d'annexes p. 182.

106 Famille 2, entretien n°4.

107 Famille 31, entretien n°10.

particulièrement intéressées par cette activité. « Je trouve que la cuisine est un beau médium pour aborder l'art et les cultures »¹⁰⁸. Son originalité a été appréciée : « c'est vrai que vous me parlez d'ateliers cuisine, je trouve ça original »¹⁰⁹. Si pour 9 familles sur les 20 la présence d'outils de visite et d'activités ne les influence pas à visiter un musée, les 11 autres se sont dit motivées par ces propositions. Cependant, la connaissance de la programmation et des outils ne fait pas changer les familles d'avis : soit elles sont confortées dans leur désir de visiter ce musée, soit elles ne recherchent pas d'outils et d'activités et veulent venir pour la thématique du musée, soit malgré cette offre culturelle intéressante la visite du mahJ n'est pas une priorité pour elles. Seul le grand-père a changé d'opinion sur ce musée après avoir été informé des outils et des ateliers que pourraient faire ses petits-enfants.

En conclusion des entretiens, le mahJ est assez visible même par les familles ne résidant pas à Paris, bien qu'il reste tout de même dans l'ombre des grands musées parisiens. Au premier abord, les personnes le pensent comme un musée consacré à la Shoah et/ou à la religion juive. Cependant, une fois informées, les personnes trouvent ce musée très intéressant à visiter pour découvrir une culture et mieux connaître l'autre. Les familles sont donc plutôt enclines à le visiter dans la théorie, mais dans la pratique ce musée n'est pas la priorité de celles venant à Paris pour une courte période. Les familles parisiennes souhaitent cependant le visiter et vont probablement y aller. Concernant les outils et les ateliers, les familles montrent un réel intérêt pour la mallette et les ateliers de cuisine pour leur originalité. Cependant, la connaissance de ces propositions n'est pas moteur dans la décision de venir ou non au mahJ : les familles non-parisiennes ne font pas de ce musée une priorité pour autant et les familles souhaitant déjà y venir n'en tiennent pas compte. Les outils et les ateliers sont donc un « plus », salué par les familles et rendant le musée davantage adapté aux enfants.

« Je pense qu'il est important de connaître les autres cultures du monde et la culture des autres pour ne pas devenir... pour ne pas être ignorant et avoir peur des autres. »¹¹⁰

108 Entretien n°13, volume d'annexes p. 158.

109 Entretien n°9, volume d'annexes p. 129.

110 Entretien n°17, volume d'annexes p. 184.

3 – Réserves et obstacles

J'ai rencontré plusieurs obstacles lors de mon enquête qu'il convient de signaler ici. Tout d'abord, lors de la distribution des questionnaires, les familles avec des enfants de trois ans ou moins ont été très peu à accepter de s'arrêter et de prendre du temps pour répondre à l'enquête en raison du bas âge de l'enfant. Cette tranche d'âge est donc peu représentée dans l'enquête, mais cela ne signifie pas que les familles avec des enfants de trois ans ou moins ne visitent pas de musées.

Ensuite, il est probable que l'échantillon de mon enquête ne soit pas représentatif de la diversité des familles visitant les musées. Ainsi, les familles acceptant de répondre à mon questionnaire et qui plus est à mon entretien sont certainement des familles de même type, notamment avec un niveau socioprofessionnel et une pratique culturelle élevés. En effet, le pourcentage d'accompagnateurs CPIS est très élevé dans les questionnaires (69,2 %). Les familles à la faible pratique culturelle et/ou de catégorie socioprofessionnelle inférieure, moins à l'aise dans les musées, ne souhaitent peut-être pas répondre, se sentant sans doute moins légitimes.

Enfin, les questionnaires ont été remplis par les personnes enquêtées, ils sont donc à nuancer. C'est notamment le cas de la liste de musées parisiens, beaucoup de familles n'habitant pas Paris ayant mis qu'elles ne souhaitent pas visiter tous les musées de la liste simplement parce qu'elles n'avaient pas le temps durant leur séjour. Elles m'ont ensuite confié pour la plupart vouloir, dans l'absolu, visiter tous les musées et ne rien avoir contre eux. Cette liste de musées parisiens à cocher a donc été difficilement exploitable, puisque beaucoup de familles ont en réalité coché uniquement les musées parisiens qu'elles avaient visités. Le fait de ne pas les connaître ou de ne pas souhaiter les visiter n'en fait pas des familles dépourvues de pratique muséale, il s'agit simplement de familles non-parisiennes.

IV – PRÉCONISATIONS

À partir des trois parties précédentes – contexte, existant et enquête – cette quatrième et dernière partie est destinée à fournir quelques préconisations au mahJ visant à augmenter la fréquentation des familles non-juives afin de diversifier son public et ainsi lutter plus efficacement contre l'antisémitisme.

Ces préconisations s'appuient à la fois sur les éventuelles remarques des personnes enquêtées et sur le travail de *benchmarking* que j'ai effectué durant mon stage.

A) Une meilleure visibilité du musée

L'enquête a montré que le mahJ est un musée assez connu, mais surtout de nom (seulement 6 familles sur 20 interviewées n'avaient jamais entendu parler de ce musée, aucune n'était parisienne). En effet, bien que les personnes interviewées en aient entendu parler, elles n'ont pour autant pour la plupart pas franchi le pas de le visiter en famille. Certes, une majorité de familles étudiées venait quelques jours à Paris pour les vacances ; elle a donc préféré visiter les grands musées parisiens. Le mahJ n'était donc pas une priorité.

Cependant, ce qui peut également expliquer cette non-venue des familles est l'image erronée qu'elles ont sur ce musée. Comme montré précédemment, beaucoup de personnes interrogées lient le mahJ à un musée consacré soit à la Shoah, soit à la religion. Cependant, une fois le musée présenté comme un musée de culture, les familles se sont montrées plus enclines à le visiter. La plupart souhaite notamment y aller afin de faire découvrir aux enfants une autre culture et de les ouvrir aux autres. « Pour découvrir des cultures, des choses. C'est intéressant je trouve, pour qu'ils aient une ouverture d'esprit et une certaine tolérance de bien comprendre les autres cultures »¹¹¹. L'objectif premier du mahJ, celui de faire découvrir la culture juive, est alors compris et apprécié par les familles.

Le mahJ devrait donc peut-être insister sur son aspect culturel, par exemple par le biais de la communication. Certes, étant donné la petite taille et le petit budget de ce musée, il serait difficile de véhiculer cette information par une campagne d'affichage, à moins qu'elle ne soit couplée avec l'annonce d'un événement ou d'une exposition. Ce travail peut plutôt

111 Entretien n°16, volume d'annexes p. 182.

se faire sur des plus petits formats, comme des flyers dans les hôtels ou des articles dans les guides touristiques et sites internet dédiés. Il ne faut pas négliger l'aide que pourraient apporter les médias (journaux, radios, *etc.*) puisque ce moyen d'information est très utilisé par les familles. Des publications sur les réseaux sociaux permettraient également de rectifier l'image du musée. [Ill. 46]

Enfin, le projet de refonte des collections et d'extension des espaces initié par le musée pourrait être un moment opportun pour rectifier l'image du mahJ auprès des familles. En effet, s'il y a une médiatisation de cet événement, la communication pourrait également être axée sur la volonté d'ouverture du musée.

Une fois les familles informées de la thématique du musée, le mahJ pourraient leur signifier que ce musée est adapté pour elles. En effet, même si l'enquête montre que la présence d'outils et d'une programmation n'est pas décisionnaire de la venue dans un musée, les familles ont quasiment toutes admis qu'il s'agissait d'un plus pour elles. « Si je vois [...] quelque chose qui mentionne "pour les familles", comme souvent vous savez dans les guides [...] qui dit "approprié pour les familles" [...] c'est quelque chose qu'on note rapidement. Donc, tout à fait, ce serait intéressant si c'est une affiche ou... sur un site web. Il faut que ce soit signalé à mon avis, en tant que parent »¹¹². À l'instar d'autres musées, le mahJ pourrait engager une campagne de communication à destination des familles. Cette campagne, basée sur des affiches, pourrait se faire pendant des vacances scolaires pour toucher un maximum de familles. Là encore, cette méthode n'est peut-être pas la plus adaptée à un musée à petit budget comme le mahJ. Cependant, il pourrait être intéressant pour lui d'axer le budget communication, sur un semestre par exemple, sur les familles. Par exemple, les musées d'Orsay et de l'Orangerie avaient mis en place en 2015 une campagne d'affichage ciblant les familles en détournant des tableaux de leurs collections et en utilisant un ton humoristique. [Ill. 62] Sur le même modèle, on peut citer les affiches de la Philharmonie de Paris [Ill. 63] ou encore celles du Victoria & Albert Museum de Londres [Ill. 64] invitant les familles à s'y rendre.

Le mahJ prévoit d'organiser une journée dédiée aux familles en décembre, sur le même modèle que celles réalisées par le Musée d'Orsay ou le Centre Pompidou. Par exemple, lors de son *week-end* dédié aux familles en février 2019, le musée d'Orsay proposait un atelier de création *non-stop*, des séances de cinéma dans l'esprit du XIX^e siècle et des « promenades imaginaires » (histoires sonores) autour de tableaux des collections.

112 Entretien n°5, volume d'annexes p. 92.

Si la communication autour de ce type d'évènement est suffisante, ce dernier permettra sans-doute de renouveler l'image du mahJ auprès des familles et de les amener à le visiter.

Enfin, les familles s'informent principalement sur le site internet de l'établissement avant de le visiter. Cependant, le site du mahJ n'est pas très intuitif, ce qui augmente le risque que les familles, voulant voir si ce musée pourrait leur convenir, n'arrivent pas jusqu'à l'onglet qui leur est dédié. De plus, davantage de ressources (articles, lectures, jeux, brochures avec les activités familles téléchargeable, *etc.*) pourraient être mises en ligne sur le site du mahJ afin que les familles se préparent à la visite ou la poursuivent. Cela permettrait également que le musée soit davantage perçu comme un musée accueillant pour les familles. Le mahJ pourrait s'inspirer d'autres musées ayant plus de ressources en ligne, comme par exemple le Jüdisches Museum de Berlin qui propose des jeux et activités à télécharger [III. 65] ou encore le Centre Pompidou et sa revue des enfants [III. 66].

Un agenda en ligne existe sur le site internet du mahJ ; les familles peuvent rechercher par dates ou par tranche d'âge les activités proposées par le musée. Cependant, un livret en ligne regroupant toutes les activités familles serait appréciable pour plus de clarté et pour que les familles puissent le télécharger comme dans d'autres musées. [III. 67 et 68] Ce livret serait également le bienvenue en version papier, disponible directement au musée, puisqu'actuellement la programmation du mahJ pour tous les publics est compilée dans un seul document. [III. 69] L'équipe de médiation réfléchit à un format de livret spécialement dédié aux familles, plus ludique et plus compréhensible, recensant la programmation dédiée.

B) Le parcours permanent et les outils de visite

1 – Communiquer sur les outils existants

Bien que quelques-uns préfèrent visiter les musées en totale autonomie, la plupart des accompagnateurs interrogés m'ont dit préférer qu'il y ait des livrets ou des outils de visite. Pour eux, cela permet que les enfants soient réellement acteurs de leur visite, qu'ils

se concentrent et apprennent en s'amusant. Comme l'enquête d'Héloïse Doiteau¹¹³ l'avait déjà montré, les visiteurs du mahJ ne connaissent pas l'existence de ces outils. Cependant, la plupart des personnes interrogées n'est pas surprise de l'existence de livrets, puisqu'il en existe aujourd'hui dans beaucoup de musées.

Lorsque les familles sont informées du contenu des outils du mahJ, elles montrent un réel intérêt à leur égard, notamment vis-à-vis de la mallette des familles. L'aspect ludique et sensoriel de la mallette séduit les accompagnateurs qui n'ont, pour la majorité, jamais vu un outil similaire. Cette mallette est donc un atout pour le musée, qui mérite d'être mis en avant. Certes, la présence de la mallette, comme des livrets, est signalée sur le site internet du mahJ. Cependant, cette information est relayée sur une sous-page du site et est donc peu visible des familles qui voudraient s'informer rapidement sur le musée.

La mallette pourrait être systématiquement proposée aux familles venant visiter le musée ou mieux signalée à l'accueil afin qu'un bouche-à-oreille se fasse autour de cet outil. De manière plus générale, les outils de visite mériteraient d'être davantage mis en avant sur le site internet du musée et pourquoi pas mentionnés sur d'autres sites dédiés.

Enfin, la mallette pourrait être déclinée pour servir d'outil de découverte du quartier environnant, à l'instar du sac à dos du Jüdisches Museum d'Hohenems. En effet, plusieurs familles m'ont confié pendant l'entretien apprécier le quartier du Marais ; des activités pourraient donc être développées dans cette veine. « Ce musée est inscrit dans un quartier qui est [...] hyper sympa, qui est l'objet d'une balade. [...] C'est quelque chose qui peut entrer dans le cadre plutôt je dirais de la visite dans le quartier quoi. Et puis dans ce quartier il y a un rapport avec le Judaïsme, donc on peut aller voir ce musée dans cet aspect là, dans un cadre plus général »¹¹⁴.

2 – Développer la médiation du parcours permanent

Plusieurs personnes interviewées m'ont fait savoir qu'elles appréciaient les explications sur les objets dans les parcours permanents des musées¹¹⁵. Ces explications sont attendues soit dans un but informatif, pour que les accompagnateurs acquièrent des connaissances sur les objets, soit dans un but pédagogique, pour intéresser les enfants aux collections grâce à des anecdotes ou à des histoires.

113 Doiteau, 2015.

114 Entretien n°7, volume d'annexes p. 112.

115 Cf. p. 43.

Le cas du grand-père interviewé¹¹⁶ est, de plus, assez parlant puisqu'il estimait que le mahJ n'était pas adapté aux enfants étant donné la difficulté des collections et le manque d'informations relatives. Pour lui, ce musée était déjà complexe à comprendre pour les adultes non-initiés au Judaïsme ; il ne se voyait donc pas y emmener ses petits-enfants, se sentant incapable de leur expliquer le parcours et de les y intéresser. « Pour ceux qui n'y connaissent rien, c'est compliqué à comprendre »¹¹⁷. Son opinion a ensuite changé lorsque je lui ai parlé des outils de visite. Pour rendre le parcours plus compréhensible des visiteurs non-juifs et non-initiés au Judaïsme, il serait bon que celui-ci comprenne plus d'explications et d'informations sur les objets et les thématiques traitées dans les salles. De cette manière, les accompagnateurs pourraient expliquer aux enfants des œuvres grâce aux outils de médiation en salle. « Le fait de mettre des outils à disposition joue pour rendre ça... une accessibilité, une compréhension meilleure. Parce que c'est vrai qu'on passe à côté de beaucoup de choses quand on n'a pas des outils qui sont adaptés pour ça. [...] Je dirais encore mieux dans ce musée-là étant donné que le thème n'est pas simple »¹¹⁸.

Certaines familles interviewées parlent par exemple de contes sonores ou d'anecdotes écrites. Dans son PSC, le mahJ a conscience de ce besoin et prévoit de « renforcer les actions de médiation à destination du jeune public et du public en famille » grâce à une signalétique et à des outils utilisables en autonomie dans des espaces dédiés¹¹⁹. Ces outils seront probablement un point d'attention majeur lors de la refonte du parcours permanent prévue pour les années à venir.

Le mahJ pourrait par exemple prendre comme modèle le parcours du Jüdisches Museum d'Hohenems qui comprend des bornes pour enfants sous la forme de scènes d'ombres. [III. 70] Le guide de ces bornes est téléchargeable sur leur site internet, comprenant les images des bornes et les contes associés. Le mahJ pourrait, dans le cadre de la refonte de son parcours, insérer des bornes similaires dans ses collections permanentes pour faire des focus sur certaines œuvres et raconter des histoires autour (par exemple l'histoire de Pourim au niveau des objets associés à cette fête). Des activités à faire en autonomie pourraient également être insérées dans le parcours permanent, comme par exemple des jeux, des costumes à essayer au niveau des vêtements séfarades ou encore des objets à toucher.

116 Famille 31.

117 Entretien n°10, volume d'annexes p. 135.

118 Entretien n°7, volume d'annexes p. 113.

119 PSC du mahJ, 2017, pp. 53-54. Site du mahJ.

« Je trouve que c'est important qu'il y ait des outils comme vous dites, des livrets ou la mallette dont vous m'avez parlée, parce que ça peut permettre aux familles d'aller au musée. Et c'est important que les familles sachent qu'il y a des aides pour leur visite. C'est important que de nouvelles familles y aillent. Parce qu'on dit "diffuser la culture" mais bon la diffuser, ça passe aussi par les livrets et les ateliers. »¹²⁰

C) Les ateliers

Concernant les ateliers, Héloïse Doiteau¹²¹ avait relevé que la satisfaction générale des personnes y ayant inscrit des enfants était très élevée en raison de la qualité de l'offre (activités, médiatrices, locaux). Les familles de mon enquête m'ont dit pour la majorité apprécier que les musées proposent des activités pour les enfants, notamment des ateliers. La plupart d'entre-elles n'est pas étonnée que le mahJ proposent des ateliers pour les familles et le jeune public puisque beaucoup d'autres musées en programment. Les familles apprécient généralement l'aspect créatif des ateliers, pour que les enfants découvrent un sujet d'une autre manière.

Beaucoup de familles interviewées ont notamment montré un intérêt pour les ateliers culinaires proposés par le mahJ en raison de leur originalité. Ces ateliers seraient peut-être donc à programmer plus régulièrement, notamment pendant les vacances scolaires afin que les familles n'habitant pas Paris puissent y prendre part.

De manière générale, je n'ai pas de préconisation à faire sur les ateliers puisque ceux-ci rencontrent un réel succès auprès du public. Cependant, peut-être que davantage de séances pourraient être programmées pour les ateliers attirant le plus de public et étant souvent complets : les ateliers en *stop-motion*, culinaires et autour de Chagall. De même, une meilleure communication pourrait être faite, sur le site du musée mais également sur les réseaux sociaux ou sur les sites culturels. Comme dit précédemment, les ateliers pourraient être répertoriés dans un livret des activités spécialement dédié aux familles. Enfin, plusieurs musées tels que The Israël Museum de Jérusalem et les musées d'Orsay et de l'Orangerie montrent sur leurs sites internet des photographies des réalisations plastiques effectuées en atelier. [Ill. 71 et 72] Cela permettrait de rendre à la fois plus visibles les ateliers mais également de donner une idée aux familles de ce en quoi ils consistent.

120 Entretien n°12, volume d'annexes p. 153.

121 Doiteau, 2016.

D) Conclusion sur les préconisations

Ces préconisations pour attirer davantage de familles non-juives et variées étant faites, il faut rappeler que le mahJ est un musée de petite taille. Se pose donc la question de la capacité d'accueil de ce musée en termes de fréquentation, aussi bien du parcours permanent que des activités.

De manière générale, les préconisations relatives au mahJ touchent davantage à la communication afin de visibiliser ce musée et ses activités. Si les familles non-juives étaient mieux informées de la thématique du musée, qui présente avant tout une culture, elles seraient probablement plus nombreuses à venir afin de s'ouvrir à une autre culture, renouant avec l'objectif du mahJ.

« Compte-tenu de tout ce qui se passe dans ce monde et des problèmes qu'on a avec des conflits [...] ça [le musée] doit être adapté à tout le monde. C'est quelque chose qui concerne tout le monde, c'est pas un sujet qui est uniquement juste pour les Juifs ou juste les adultes »¹²².

122 Entretien n°5, volume d'annexes p. 90.

CONCLUSION

Ce mémoire avait pour objectif l'étude des moyens dont le mahJ dispose pour répondre à l'un de ses enjeux principaux : la lutte contre l'antisémitisme. Cet enjeu, lié à l'objectif sociétal des musées d'ouverture sur les cultures, se trouve renforcé par la recrudescence des actes antisémites au début de l'année 2019.

Le mahJ, puisqu'il permet de découvrir et de comprendre les cultures juives, peut donc prétendre participer à cette lutte. Les outils et les activités que le musée met à disposition des familles contribuent à cette découverte, par des biais aussi variés que les traditions culinaires ou les expressions artistiques. Cependant, si le musée a les moyens de cette lutte, celle-ci ne peut être efficace que si un public familial non-juif s'y rend. Or, ce n'est actuellement pas le cas : les familles non-juives restent peu nombreuses à visiter le mahJ. L'enquête effectuée auprès de familles visitant d'autres musées parisiens a montré que la plupart de celles-ci ont une vision du mahJ comme un musée avant tout religieux. Cette image dessert le musée puisque, une fois les familles informées de sa thématique culturelle, elles se montrent intéressées par la visite. De plus, les outils et activités actuellement proposés aux familles ne sont probablement pas suffisamment mis en avant ; les familles s'étant déjà rendues dans ce musée n'en avaient pas connaissance. Afin de renouveler son public et attirer davantage de familles non-juives, le mahJ devrait repositionner son image. Le chantier de refonte des collections qui va avoir lieu dans les années à venir est une aubaine pour le musée puisqu'il pourrait profiter de la communication autour de cet événement pour s'affirmer comme un musée de civilisation ouvert aux familles. Cette refonte serait également l'occasion pour lui d'inclure dans son parcours permanent davantage d'outils de visite pour ce public.

BIBLIOGRAPHIE

Enquêtes et études

« À l'écoute des visiteurs », synthèse des résultats, Département de la politique des publics, Direction Générale des patrimoines, édition 2018.

Doiteau, 2016

Doiteau, Héroïse, *Inscrire un enfant aux ateliers du Musée d'art et d'histoire du Judaïsme. Apports et transmission de pratiques culturelles*, Mémoire d'étude sous la direction d'Anne Jonchery, École du Louvre, mai 2016.

Ferri, 2016

Ferri, Sophie, *Le public des activités culturelles du musée d'art et d'histoire du Judaïsme : profils et morphologie, motivations et satisfaction (approche quantitative)*, Mémoire d'étude sous la direction d'Anne Jonchery, École du Louvre, mai 2016.

Gottesdiener, 2008

Gottesdiener, Hana, Godrèche, Natacha, Davallon, Jean et Vilatte, Jean-Christophe, *Analyse des freins et des motivations à la visite du Musée d'art et d'histoire du Judaïsme*, Laboratoire Culture & Communication, 2008.

Jonchery, 2005

Jonchery, Anne, *Quand la famille vient au musée : des pratiques de visites aux logiques culturelles*, Thèse de muséologie sous la direction de Michel Van-Praët, Muséum national d'Histoire naturelle, département des galeries, novembre 2005.

Ouvrages et articles

Couvelaire, 2019

Couvelaire, Louise, « Antisémitisme : en France, les différents visages d'une haine insidieuse et banalisée », *Le Monde*, 12 février 2019.

Devecchio, 2019

Devecchio, Alexandre, « Le nécessaire enseignement de la Shoah ne suffira pas à faire baisser l'antisémitisme », *Le Figaro*, 23 février 2019, pp. 18-19.

Horvilleur, 2019

Horvilleur, Delphine, *Réflexions sur la question antisémite*, Saint-Amand-Montrond, Grasset, 2019.

Mouillard, Le Devin et Bretton, 2018

Mouillard, Sylvain, Le Devin, Willy, et Bretton, Laure, « Pic de signalements des actes antisémites : Philippe lance l'alerte », *Libération*, 9 novembre 2018.

SITOGRAPHIE

Site du mahJ <https://www.mahj.org/fr>

- Rapport d'activité du mahJ, 2017 (consulté le 17/05/2019)
<https://www.mahj.org/sites/mahj.org/files/atoms/files/rapport-d-activites-mahj-2017.pdf>
- Programme scientifique et culturel du mahJ, 2017 (consulté le 18/02/2019)
https://www.mahj.org/sites/mahj.org/files/atoms/files/projet-scientifique-culturel-du_mahj.pdf
- Colloque « L'antisémitisme en France. XIX^e-XX^e siècle », 5^e acte « Comment répondre à l'antisémitisme ? », Musée d'art et d'histoire du Judaïsme et Bibliothèque nationale de France, Paris, mars 2016. (consulté le 28/03/2019)
<https://www.mahj.org/fr/programme/l-antisemitisme-en-france-xixe-xxie-siecle-47786>
- Dossier pédagogique pour enseignants « Stéréotypes et préjugés » (consulté le 10/08/2019)
https://www.mahj.org/sites/mahj.org/files/atoms/files/stereotypes_prejuges.pdf
- Livret « Découvrir le mahJ » (consulté le 17/03/2019)
https://www.mahj.org/sites/mahj.org/files/atoms/files/livretfamille_def14mars.pdf
- Livret « Où sont passés les galons du capitaine Dreyfus ? » (consulté le 18/08/2019)
<https://www.mahj.org/sites/mahj.org/files/atoms/files/jeudepistesdreyfus.pdf>

Site Akadem

- Colloque « L'antisémitisme en France. XIX^e-XX^e siècle », 5^e acte « Comment répondre à l'antisémitisme ? », Musée d'art et d'histoire du Judaïsme et Bibliothèque nationale de France, Paris, mars 2016. (consulté le 28/03/2019)
http://www.akadem.org/sommaire/colloques/l-antisemitisme-en-france-xixe-xxie-siecle/comment-repondre-a-l-antisemitisme-16-03-2016-79096_4660.php
- « Bar-mitsvah, une fête majeure ? », Philippe Haddad, novembre 2012. (consulté le 13/06/2019)
<http://www.akadem.org/medias/documents/Bar-mitsva-VERBATIM.pdf>

Site de Francetvinfo, France 3 Région Grand-Est

- Ballester, Vincent, « Quatzenheim : un cimetière juif profané, le jour des rassemblements contre l'antisémitisme », 19 février 2019. (consulté le 28/03/2019)
<https://france3-regions.francetvinfo.fr/grand-est/quatzenheim-cimetiere-juif-profane-jour-du-rassemblement-contre-antisemitisme-1626393.html>

Site de France Inter

- « Chronologie des principaux rassemblements contre l'antisémitisme en France », 18 février 2019. (consulté le 17/04/2019)
<https://www.franceinter.fr/societe/chronologie-des-principaux-rassemblements-contre-l-antisemitisme-en-france>

Site de France Culture

- Aubry, Emily, « La France et l'antisémitisme : une histoire sans fin ? », *L'Esprit public*, émission du 24 février 2019. (consulté le 30/03/2019)
<https://www.franceculture.fr/emissions/lesprit-public/la-france-et-lantisemitisme-une-histoire-sans-fin-grand-debat-national-la-mi-temps>

Site de la Revue des Deux Mondes

- Lagadec, Antoine, « Pierre-André Taguieff : 'il faut distinguer le complotisme banal du complotisme intellectualisé' », 15 février 2019. (consulté le 19/04)
<https://www.revuedesdeuxmondes.fr/pierre-andre-taguieff-il-faut-distinguer-le-complotisme-banal-du-complotisme-intellectualise/>

Site Larousse.fr

- Définition de l'antisionisme (consultée le 02/07/2019)
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/antisionisme/4293?q=antisionisme#4274>
- Définition du négationnisme (consultée le 02/07/2019)
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/n%C3%A9gationnisme/54062?q=n%C3%A9gationnisme#53705>
- Définition d'un *shtetl* (consultée le 15/07/2019)
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/shtetl/186756>
- Définition de *klezmer* (consultée le 15/07/2019)
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/klezmer/10910412?q=klezmer#917287>
- Définition du *Seder* (consultée le 20/07/2019)
<https://www.larousse.fr/encyclopedie/images/Seder/1315085>

Site de l'ICOM

- Nouvelle définition du musée (consultée le 25/08/2019)
<https://icom.museum/fr/activites/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/>