

Étude de cas des pratiques de médiation culturelle au sein du Musée de la Vie wallonne pendant la crise sanitaire du covid-19

Auteur : Di Francesco, Léa

Promoteur(s) : Vandeninden, Elise

Faculté : Faculté de Philosophie et Lettres

Diplôme : Master en communication, à finalité spécialisée en médiation culturelle et relation aux publics

Année académique : 2020-2021

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/12972>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.

Université de Liège
Faculté de Philosophie et Lettres
Département Médias, Culture et Communication

ÉTUDE DE CAS DES PRATIQUES DE MÉDIATION CULTURELLE AU SEIN DU MUSÉE DE
LA VIE WALLONNE PENDANT LA CRISE SANITAIRE DU COVID-19

Mémoire présenté par Di Francesco, Léa
en vue de l'obtention du grade de
Master en Communication, à finalité spécialisée en Médiation culturelle et relations aux
publics.

Année académique 2020/2021

Université de Liège
Faculté de Philosophie et Lettres
Département Médias, Culture et Communication

ÉTUDE DE CAS DES PRATIQUES DE MÉDIATION CULTURELLE AU SEIN DU MUSÉE DE
LA VIE WALLONNE PENDANT LA CRISE SANITAIRE DU COVID-19

Mémoire présenté par Di Francesco, Léa
en vue de l'obtention du grade de
Master en Communication, à finalité spécialisée en Médiation culturelle et relations aux
publics.

Année académique 2020/2021

Remerciements

C'est avec émotion que je clôture ce travail. J'ai parcouru une route particulière d'étudiante isolée entre le stage en semi-présentiel, les cours à distance et la rédaction de ce mémoire de fin d'études. Je tiens à remercier sincèrement toutes les personnes qui ont rendu cette route moins solitaire et m'ont permis d'arriver à destination.

En premier lieu, j'adresse toute ma reconnaissance à ma directrice de mémoire, Mme. Élise Vandeninden. Je la remercie pour ses encouragements, son soutien ainsi que ses recommandations avisées et toujours justes. Je la remercie également pour son écoute attentive à mes nombreuses incertitudes.

Je remercie Mme. Manuelina Cândido Duarte qui a su me guider dès le début de la recherche.

Je tiens à remercier du fond du cœur l'entièreté du personnel du Musée de la Vie wallonne, sans qui cette étude de terrain n'aurait pas été possible. Je remercie particulièrement Alexandre Lambrette pour son aide cruciale et ses précieux conseils.

Je remercie ma famille. Particulièrement mes grandes sœurs qui n'ont jamais cessé de croire en moi. Mille mercis à Mélanie, sans qui cette route aurait été impraticable. Je remercie mes parents, Jacqueline et Enzo, qui m'ont appris la persévérance, le courage et qui chaque jour, dans les moments de doute, m'apportaient de la joie, de l'amour et de l'optimisme. Spécialement, je remercie ma tante Patricia, mon oncle Walter et mon cousin Raphaël.

Pour leurs encouragements, merci à Amélie, Naëlle, Laura, Maryse, Dominique et Christine. Je remercie singulièrement Sophie pour son aide décisive.

J'adresse également mes remerciements à Thomas, mon confident. Merci d'être mon pilier et de m'avoir apporté une parenthèse à cette longue route.

Je remercie ma meilleure amie Lucy de m'avoir épaulée durant la crise sanitaire, de m'avoir conseillée et par-dessus tout merci de m'avoir fait rire à chaque instant.

Au cours de cette route aux instants sombres, je tiens à remercier ma source de lumière et de joie, Juliette.

Finalement, je remercie celles qui sont et resteront à jamais mes modèles, Emma et Sissi.

Table des matières

Introduction.....	7
1. Mise en contexte de l'objet de la recherche	7
2. Aperçu méthodologique	8
3. Structure générale du travail	9
CHAPITRE PREMIER : Le musée de société.....	10
1. Une appellation aux multiples facettes	10
2. La collecte d'objets	13
3. Le patrimoine culturel immatériel via la collecte de témoignages.....	17
4. Le folklore.....	21
5. Quelques aspects muséologiques	23
6. Place au public	25
CHAPITRE 2 : Le Musée de la Vie wallonne	27
PREMIÈRE PARTIE.....	27
1. Les études dialectales liégeoises	27
2. Le Musée de la Vie wallonne voit le jour	28
3. L'art de la marionnette	30
3.1. Tchantchès, l'homme du peuple.....	30
3.2. La marionnette au cœur du musée : l'objet de musée et le patrimoine vivant	31
4. La collecte d'objets	33
4.1. La collecte du passé et du présent	34
5. Le choix de structuration du parcours permanent : l'approche thématique	35
6. Le folklore wallon.....	36
7. Le musée de folklore devient le musée de société	36
7.1. Repenser les missions du musée	36
7.2. Collecter les objets-témoins du Covid-19	37
DEUXIÈME PARTIE.....	39
1. Les pratiques de médiation culturelle au Musée de la Vie wallonne	39
1.1. Présentation du service de médiation	39
1.2. Le parcours permanent et les expositions temporaires.....	40
1.3. Au-delà des expositions, l'extension de l'offre.....	44
2. Les publics du Musée de la Vie wallonne.....	44
3. Contextualisation de la crise sanitaire du Covid-19 au sein des musées.....	47
CHAPITRE 3 : Les observations des pratiques de médiation au Musée de la Vie wallonne pendant la crise sanitaire du Covid-19	51
1. Méthodologie	51

1.1.	Le choix de l'objet d'enquête.....	51
1.2.	Le terrain d'enquête	54
1.3.	L'analyse des données ethnographiques	59
2.	Observations	61
2.1.	Mars 2020, le Musée de la Vie wallonne à l'arrêt ?.....	61
2.2.	Comment faire vivre un musée alors qu'il est fermé ?	62
2.3.	La réouverture du musée.....	67
2.4.	Quand s'adapter devient le maître-mot.....	82
CHAPITRE 4 : L'analyse du terrain		85
1.	La communication à distance.....	86
1.1.	La communication médiatée via les réseaux sociaux.....	86
1.2.	La communication interpersonnelle via le téléphone.....	95
2.	La médiation culturelle face aux obstacles de la crise	97
2.1.	Le port du masque.....	97
2.2.	L'interdiction de toucher.....	101
2.3.	Les bulles sociales.....	105
3.	Les capacités d'innovation de la médiation culturelle	108
Conclusion		110
Bibliographie.....		115
Annexe.....		121

« La médiation, au final, constitue le processus d'interaction, l'alchimie qui anime les rencontres ».

CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition, p. 62.

Introduction

1. Mise en contexte de l'objet de la recherche

Ce travail, en tant que trace matérielle de l'actualité, témoigne d'un contexte particulier : celui de la crise sanitaire mondiale du Covid-19. L'importance des relations entre un musée et son public sera étudiée tout au long de ce travail.

Depuis plus d'un an, un événement historique bouscule notre façon de vivre et le secteur de la culture, dans son ensemble, a particulièrement été impacté.

Le 13 mars 2020, les lieux dits « non-essentiels » ferment leurs portes et en Belgique comme dans bien d'autres pays, débute le confinement. Seuls les magasins d'alimentation restent ouverts¹. En mai 2020, les institutions culturelles reprennent peu à peu vie en accueillant le public sous condition de respecter des mesures sanitaires strictes. Ces mesures sont généralisées dans plusieurs arrêtés ministériels². Elles ont profondément bouleversé le quotidien des musées. Des événements sont reportés voire annulés. Le port du masque rend les animations difficiles. Le nombre de personnes autorisées à assister ensemble à un événement fluctue sans cesse, ce qui complique et freine son organisation.

Dès lors, la relation avec le public est plus difficile, le rôle social du musée est menacé et la place qu'il occupe dans la société est mise en question.

Par une approche ethnographique, ce mémoire tentera de rendre compte de la réalité d'un musée liégeois face à la crise du Covid-19 : il s'agira tout d'abord d'observer les difficultés d'ordre organisationnel auxquelles le personnel du musée a été confronté afin de mieux comprendre, par la suite, les stratégies d'adaptation mises en place. Dans ce cadre, nous observerons en particulier les pratiques de médiation culturelle qui ont été menées « hors les murs » lorsque les portes des musées étaient fermées et les contacts prohibés.

¹ MESSOUDI, Himad et GROUTARS, Elisabeth, RTBF, publié le 17.03.20, « Coronavirus : la Belgique en confinement à partir de ce mercredi midi, avec quelles mesures ? », https://www.rtbf.be/info/Belgique/detail_coronavirus-un-conseil-de-securite-a-16h?id=10460292.

² 13.03.20 - Arrêté ministériel portant des mesures d'urgence pour limiter la propagation du coronavirus COVID-19.

Pendant la crise sanitaire, une utilisation grandissante des réseaux sociaux fut observée de toutes parts et les institutions muséales n'ont pas dérogé à la règle. Ce mémoire, consacré aux liens entre musée et public dans le contexte de la crise du Covid-19, ne peut donc pas éviter d'interroger l'utilisation des réseaux sociaux par les musées. Bien avant la crise sanitaire, on observait déjà un « recours croissant aux médias informatisés dans les pratiques muséales de conservation, recherche, communication, et des enjeux de leurs usages dans le renouvellement supposé des liens entre le musée et son public »³. Ce recours aux réseaux sociaux est devenu indispensable pour la survie des liens entre les musées et le public. Plusieurs questions sont à garder à l'esprit : S'agit-il de pratiques de médiation ? Les stratégies de réponse à la crise vont-elles donner naissance à d'autres pratiques ? Quels types de liens avec les publics sont créés sur les réseaux ? Nous nous interrogerons sur le type de relation qui émerge de l'usage des réseaux sociaux : De quel type de communication s'agit-il ? Et quel type de relation engendre-t-elle ? Il s'agira en définitive d'interroger l'usage des réseaux sociaux sous le prisme de la médiation culturelle.

Nous analyserons également les impacts des mesures sanitaires sur les pratiques de médiation lors du déconfinement progressif. De quelle façon la médiation culturelle a-t-elle évolué face à ces mesures ? À quel point les relations avec le public ont-elles été modifiées ? Nous nous pencherons sur « l'après-confinement » et sur les capacités d'adaptation d'un musée face à une situation sans précédent qui ne cesse de nous surprendre.

2. Aperçu méthodologique

Ce mémoire est une analyse de l'impact de la crise du Covid-19 sur la médiation culturelle au Musée de la Vie wallonne (MVW). Nous avons choisi de réaliser un terrain d'enquête. Nous expliquerons dans la section consacrée à la méthodologie le choix du terrain. Ce terrain représente une période d'enquête de neuf mois effectué au MVW, entre le 17 juillet 2020 et le 3 mars 2021.

Les matériaux recueillis lors de cette période correspondent aux notes d'observation prises au MVW dans un journal de bord comprenant 50 pages, non consigné en annexe (cf. *infra*, p.55). Ces moments d'observation ont été complétés par des entretiens avec

³ NAVARRO, Nicolas et RENAUD, Lise, « La médiation numérique au musée en procès », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°16, mai 2019. URL : <https://journals.openedition.org/rfsic/5592>.

le personnel du musée : le Responsable Médiation culturelle, le Responsable Communication, le marionnettiste ainsi que les guides récurrents. Les retranscriptions des entretiens sont consignées en annexe (I). En raison d'incertitudes liées à la crise, un questionnaire a été envoyé pour compléter la recherche.

De plus, une analyse des initiatives de communication à distance a été réalisée. Cette étude complète l'enquête de neuf mois et porte sur la période du premier confinement (mars 2020 à avril-mai 2020). Tous ces matériaux empiriques ont été mis en perspective avec de la littérature scientifique.

3. Structure générale du travail

Nous analyserons le vécu du MVW en temps de crise. Ce terrain d'enquête sera passé au crible d'une problématique théorique, celle de la médiation culturelle.

Avant de traiter notre problématique, nous allons opérer un focus sur la particularité de notre terrain d'étude : le musée de société. Dans le premier chapitre, plusieurs concepts théoriques essentiels à la compréhension des caractéristiques d'un musée de société seront développés.

Le deuxième chapitre mettra ces concepts théoriques en parallèle avec le MVW. Afin d'envisager l'impact de la crise sur la médiation, nous examinerons dans la deuxième partie de ce chapitre, les pratiques de médiation en usage avant la crise sanitaire.

Dans le troisième chapitre, nous passerons à la description de notre terrain et de la pluralité des pratiques de médiation mises en place au MVW en réponse à la crise sanitaire.

Dans le dernier chapitre, nous analyserons les réflexions émergentes du terrain d'enquête. Nous aborderons l'impact des mesures sanitaires sur la guidance des médiateurs et sur la relation aux publics. Nous nous demanderons également si nous pouvons qualifier les initiatives en ligne de pratiques de médiation culturelle et nous enrichirons ces réflexions, au-delà du cas étudié, en envisageant le futur.

Pour conclure notre étude, nous tenterons de dégager les enjeux que cette crise a révélés. Finalement, nous envisagerons le futur de la médiation culturelle et des relations aux publics.

CHAPITRE PREMIER : Le musée de société

Il est important de tracer les contours théoriques du musée de société. Nous devons le distinguer des musées d'art et de sciences naturelles car il présente des particularités quant à ses finalités et à sa démarche, faisant appel à la population pour collecter des « objets-témoins »⁴ de la société d'hier et d'aujourd'hui. Le musée de société évolue avec la société elle-même⁵. Nous parlons moins d'un modèle qui est terminé, que d'« un processus en perpétuelle mutation »⁶. Le musée de société – attaché à l'identité d'une population, d'une région, d'une société – n'admet pas que la culture soit statique. Au contraire, lorsque nous souhaitons raconter l'histoire d'une société, il est nécessaire de « faire le pont avec d'autres cultures à travers le temps et l'espace »⁷. Au cœur de ses préoccupations, le musée de société laisse place aux évolutions et aux mutations.

Nous développerons les particularités d'un musée de société dans ses démarches muséographiques, dans ses relations aux publics et dans ses objectifs au quotidien. Nous commencerons par définir l'origine et la signification derrière l'appellation « musée de société », pour ensuite nous consacrer aux contenus muséaux. Nous aborderons, dans la continuité, l'importance des témoignages collectés. Finalement, nous aborderons le folklore, les aspects muséologiques et la place du public.

1. Une appellation aux multiples facettes

L'appellation même « musée de société » désigne « les institutions qui interrogent le passé, mais également le présent d'une manière interdisciplinaire ou transversale »⁸. Noémie Drouguet, dans son ouvrage relatif aux musées de société, explique que désigner un musée de « musée de société » revient à admettre qu'il place l'Homme et la vie en société au cœur de ses préoccupations et de ses démarches⁹. Nous l'avons évoqué, il est attaché à une région, plus encore, il est nécessaire qu'il s'intègre dans la vie sociale ainsi que culturelle de cette région en maintenant les relations avec le public¹⁰. C'est la raison

⁴ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p. 183.

⁵ *Id.*, p. 220.

⁶ *Id.*, p. 231.

⁷ CÔTÉ, Michel, « Les musées de société : le point de bascule ». C.N.R.S Editions, Hermès, *La Revue*, n°61, mars 2011, URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-3-page-113.htm>, p. 114.

⁸ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p.91.

⁹ *Ibid.* En outre, les musées de société « se sont développés à partir des musées d'ethnographie, d'ethnologie, d'anthropologie, d'arts et traditions populaires », dans *id.*, p. 21.

¹⁰ *Id.*, p.92.

pour laquelle les expositions, particulièrement les expositions temporaires, doivent évoluer tout comme la société et la discipline ethnographique elles-mêmes¹¹. C'est donc en plaçant la société et la population au centre de sa démarche que le musée de société sera le plus fidèle à lui-même.

Il est intéressant de comprendre la raison pour laquelle les sociétés ont décidé de collecter des objets de leur quotidien. L'origine date de la première moitié du XIX^e siècle lors des changements conséquents des modes de vie dû à l'industrialisation de l'Europe. Les sociétés « ressentent l'urgence de collecter et de conserver les objets et la mémoire d'une culture que l'on croit finissante »¹².

De plus, le musée de société est héritier des arts et traditions populaires. C'est à Georges Henri Rivière que nous devons cette appellation, qu'il a rendue célèbre via le Musée national des Arts et Traditions populaires créé en 1937 à Paris. Nous retrouvons sous cette appellation des « productions et expressions matérielles et immatérielles propres au peuple, créées et utilisées par lui, (...) transmises de génération en génération » permettant à « un passé de persister et de rester agissant dans le présent »¹³. Les traditions ne sont pas toujours explicites et sont souvent intériorisées voire inconscientes et « parées d'un rôle social, elles sont liées à une activité partagée par une communauté humaine ».¹⁴

Avant de s'intéresser aux sociétés proches de chez eux, les musées de société ont manifesté un intérêt accru aux objets « issus des sociétés lointaines et exotiques ». Une ouverture a laissé place à l'ethnologie du proche et a permis de s'intéresser à l'art populaire et à la vie rurale¹⁵. Cette ouverture est importante car les collections exposent « l'ici et l'ailleurs, le passé et le présent »¹⁶.

Ce sentiment d'urgence de collecter « ce qui est en train de disparaître », est présent également dans les années 1980 où les objets de consommation et l'accélération des avancées technologiques provoquent la même crainte de disparition d'objets¹⁷. C'est à

¹¹ *Ibid.*

¹² *Id.*, p. 23.

¹³ *Id.*, p. 27.

¹⁴ *Id.*, p.28.

¹⁵ PROVENCHER ST-PIERRE, Laurence, « Le contemporain : objet de collection et de réflexion dans les musées de société ». *Muséologies*, volume 7, n°2, mai 2015. URL : <https://doi.org/10.7202/1030248ar>, p.22.

¹⁶ *Id.*, pp 22-23.

¹⁷ *Id.*, p. 25.

partir de ce moment que les musées de société s'intéressent à « leur société » et voient le jour. Ce n'est que lorsque les « nouveaux enjeux [de la nouvelle muséologie] dépassent le cadre strict des musées d'ethnographie » que l'appellation « musée de société » apparaît. Sous cette appellation, se reconnaissent « les musées d'histoire, (les musées) de sciences, [de] techniques et d'industrie ainsi que les musées thématiques »¹⁸. Ce changement d'appellation est lié à la volonté de mettre en avant le sujet même du musée : la société et non la référence disciplinaire¹⁹. Cependant, nous pouvons considérer que beaucoup de musées, si pas tous, sont des musées sur la société. Pour les identifier, il est à noter la contribution importante du colloque « Musée et Société » organisé à Mulhouse (1991), considéré comme « l'acte fondateur du musée de société en tant que nouvelle catégorie muséale »²⁰. Ce sont les prémises d'une reconnaissance et d'une légitimité du musée de société.

De façon mince, nous pouvons identifier le musée de société comme étant tout ce qui n'est pas dans le « clan »²¹ des beaux-arts, pour ensuite préciser par la définition émergente du colloque :

Les musées de société sont des musées caractérisés par leur rôle de conservation, d'étude et de valorisation de collections composées d'objets et de documents témoins de l'évolution de l'homme et de la société. Les principales disciplines scientifiques qui y sont exercées sont essentiellement les sciences humaines : histoire, ethnographie, histoire des techniques (...) mais aussi très présentes la géographie, la sociologie, l'urbanisme, l'écologie, la linguistique, l'architecture (...)²².

Il est donc essentiel d'établir une distinction avec les musées d'art et avec les musées de sciences naturelles puisqu'ils n'ont pas les mêmes critères de choix de collections ni les mêmes types de recherches. Le musée de société sélectionne des objets témoignant de quelque chose et non des œuvres. Il collecte les objets dans une finalité capitale de « construction de la mémoire collective »²³.

La mémoire collective vit ou revit à travers une collectivité qui tente de la transmettre à la génération future²⁴. Par ailleurs, « la mémoire individuelle n'est active

¹⁸ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, pp.85-87.

¹⁹ *Id.*, page 103.

²⁰ *Id.*, p. 104.

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.* : définition du colloque de Mulhouse-Ungersheim, juin 1991.

²³ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p. 104.

²⁴ LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p.77.

qu'à travers et grâce à la collectivité »²⁵. C'est par les souvenirs de chacun que la « mémoire de groupe »²⁶ se façonne. Le musée de société (ré)active cette mémoire de groupe en invitant la population à témoigner, à faire des dons d'objets, à se souvenir, en définitive à préserver leur mémoire collective. Ces « personnes-ressources reconnues comme telles », appelées également « porteurs privilégiés » du patrimoine culturel immatériel (PCI), endossent un rôle essentiel dans la transmission naturelle de ce patrimoine²⁷. L'importance du PCI sera discutée dans la troisième section du chapitre.

2. La collecte d'objets

Une des particularités de ces musées est qu'il intègre quotidiennement la population dans sa démarche de recherche en collectant des objets parfois considérés comme banals. Ils sont en effet « modestes, d'usage courant, parfois issus de productions en série »²⁸. Néanmoins, ils sont surtout des témoins d'histoires et d'expériences : ce sont des témoins de la société²⁹. Choisir d'exposer ces objets qui sont « nettement moins impressionnants, en apparence anodins ou anecdotiques »³⁰, c'est choisir d'exposer « la réalité à laquelle ils renvoient »³¹. C'est la raison pour laquelle, et nous le verrons dans la section suivante, il est nécessaire d'associer le matériel à l'immatériel.

Ces objets du quotidien permettent une identification de la part des visiteurs³². Ils participent non plus seulement à « transmettre des savoirs ou (pour) constituer des discours »³³, mais aussi à l'élaboration d'une « mémoire collective »³⁴. Le musée de société écrit « un essai à plusieurs voix »³⁵ permettant à une « démarche de collecte participative » de s'épanouir³⁶.

Les donations sont au cœur de la démarche du musée de société. L'un de ses

²⁵ *Id.*, p. 76.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Id.*, p. 77.

²⁸ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p. 185.

²⁹ *Id.*, p. 187.

³⁰ DROUGUET, Noémie dans : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p.151.

³¹ *Ibid.*

³² GELLEREAU, Michèle (dir.), 2017 : « Témoignages & médiations des objets de guerre en musée ». Presses Universitaires du Septentrion, Information et Communication, p. 34.

³³ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p.194.

³⁴ *Id.*, p. 193.

³⁵ *Id.*, p.194.

³⁶ *Ibid.*

fondements est la conservation du passé ainsi que du présent pour « produire de la mémoire et l'archiver »³⁷. En fonction de critères précis et définis par l'institution, la collecte d'objets prend place³⁸. Généralement, les objets collectés ont un « supplément d'âme », ils dissimulent des valeurs, des souvenirs des visiteurs et par la même occasion apportent, nous y reviendrons, un sentiment nostalgique³⁹. C'est d'ailleurs, « dans un élan nostalgique » que l'objet folklorique a d'abord été collecté dans les premiers musées d'ethnographie⁴⁰.

La collecte est également considérée comme une démarche scientifique. Nous parlerons alors d'« objets-témoins » ou d'objets « pièces à conviction » qui témoignent de « la culture, de la civilisation qui l'a créé et utilisé »⁴¹ : l'objet-témoin est à interroger⁴². L'interroger c'est intégrer le témoin au processus de sélection de l'objet, et donc intégrer le public :

L'intégration du public au processus de sélection et de documentation dans les musées fait ressortir cette idée de la dématérialisation de l'objet de collection au profit du récit, du souvenir ou de l'expérience vécue. Sa qualité ne réside plus dans l'objet lui-même, soit l'objet matériel, mais dans ce qu'il représente, dans le récit qu'il permet de raconter, dans le témoignage qu'il supporte ou dans le souvenir qu'il ravive⁴³.

Confrontée à cette réflexion autour des objets-témoins, Michèle Gellereau dans l'ouvrage collectif « Témoignages & médiations des objets de guerre en musée », s'interroge sur la relation entre « objets patrimoniaux, discours, témoignages et dispositifs muséaux »⁴⁴. Au-delà de l'objet, Michèle Gellereau s'intéresse aux donateurs, aux témoins, qu'elle appelle « collectionneurs-médiateurs »⁴⁵. Se pencher sur la relation entre les objets et les collectionneurs-donateurs, « permet de donner du sens à une démarche patrimoniale et créer une médiation éclairante pour les publics »⁴⁶. Autrement dit, il est essentiel de ne pas dissocier la collection du collectionneur ou les

³⁷ *Id.*, p.193.

³⁸ *Id.*, p.192.

³⁹ *Id.*, pp 181-182.

⁴⁰ *Id.*, page 183.

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Id.*, p. 184.

⁴³ PROVENCHER ST-PIERRE, Laurence, « Le contemporain : objet de collection et de réflexion dans les musées de société ». *Muséologies*, volume 7, n°2, mai 2015. URL : <https://doi.org/10.7202/1030248ar>, p.27.

⁴⁴ GELLEREAU, Michèle (dir.), 2017 : « Témoignages & médiations des objets de guerre en musée ». Presses Universitaires du Septentrion, Information et Communication, p. 10.

⁴⁵ *Id.*, p. 30.

⁴⁶ *Id.*, p.29.

objets patrimoniaux des témoins⁴⁷.

C'est « une expérience de l'objet »⁴⁸ qui est transmise par ces collectionneurs et non une transmission linéaire du passé : l'objet exposé est porteur de valeurs et de significations évolutives au gré des années⁴⁹. Aux yeux des collectionneurs-médiateurs, l'objet ne représente donc pas un « passé fossilisé », mais est porteur de valeurs et de significations qui elles sont vivantes⁵⁰. C'est grâce à cette valorisation de la part des collectionneurs qu'il est possible de « constituer la biographie d'un objet encore vivant (...) qui n'a pas fini de 'parler' »⁵¹. Pour ce faire, il « ne suffit pas de diffuser un témoignage, on veut témoigner de la vie humaine au travers d'objets authentiques. Ce sont leur valeur mémorielle et leur intérêt dans les relectures du passé qui donnent l'épaisseur de la médiation »⁵².

Il est donc essentiel pour comprendre la démarche du musée de société, et nous en parlerons plus tard lorsque nous aborderons le folklore, de saisir que les objets « ne sont plus figés dans le passé : ils sont présentés comme ouverts à de nouveaux usages ou de nouvelles interprétations ancrés dans des représentations contemporaines ». L'objet qui n'a pas terminé de « parler », au sens de Michèle Gellereau, « peut ouvrir à de nouvelles mises en scène ou discussion avec les publics, de nouveaux ancrages dans les représentations contemporaines »⁵³.

Plus encore, il existe une variété de témoignages autour des objets dévoilant « les variations des modes de transmission »⁵⁴ et qui permet aux publics de comprendre « la portée historique, mémorielle, symbolique des objets dans les différentes étapes de leur vie »⁵⁵. Le public partagera avec le musée « une relation aux objets et aux collections dans un processus de transmission et de diversification des significations »⁵⁶. C'est grâce à cette « polyphonie des interprétations »⁵⁷, c'est-à-dire l'invitation à la parole de ceux qui ne l'avaient peut-être pas jusqu'à présent, que le musée – de société dans notre

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ *Id.*, p. 35.

⁴⁹ *Ibid.*

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ *Ibid.*

⁵² *Ibid.*

⁵³ *Id.*, p. 41.

⁵⁴ *Id.*, p. 235.

⁵⁵ *Id.*, p. 236.

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ *Ibid.*

cas – est le lieu où la mémoire collective s'épanouira. Les collectionneurs-médiateurs, aussi différents soient-ils, nous « invitent à repenser notre rapport aux collections exposées »⁵⁸. Autrement dit, les « témoignages permettent de mettre en scène une histoire riche, discutée non seulement dans ses contenus, mais dans la manière de saisir les traces du passé »⁵⁹ et cela est possible grâce à la diversité d'expertises qui dialoguent entre elles⁶⁰.

Finalement, Michèle Gellereau soulève une réflexion essentielle, se rapprochant des réflexions de l'« écomuséologie » et de la « nouvelle muséologie » (cf. *infra*, p.25), sur le fait que « les expériences racontées par d'autres (acteurs des musées et des territoires, amateurs passionnés) sont aussi des savoirs à reconnaître et partager avec les publics »⁶¹. Cette réflexion sur la place des collectionneurs-médiateurs dans la démarche muséale nous amène à la section suivante relative à la collecte des témoignages. Cette dernière conduisant à une relation différente avec les publics et permettant aux communautés de soumettre ce « qui fait sens et ce qui fait 'patrimoine' à leurs yeux »⁶².

Dans la continuité des propos de Michèle Gellereau, introduisons la troisième section comme suit :

La collecte de témoignages, l'enregistrement de la mémoire, individuelle et collective, témoignent de l'engagement du musée 'à partager la parole', et dès lors à partager les compétences. Donner une place au témoignage, c'est donner une place au témoin : le musée instaure une dynamique dialogique. En outre, l'insertion des témoignages dans l'exposition rend palpable la volonté du musée de travailler la matière contemporaine, vivante. La co-construction des contenus et de la mémoire pour aujourd'hui et pour demain est manifeste dans les relations et les partenariats que le musée instaure ou auxquels il répond⁶³.

⁵⁸ *Id.*, p.237

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ *Id.*, p. 238.

⁶² DROUGUET, Noémie dans : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p.156.

⁶³ *Id.*, p. 155.

3. Le patrimoine culturel immatériel via la collecte de témoignages

Le contemporain en tant qu'objet de collection apparaît d'abord immatériel⁶⁴.

La collecte du passé représente également la collecte de témoignages. En effet, « la parole et le geste qui accompagnent l'objet »⁶⁵ sont des conditions *sine qua non* à la démarche du musée de société afin d'exposer de façon plus précise les objets aux publics. En donnant une place aux témoignages derrière l'objet, le musée de société choisit de donner une place au témoin⁶⁶ :

Les objets et les témoignages, complémentaires, se répondent et s'épaulent mutuellement pour donner du corps à la visite⁶⁷.

En quelque sorte, le musée de société a secoué l'autorité de l'institution muséale et « s'ouvre pour donner la parole aux autres (...), pour construire le savoir avec l'aide de ses publics et des communautés auxquelles il s'adresse et pour les inscrire dans l'exposition »⁶⁸. Comme expliqué ultérieurement, cette inclusion de la population se rapproche de la notion d'« écomuséologie ». La différence étant que dans les démarches du musée de société « les membres de la communauté ne se substituent pas aux scientifiques et aux professionnels »⁶⁹. Le musée de société inclut la population en réalisant des enquêtes orales pour recueillir ce qui accompagne l'objet⁷⁰.

La volonté et l'engagement du musée de société à partager la parole apportent une certaine légitimité aux témoignages et amplifient par la même occasion sa crédibilité⁷¹. En retour, le témoignage permet à la mémoire d'être moins lointaine et moins abstraite, « pour rendre le sujet à la fois plus touchant et plus concret »⁷². Mémoire, témoignages et musée de société sont indissociables. Les visiteurs vont s'identifier grâce aux témoignages : tenter d'exposer le PCI c'est « renouveler la relation entre le musée et ses

⁶⁴ PROVENCHER ST-PIERRE, Laurence « Le contemporain : objet de collection et de réflexion dans les musées de société ». *Muséologies*, volume 7, n°2, mai 2015. URL : <https://doi.org/10.7202/1030248ar>, p.27.

⁶⁵ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p.164.

⁶⁶ *Id.*, p.171.

⁶⁷ *Id.*, p.166.

⁶⁸ *Id.*, pp.171-172.

⁶⁹ *Id.*, p.173.

⁷⁰ LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p. 147.

⁷¹ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p.179.

⁷² *Id.*, p.180.

publics »⁷³. De cette façon, le musée de société se préoccupe également du présent. Il se place en tant qu' « observateur » de son époque⁷⁴. Cette préoccupation nouvelle est liée à la volonté de « présenter aux gens du futur un portrait plus exact de notre société »⁷⁵ :

Le musée de société intègre le présent dans son champ d'investigation, il place la société contemporaine au cœur de son projet scientifique et culturel. Celui-ci se décline dans la collecte et la conservation (...), dans la recherche et dans l'animation ou médiation culturelle. En collectant le contemporain, (...), il s'engage à appréhender la complexité des situations contemporaines, à s'intéresser aux mutations (...)⁷⁶.

Lorsqu'on évoque le musée de société, il est indispensable d'évoquer le PCI. Les linguistes et dialectologues ne se préoccupent pas d'abord de « recueillir les productions matérielles des villages ou régions étudiés »⁷⁷. Ils recueillent « les coutumes, les croyances religieuses et superstitions, les traditions orales (...) »⁷⁸. Le musée de société a en effet l'importante mission de situer sur le même degré d'importance la valorisation du patrimoine matériel que du PCI⁷⁹. C'est dans ce contexte qu'apparaissent des musées ayant la volonté de valoriser leurs régions, leurs traditions, leurs coutumes et leurs populations car aborder le musée de société c'est inévitablement aborder la population de cette société (et de ce fait leur PCI).

Théoriquement, le PCI, appelé parfois « patrimoine oral », « patrimoine vivant » ou « patrimoine intangible », englobe « des traditions festives, des contes et légendes, des chansons, de la musique et des savoir-faire artisanaux (...) mais également « des modes de vie, des rituels, des comportements, des croyances »⁸⁰. En 2003, l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) propose la « Convention internationale pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel ». Cette appellation est floue dans l'imaginaire collectif et on y associe souvent « les seuls rituels collectifs spectaculaires »⁸¹. Ainsi, la Convention marque la reconnaissance de

⁷³ DROUGUET, Noémie dans : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p. 153.

⁷⁴ PROVENCHER ST-PIERRE, Laurence « Le contemporain : objet de collection et de réflexion dans les musées de société ». *Muséologies*, volume 7, n°2, mai 2015. URL : <https://doi.org/10.7202/1030248ar>, p. 20.

⁷⁵ *Id.*, p. 25.

⁷⁶ DROUGUET, Noémie dans : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p. 191.

⁷⁷ *Id.*, p. 25.

⁷⁸ *Ibid.*

⁷⁹ *Id.*, p. 167.

⁸⁰ LEMPEREUR, Françoise, « Et le patrimoine immatériel ? », *Les cahiers de l'urbanisme* n°56, septembre 2005, p.77.

⁸¹ LEMPEREUR, Françoise, 2009 : « L'arbre dans le patrimoine culturel immatériel ». Communication du colloque « Ces arbres, témoins de notre Histoire », Namur, p.1.

l'expression « patrimoine culturel immatériel ». Le PCI englobe une variété immense de domaines et nous sommes loin d'une « vision passéiste du patrimoine ». Le patrimoine est « d'aujourd'hui et joue son rôle dans la société actuelle »⁸². Nous constatons cela notamment dans la préoccupation de transmettre le PCI aux générations futures : il est tourné vers le futur⁸³.

Dans la définition du musée rédigée par le Conseil international des musées (ICOM) en 2007, le terme « immatériel » est présent. De nombreux musées s'intéressaient de près au patrimoine immatériel⁸⁴. Particulièrement, « les musées qui se consacraient hier au folklore ou aux arts et traditions populaires et qui se disent aujourd'hui 'de civilisation' ou 'de société' »⁸⁵. La définition de l'ICOM et la Convention de l'UNESCO ont véritablement modifié le rapport du musée au PCI, qui devient une préoccupation tout aussi importante que celle du patrimoine matériel⁸⁶ :

Exposer l'immatériel, c'est rendre sensible, évoquer, expliquer les pratiques, les représentations, les expressions, les connaissances et savoir-faire reconnus par des communautés et des individus comme faisant partie de leur patrimoine culturel⁸⁷.

Dans un musée, de manière générale, la difficulté d'exposer le PCI est présente : là où le patrimoine matériel est conservé et exposé au sein du musée, l'immatériel « vit et évolue » en dehors des murs de l'institution grâce aux « communautés qui les perpétuent »⁸⁸. Au-delà du « mode de fonctionnement » propre au musée (« l'acquisition de collections d'objets matériels en fonction de critères esthétiques et scientifiques »⁸⁹), il est donc essentiel d'envisager une collaboration entre l'institution et les communautés⁹⁰. Nous développerons cette collaboration dans la section dédiée à la place du public.

Pour comprendre la relation musée-patrimoine, il est important de comprendre le rôle de la « muséalisation ». Elle est associée au fait d'arracher ou d'extraire l'objet, qui

⁸² GOB, André dans : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p. 17.

⁸³ *Id.*, p. 19.

⁸⁴ LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p. 135.

⁸⁵ DROUGUET, Noémie dans : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p. 145.

⁸⁶ *Id.*, p. 147.

⁸⁷ *Ibid.*

⁸⁸ LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p. 136.

⁸⁹ *Id.*, p.137.

⁹⁰ *Ibid.*

sera exposé au musée, de « son monde d'origine »⁹¹ vers un « autre monde »⁹², celui du musée. Cette notion se trouve à l'opposé de la définition du PCI, formulée en 2003 par l'UNESCO, insistant sur le rôle de la communauté, porteuse du PCI, qui le « fait vivre » et qui le « recrée de génération en génération »⁹³. Toutefois, l'on peut considérer que c'est par « la muséalisation qu'un objet acquiert une valeur patrimoniale »⁹⁴ : il perd sa valeur dite d'usage pour acquérir cette nouvelle valeur⁹⁵. Le musée « muséalise des traces » du PCI⁹⁶, qui sont diverses et variées – des films, des photographies ou encore des récits de vie – et qui sont « collectées et conservées par le musée » constituant de ce fait « des témoignages (...), des manifestations immatérielles »⁹⁷. Les témoignages exposés peuvent jouer un rôle esthétique, créer une ambiance ou encore constituer le fil conducteur de l'exposition⁹⁸. Dans tous les cas, comme nous l'avons exprimé précédemment

le témoignage (...) semble la voie privilégiée pour appréhender la singularité de l'expérience vécue. L'empathie créée par l'utilisation du témoignage permet de toucher le visiteur, et de le rendre plus réceptif et concerné par le contenu de l'exposition⁹⁹.

Le musée est donc un « auxiliaire important » permettant aux objets, par cette muséalisation des traces, de toucher le visiteur. Toutefois, le musée devra prendre garde à ne pas fossiliser le PCI¹⁰⁰. Ce patrimoine est avant tout un patrimoine vivant qui peut être « recréé en permanence »¹⁰¹. Tout comme le musée de société, le « patrimoine immatériel, patrimoine vivant, invite à se questionner sur la façon d'aborder le présent »¹⁰². Il est donc important de ne pas « figer les manifestations du patrimoine

⁹¹ *Ibid.*

⁹² DROUGUET, Noémie, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p.14.

⁹³ LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p. 137.

⁹⁴ *Ibid.*

⁹⁵ DROUGUET, Noémie, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p.14.

⁹⁶ LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p.137.

⁹⁷ *Id.*, p.138.

⁹⁸ DROUGUET, Noémie, dans : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, pp.154-155.

⁹⁹ *Id.*, p.155.

¹⁰⁰ LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p.138.

¹⁰¹ DROUGUET, Noémie in : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p. 147.

¹⁰² *Id.*, p. 152.

immatériel dans des descriptions immuables et de reconstitutions ‘à l’identique’ »¹⁰³, mais bien de rendre compte de la « dimension immatérielle de l’objet’ à transmettre »¹⁰⁴.

Dans la continuité, il est nécessaire d’éviter de « dissocier un rituel (patrimoine immatériel) du lieu où il se déroule (patrimoine immobilier ou naturel) et des objets, instruments, masques (patrimoine mobilier) qui sont indispensables à sa réalisation »¹⁰⁵. Cette contextualisation et cette association sont essentielles à la démarche du musée de société.

Finalement, l’exposition du PCI dans un musée est un choix important qui permet une « plus grande ouverture du musée à la participation des visiteurs et utilisateurs », mais également qui met en évidence « la diversité culturelle »¹⁰⁶.

4. Le folklore

Dans la continuité de l’exposition du PCI et des éléments théoriques relatifs au musée de société, nous allons nous pencher sur une notion importante à saisir : celle du folklore.

Le terme « folk-lore » apparaît en 1846 et signifie « le savoir du peuple ». Plus précisément, il désigne « l’étude des traditions, des usages et de l’art populaire d’un groupe ou d’une région (...) »¹⁰⁷. Après la Seconde Guerre Mondiale, le terme « folklore » est abandonné au profit de celui d’« ethnographie » dans la volonté d’ouvrir la discipline à de nouvelles méthodes de recherche¹⁰⁸ et de se diriger vers une interdisciplinarité en voie de développement¹⁰⁹. Dans le paysage muséal de la fin du XIX^e siècle, des premières tentatives d’exposition du folklore sont initiés avec une importance mise sur

les reconstitutions (d’intérieur le plus souvent), peuplées de mannequins (...) arborant

¹⁰³ LEMPEREUR, Françoise, « Et le patrimoine immatériel ? », *Les cahiers de l’urbanisme* n°56, septembre 2005, p.77

¹⁰⁴ *Ibid.*

¹⁰⁵ LEMPEREUR, Françoise, 2009 : « L’arbre dans le patrimoine culturel immatériel ». Communication du colloque « Ces arbres, témoins de notre Histoire », Namur, p.6.

¹⁰⁶ DROUGUET, Noémie in : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p. 156.

¹⁰⁷ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l’exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p.23

¹⁰⁸ À titre d’exemple, nous pouvons citer la volonté de mener des études monographiques sur des régions.

¹⁰⁹ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l’exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, pp.28-29.

les plus beaux costumes » visant à « capter l'intérêt d'un public plus populaire et familial (...) glorifiant une culture et une identité (...)»¹¹⁰.

Ce choix de reconstitution permet de s'adresser non plus uniquement aux « connaisseurs », mais bien de s'ouvrir à un public plus large¹¹¹. Les musées ethnographiques accentuent cette attention envers le public par « l'ancrage populaire local et régional » qui constitue l'organe vital de leur organisation avec l'appel aux dons nombreux, variés et constants. Ainsi, les populations seront impliquées « dans le devenir d'un musée qui est devenu le leur, en quelque sorte »¹¹².

Le titre de l'ouvrage de Noémie Drouguet illustre bien la nuance essentielle à opérer, « Le musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains ». Le musée de société expose le patrimoine matériel et immatériel. Il expose le patrimoine vivant, qui se transmet de génération en génération, qui n'est pas figé, ni commercialisé à outrance. Le PCI s'attache au concept de tradition, mais « à la différence des folkloristes »¹¹³ s'intéresse « aux traditions vivantes »¹¹⁴. Le musée de société n'expose plus un folklore figé dans le passé (figeant également le PCI). *A contrario*, il inclut dans ses démarches le présent et est tourné vers le futur. Dans ce contexte, nous expliquons deux notions. Celle de « survivals », c'est-à-dire « ce qui survit du passé » et qui ne prend pas en considération ce qui est évolutif¹¹⁵. Celle ensuite de « revival » extrême. Le revival compris comme étant des activités ou des objets « qui font revivre le passé »¹¹⁶. Le revival folklorique affirme une identité et un attachement à un territoire. Ce revival « porte un autre regard sur les objets modestes et artisanaux » en les détournant de leur fonction d'origine¹¹⁷ (annexe II). Il s'agit d'un style décoratif qui gagne en popularité auprès du grand public et cela se manifeste également par des « pièces vieillies artificiellement »¹¹⁸. Le revival folklorique permet de partager « les traditions régionales » tout en divertissant un large public. Toutefois, il fige le passé et mystifie un « faux vieux »¹¹⁹. Ainsi, il est important de mentionner aux visiteurs la

¹¹⁰ *Id.*, pp. 45-46.

¹¹¹ *Id.*, p.56.

¹¹² *Id.*, p. 57.

¹¹³ LEMPEREUR, Françoise, « Introduction au Patrimoine culturel immatériel » (syllabus du cours ANTH0038-1). Université de Liège, 2020-2021, p. 12.

¹¹⁴ *Ibid.*

¹¹⁵ *Id.*, p. 7.

¹¹⁶ Panneaux explicatifs au sein du parcours permanent du Musée de la Vie wallonne.

¹¹⁷ *Ibid.*

¹¹⁸ *Ibid.*

¹¹⁹ *Ibid.*

présence d'un revival et d'en expliquer les formes.

Plutôt que présenter un passé figé, les musées de société tendent vers une mission de « médiateur(s) [afin d'] assurer la compréhension et même la transmission du PCI »¹²⁰.

5. Quelques aspects muséologiques

Le musée de société peaufine ses aspects scénographiques à l'aide de reconstitutions d'intérieurs et de dioramas afin de créer une réelle sensation nostalgique auprès des visiteurs : le temps semble s'être arrêté dans un musée de société. Nous associons aux dioramas les termes d'atmosphère d'autrefois ou encore d'âme d'une région¹²¹. Ce dispositif est une reconstitution tridimensionnelle d'un environnement naturel¹²² permettant de mettre en scène les *expôts*¹²³. Son apparition au début du XX^e siècle aux États-Unis est une réelle innovation qui influencera l'Europe¹²⁴. Ce « cadre illusionniste naturaliste » permet d'exposer un objet avec un décor bidimensionnel en arrière-plan (peint ou photographique). Cette illusion permet d'attirer le regard des visiteurs et constitue « un dispositif scénographique apprécié pour rendre plus vivante et plus parlante la présentation d'objets ou de spécimens »¹²⁵. Nous parlons de spécimens car le plus souvent les dioramas permettent d'exposer des animaux taxidermisés ainsi que des éléments de leur milieu naturel¹²⁶.

Théoriquement, le choix de structuration d'une exposition varie et dépend du type de musée. La chronologie est rattachée aux musées à caractère historique, aux musées d'archéologie et aux musées des beaux-arts. La structuration basée sur les thèmes de la vie sera davantage associée aux musées de sciences naturelles et d'ethnographie¹²⁷. Le

¹²⁰ LEMPEREUR, Françoise, « Introduction au Patrimoine culturel immatériel » (syllabus du cours ANTH0038-1). Université de Liège, 2020-2021, p.61.

¹²¹ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, pp. 62-63.

¹²² DUARTE, Cândido Manuelina, « Conception des expositions » (notes prises lors du cours HAAR0138-1). Université de Liège, 2019-2020.

¹²³ L'expôt est un « concept désignant tous les objets » (GONSETH, Marc-Olivier) exposés au sein d'une exposition, que ce soit une « vraie chose » (DESVALLÉES, André), un substitut, un dispositif sonore ou visuel, dans : CHAUMIER, Serge, « Les écritures de l'exposition », *Hermès*, La Revue, n°61, mars 2011. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-3-page-45.htm>, p.50.

¹²⁴ GOB, André et DROUGUET, Noémie, 2003 : « La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels », Paris : Armand Colin, p.99.

¹²⁵ *Ibid.*

¹²⁶ *Ibid.*

¹²⁷ *Id.*, pp. 81-82.

choix de structuration dépendra du discours que les concepteurs veulent partager avec le visiteur : c'est par cet « agencement de choses » dans l'espace que le visiteur perçoit d'abord le sens de l'exposition »¹²⁸. Lorsque le musée de société place le public au centre de ses préoccupations¹²⁹, il opte pour l'approche thématique de l'exposition. Il réduit alors les questionnements abordés, en se basant sur une variété de disciplines et en les abordant plus en profondeur. Pour aborder la thématique, de nombreux dispositifs du type « scénographie, multimédia et dispositifs multisensoriels » sont mobilisés et permettent réellement de modifier l'expérience de la visite¹³⁰. Cette utopie d'« exposition panoramique » est donc abandonnée au profit de sujets « pertinents, attractifs ou représentatifs » comme la vie contemporaine, les questions écologiques ou encore le « répertoire fidèle aux racines folkloristes de l'institution »¹³¹.

Pour témoigner de la réalité, le musée de société mobilise « objets et paroles, objets et savoir-faire »¹³² : il choisit la structuration thématique de l'exposition pour exposer la parole et le savoir-faire. Concrètement, le musée de société comprend que « l'exposition ne peut pas tout dire » et qu'il faut la laisser parler ou plutôt qu'il faut redonner la parole aux objets. Généralement, le musée y parvient grâce à l'usage du « cinéma, [du] théâtre, [de] la musique, [de] la danse, [de] la gastronomie, [de] débats, [de] rencontres, [d'] échanges »¹³³. En exposant les « voix singulières », il favorise une approche totale¹³⁴. En donnant la parole aux témoins et par la même occasion aux objets-témoins, le musée de société raconte à travers ses expositions, « de la mémoire nostalgique, à la mémoire refoulée (...) l'histoire d'individus et de sociétés »¹³⁵.

Dans l'optique de ne pas figer ces témoignages et de transmettre le PCI, le musée utilise l'audiovisuel et les nouvelles technologies. Ces dispositifs numériques permettront d'interpeller le visiteur, et l'exposition des témoignages en soit constituera également un dispositif : celui « d'interactions, de rencontres, de paroles »¹³⁶.

¹²⁸ *Id.*, p.81.

¹²⁹ Dans le courant des années 1990.

¹³⁰ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p.98.

¹³¹ *Id.*, pp. 108-109.

¹³² CÔTÉ, Michel, « Les musées de société : le point de bascule ». C.N.R.S Editions, Hermès, *La Revue*, n°61, mars 2011. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-3-page-113.htm>, p. 115.

¹³³ *Ibid.*

¹³⁴ *Ibid.*

¹³⁵ *Ibid.*

¹³⁶ GELLEREAU, Michèle (dir.), 2017 : « Témoignages & médiations des objets de guerre en musée ». Presses Universitaires du Septentrion, Information et Communication., p.238.

6. Place au public

C'est avec une attention particulière pour les publics que le musée de société prend son essor dans le courant des années 1990. Les publics, eux, « attendent du musée qu'il soit un véritable espace public et qu'il ancre son propos dans la société et dans le présent »¹³⁷.

Dans cette préoccupation pour les publics, nous consacrons cette section aux concepts essentiels de « nouvelle muséologie » et d' « écomuséologie », visant l'objectif commun de « faire du musée un outil au service de l'homme et de la société ». Ils apparaissent sous l'effigie de Georges Henri Rivière et de Hugues de Varine dans les années 1960¹³⁸. C'est la « nouvelle muséologie » qui renouvelle « le rapport entre le musée et la communauté »¹³⁹. Par ce nouveau courant, le musée de société élargit son intérêt à la société contemporaine. Cela a également favorisé la légitimation des objets du quotidien et de la culture dite de masse dans les collections du musée¹⁴⁰. Dès lors, l'objectif de l'écomusée

est de présenter l'homme dans son milieu (...) en adoptant un point de vue interdisciplinaire (...) en plusieurs sites répartis sur un territoire et en impliquant la participation active de la population¹⁴¹.

L'écomuséologie tente de ce fait de conserver le patrimoine, de revaloriser un territoire et d'opter pour « un musée hors les murs »¹⁴² où les différents sites répartis sur le territoire sont des musées thématiques, des ateliers-musées ou encore des centres d'interprétation¹⁴³. Son influence est évidente sur les musées de société. Elle se traduit par la démocratisation du musée et donc l'accessibilité au public, mais également par l'attribution d'un réel statut aux « objets d'usages quotidiens » ainsi que la valorisation du patrimoine vivant¹⁴⁴.

Dans le même esprit, en considérant que le musée doit contribuer au développement de la société, la « nouvelle muséologie » se développe dans les années 1970, à la Table

¹³⁷ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, pp.89-90.

¹³⁸ *Ibid.*, p. 80.

¹³⁹ PROVENCHER ST-PIERRE, Laurence « Le contemporain : objet de collection et de réflexion dans les musées de société ». *Muséologies*, volume 7, n°2, mai 2015. URL : <https://doi.org/10.7202/1030248ar>, p. 23.

¹⁴⁰ *Ibid.*

¹⁴¹ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p.80.

¹⁴² *Id.*, p.137.

¹⁴³ *Id.*, p. 141.

¹⁴⁴ *Id.*, p. 83.

ronde de Santiago (Chili). Il est mis en évidence que l'accumulation des collections doit « profiter au plus grand nombre et alimenter les réflexions sur le passé comme sur l'avenir »¹⁴⁵. A partir de ces réflexions se constituent de nouvelles théories et de nouvelles méthodes à contre-courant de la muséologie dite officielle. Il existe une double volonté derrière cette nouvelle muséologie. D'une part, de s'adresser à tous et non à une élite et, d'autre part, de rassembler la communauté autour de « la recherche et [de] l'affirmation d'une identité »¹⁴⁶. Dans la continuité, la collecte du contemporain, que nous avons abordé à maintes reprises, permet aux pratiques des musées de société d'évoluer et d'intégrer la population dans leur démarche et dans leur processus de sélection via les appels aux dons¹⁴⁷.

Toutes ces considérations théoriques sur le musée de société nous amènent à nous interroger sur leur lien avec le public. Interroger les objets-témoins, c'est laisser la place aux publics, leur (re)donner une voix : ils ne sont plus des visiteurs passifs, mais bien des acteurs qui sont invités à faire partie d'une collaboration active¹⁴⁸. Un acteur oui, mais bien plus selon Élisabeth Caillet qui parle du public comme ayant « une activité organisatrice du musée »¹⁴⁹.

Où se situe le MVW au regard des préceptes théoriques du musée de société ?

¹⁴⁵ *Id*, p. 86.

¹⁴⁶ *Id*, p. 87.

¹⁴⁷ PROVENCHER ST-PIERRE, Laurence « Le contemporain : objet de collection et de réflexion dans les musées de société ». *Muséologies*, volume 7, n°2, mai 2015. URL : <https://doi.org/10.7202/1030248ar>, p.23.

¹⁴⁸ Dictionnaire encyclopédique de muséologie (sous la dir. de MAIRESSE, François), Paris, Armand Colin, coll, 2011, p.169.

¹⁴⁹ CAILLET, Élisabeth, 1995 : « À l'approche du Musée, la médiation culturelle », collab. Lehalle Evelyne. Lyon : Presses universitaires de Lyon, p.17.

CHAPITRE 2 : Le Musée de la Vie wallonne

Le présent chapitre se divise en deux parties. La première partie part à la découverte du MVW, situé au cœur du centre-ville de Liège, en Féronstrée. Nous retracerons son histoire, ses valeurs et soulignerons ses traits spécifiques faisant de lui un musée de société. La deuxième partie mettra en lumière les pratiques de médiation culturelle propres au MVW avant la crise du coronavirus.

PREMIERE PARTIE

L'objet d'étude : le Musée de la Vie wallonne, un musée de société liégeois

La base théorique sur les musées de société dévoile l'importance de mêler le passé et le présent et d'inviter la population à participer à la démarche muséographique. Dès sa création, le MVW place au cœur de ses démarches cette inclusion de la population. Entre autres, nous retracerons l'histoire de la création du musée, et nous développerons l'importance de mêler le matériel à l'immatériel et le passé au présent.

1. Les études dialectales liégeoises

C'est au XIX^e siècle que le MVW se profile avec la fondation du Musée du Vieux-Liège¹⁵⁰, surnommé également « musée dès vîs rahis' » (musée des vieilleries)¹⁵¹. C'est dans les locaux de l'Académie des Beaux-Arts qu'une première exposition ethnographique voit le jour exposant des objets du quotidien. Cette démarche est mal comprise par le public et le surnom « de vieilleries » émerge¹⁵². Les milieux scientifiques, eux aussi, sont méfiants « à recenser et à mettre en valeur les arts et les traditions populaires »¹⁵³ car ils ont notamment une crainte de régionalisme¹⁵⁴.

À l'origine, des motivations animent les études dialectales et la Société de Littérature wallonne permettant au MVW de voir le jour¹⁵⁵. Au cœur de ces motivations, se trouve la nécessité de collecter et de conserver ce qui est abandonné, selon Jean Haust,

¹⁵⁰ Fondé en 1894.

¹⁵¹ Panneaux explicatifs au sein du parcours permanent du Musée de la Vie wallonne.

¹⁵² Site officiel du Musée de la Vie wallonne : <https://www.provincedeliege.be/fr/node/833>.

¹⁵³ LEMPEREUR, Françoise, « Introduction au Patrimoine culturel immatériel » (syllabus du cours ANTH0038-1). Université de Liège, 2020-2021, p.9.

¹⁵⁴ *Ibid.*

¹⁵⁵ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p. 61.

dialectologue wallon et militant du musée : le geste, la parole, les témoignages¹⁵⁶. Jean Haust et les autres fondateurs ont donc trouvé essentiel de conserver « des arts et traditions populaires, des us et des coutumes, des métiers et des techniques wallonnes »¹⁵⁷.

Les missions du musée sont orientées par « Les mots et les choses », inspiration venant de l'école de Vienne « Wörter und Sachen »¹⁵⁸ (des mots et des choses), pratiquant l'enquête ethnolinguistique de terrain. C'est à dire noter à la fois les noms des objets du patrimoine et les pratiques ou croyances associées¹⁵⁹. Le MVW pratiquera alors cette manière d'enquêter et, grâce à Jean Haust et ses pairs, l'« Atlas linguistique de Wallonie » voit le jour en 1920¹⁶⁰. Cet Atlas est toujours en cours de publication et inclut également « des données culturelles recueillies auprès des témoins »¹⁶¹.

2. Le Musée de la Vie wallonne voit le jour

En 1913, le musée est fondé sur base d'un sentiment d'« urgence de collecter et de conserver les objets et la mémoire d'une culture que l'on croit finissante »¹⁶² dans une société liégeoise qui connaît, comme ailleurs, une « nécessaire adaptation des modes de vie à l'émergence d'un monde moderne, industrialisé »¹⁶³. Au-delà des objets, le musée collecte, la même année, des enregistrements sonores notamment des différents dialectes wallons¹⁶⁴. Quelques années plus tard, le tout premier film du musée est tourné sur le travail des botteresses d'Ans. La collecte de sons et de vidéos continuera jusque dans les années 1980, dans l'objectif de valoriser les domaines du PCI¹⁶⁵. La création d'un Service des Enquêtes voit le jour réalisant des reportages relatifs à « tous les domaines

¹⁵⁶ *Ibid.*

¹⁵⁷ Site officiel du Musée de la Vie wallonne : <https://www.provincedeliege.be/fr/node/833>.

¹⁵⁸ L'école de Vienne est une école allemande d'études ethnographiques étudiant des sociétés rurales, dans : Escòla Gaston Febus, « L'école 'Des mots et des choses et la Gascogne' », publié le 17.05.21, <https://escolagastonfebus.com/societe/lecole-des-mots-et-des-choses-et-la-gascogne/>.

¹⁵⁹ LEMPEREUR, Françoise, « Introduction au Patrimoine culturel immatériel » (syllabus du cours ANTH0038-1). Université de Liège, 2020-2021, p.9

¹⁶⁰ *Ibid.*

¹⁶¹ *Ibid.*

¹⁶² DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p. 23.

¹⁶³ QUOILIN, Cécile et POSTULA, Jean-Louis, « Rendre compte de la société d'aujourd'hui », *Les Cahiers de Muséologie*, n°0 Dans la marge, mars 2017. URL : <https://popups.uliege.be/2406-7202/index.php?id=158>, p.2. Cécile Quoilin est Conservatrice au Musée de la Vie wallonne – Province de Liège et Jean-Louis Postula est Responsable du département Études ethnographiques-Patrimoine oral et immatériel au Musée de la Vie wallonne – Province de Liège.

¹⁶⁴ POSTULA, Jean-Louis dans : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p.142.

¹⁶⁵ *Ibid.*

du patrimoine culturel immatériel de la région »¹⁶⁶.

La collecte d'objets, de films, d'archives, mais également de photographies anime le musée et le premier « Bulletin des Enquêtes du Musée de la Vie wallonne » est publié en 1924¹⁶⁷. Cette publication préfigure le plan de classification du musée via un questionnaire d'enquête et apporte des précisions quant à la collecte d'objets¹⁶⁸. Ce premier bulletin d'enquêtes permet de préserver les objets-témoins « sur la vie des Wallons d'autrefois et d'aujourd'hui »¹⁶⁹. C'est en effet « l'investissement sociétal »¹⁷⁰, pour reprendre les termes de Jean-Louis Postula, qui régit les enquêtes du musée. Il est important d'être le plus proche possible du « monde d'aujourd'hui »¹⁷¹ et de mettre en valeur le PCI wallon. Il convient de souligner que les enquêtes du MVW « visent (dès lors) à donner la parole non seulement aux témoins du passé mais aussi aux acteurs des changements, valorisant le dialogue qui s'installe autour de ces lieux »¹⁷². Le musée s'organise autour d'un catalogue « chronologique et descriptif » permettant d'inscrire les entrées des objets ainsi que d'un catalogue « analytique et systématique »¹⁷³.

En 1930, le musée s'installe dans l'ancien Couvent des Frères Mineurs, en Féronstrée, comme lieu muséal définitif. Après des rénovations nécessaires suite aux dégâts de guerre, l'édifice au style mosan tel que nous le connaissons aujourd'hui est prêt en 1971 à accueillir les visiteurs.

Le MVW est composé de trois salles d'expositions permanentes ainsi que de l'ancienne église Saint-Antoine devenue l'« Espace Saint-Antoine », qui accueille des expositions temporaires et des événements culturels¹⁷⁴. L'ancienne maison Chamart, portant le nom de son ancien propriétaire, est relié au couvent et fait partie intégrante du

¹⁶⁶ POSTULA, Jean-Louis, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p.85.

¹⁶⁷ Panneaux explicatifs au sein du parcours permanent du Musée de la Vie wallonne.

¹⁶⁸ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p. 61.

¹⁶⁹ Site officiel du Musée de la Vie wallonne : <https://www.provincedeliege.be/fr/node/833>.

¹⁷⁰ POSTULA, Jean-Louis, dans : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p. 139.

¹⁷¹ *Ibid.*

¹⁷² *Ibid.*

¹⁷³ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p. 62. Nous retrouvons une inspiration de la « classification Hoffman-Krayer », mise en place par le folkloriste et dialectologue suisse Eduard Hoffmann-Krayer. Il organise entre autres « l'architecture de la science folklorique », dans : LEMPEREUR, Françoise, « Introduction au Patrimoine culturel immatériel » (syllabus du cours ANTH0038-1). Université de Liège, 2020-2021, p.8.

¹⁷⁴ Panneaux explicatifs au sein du parcours permanent du Musée de la Vie wallonne.

musée : on y retrouve des locaux administratifs et scientifiques ainsi que le Théâtre de Marionnettes¹⁷⁵.

3. L'art de la marionnette

3.1. Tchantchès, l'homme du peuple

Le Théâtre de marionnettes voit le jour en 1931 dans l'objectif de « sauvegarder ce patrimoine en train de disparaître »¹⁷⁶. C'est en 1913 que les fondateurs montrent un intérêt pour l'art des marionnettes. Ils reçoivent des marionnettes de Léopold Leloup, considéré comme le créateur de *Tchantchès* et propriétaire du théâtre impérial, rue Roture. Tchantchès, l'homme du peuple, vénère le *péket*, présente les spectacles, les rythme, réclame le silence et combat « les vilains ». Il s'adresse au public en français et en wallon ou « en français teinté de wallon »¹⁷⁷. C'est au XIX^e siècle qu'apparaît le « type caractéristique de la marionnette liégeoise »¹⁷⁸. Les premiers théâtres prenaient place au sein de maisons ouvrières et arboraient de simples décors¹⁷⁹. Au fur et à mesure, les montreurs agençaient les salles avec des bancs, des castelets et des décors de plus en plus somptueux (annexe III)¹⁸⁰. Le montreur fait parler les marionnettes en changeant constamment de voix¹⁸¹. C'est grâce à une improvisation sur base d'un canevas que le marionnettiste crée sa pièce. À cette époque, les spectateurs souhaitaient s'évader de leur quotidien. Le canevas se basait alors sur une littérature de colportage éditée dans la « Bibliothèque Bleue » (publié sous la direction Alfred Delvau à Paris), comprenant entre autres des « pièces de chevalerie »¹⁸².

La marionnette liégeoise est manipulée par une tringle fixée au sommet de la tête¹⁸³, qui pivote lorsque la marionnette parle. Les articulations aux bras et aux genoux

¹⁷⁵ Source officielle du Musée de la Vie wallonne (« Document de travail pour les guides »), p. 2.

¹⁷⁶ Site officiel du Musée de la Vie wallonne : <https://www.provincedeliege.be/fr/node/833>.

¹⁷⁷ LEMPEREUR, Françoise, « Introduction au Patrimoine culturel immatériel » (syllabus du cours ANTH0038-1). Université de Liège, 2020-2021, p.28.

¹⁷⁸ POSTULA, Jean-Louis, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p.84.

¹⁷⁹ *Ibid.*

¹⁸⁰ Un castelet liégeois, explique M. Postula, est « la réduction d'un vrai théâtre à l'italienne. La scène est surélevée d'environ un mètre par rapport au sol. Un panneau de fond sert à accrocher les décors et à dissimuler le montreur, ses aidants et les coulisses », dans : *ibid.*

¹⁸¹ *Ibid.*

¹⁸² LEMPEREUR, Françoise, « Introduction au Patrimoine culturel immatériel » (syllabus du cours ANTH0038-1). Université de Liège, 2020-2021, p.27.

¹⁸³ POSTULA, Jean-Louis, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p.84.

permettent à la marionnette d'être mobile¹⁸⁴. Cet art, d'origine populaire et assez naïf, se perfectionne plus tard avec des « traits plus personnels, liés au talent de grands sculpteurs »¹⁸⁵. Les conflits mondiaux, les années d'Entre-deux-guerres, ainsi que l'émergence de nouveaux loisirs dans les années 1960 ont été un choc pour les théâtres de marionnettes. Dans les années 1960, le MVW engage deux montreurs pour préserver ce précieux patrimoine¹⁸⁶. Le Théâtre de marionnettes parvient alors à s'adapter aux évolutions de la société. La transmission intergénérationnelle perdure dans certaines régions et le répertoire joué se renouvelle sans cesse, attirant petits et grands¹⁸⁷, venant en famille et parfois entre amis s'amuser auprès de Tchanchès. Anthony Ficarrota est le marionnettiste actuel du musée.

3.2. La marionnette au cœur du musée : l'objet de musée et le patrimoine vivant

L'art de la marionnette à tringle, est reconnu en tant que chef-d'œuvre du Patrimoine oral et immatériel de la Fédération Wallonie-Bruxelles¹⁸⁸. Art et patrimoine vivant, essentiel au MVW, la marionnette est au cœur des réflexions soulevées par le personnel du musée¹⁸⁹. En novembre 2018, se tenait en effet le colloque consacré à « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant »¹⁹⁰. L'année 2018 est l'année d'anniversaire des dix ans du MVW en tant que musée de société. Au cours de ces dix années, la collection de marionnettes s'est agrandie avec plus d'un millier de marionnettes et le Théâtre de marionnettes liégeois accueille chaque année plus de 8000 spectateurs¹⁹¹. Ce colloque a mis en avant le double statut de la marionnette. À la fois, « objet patrimonial »¹⁹² elle est « mise sous vitrine (...) restaurée et magnifiée, avec une certaine distance par rapport à sa vie antérieure »¹⁹³ et, « objet d'animation »

¹⁸⁴ LEMPEREUR, Françoise, « Introduction au Patrimoine culturel immatériel » (syllabus du cours ANTH0038-1). Université de Liège, 2020-2021, p.27.

¹⁸⁵ *Ibid.*

¹⁸⁶ QUOILIN, Cécile, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 55.

¹⁸⁷ POSTULA, Jean-Louis dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p.84.

¹⁸⁸ *Id.*, p. 83.

¹⁸⁹ Ainsi que par une vingtaine de spécialistes interdisciplinaires.

¹⁹⁰ JADOT, Céline, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 9. Céline Jadot est la directrice du Musée de la Vie wallonne – Province de Liège.

¹⁹¹ *Ibid.*

¹⁹² LEMPEREUR, Françoise, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 146.

¹⁹³ *Ibid.*

¹⁹⁴ où elle « participera alors à un patrimoine vivant »¹⁹⁵. Ce colloque a également mis en exergue le rôle essentiel du visiteur et du spectateur, que nous aborderons dans la deuxième partie du présent chapitre.

La marionnette, « objet de musée et objet d'exposition » relève du PCI. D'une part, par la transmission intergénérationnelle des savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel. D'autre part, par la fonction patrimoniale du musée en tant que gardien du patrimoine et transmetteur de ce dernier aux visiteurs. Ainsi, dès les premières collectes à la fin du XIX^e¹⁹⁶, le musée de société a toujours placé le PCI au centre de ses préoccupations. En 2003, le MVW exposait dans son parcours permanent des marionnettes ainsi qu'une photographie d'un marionnettiste en train de sculpter. Au-delà de l'objet, le savoir-faire est mis en avant¹⁹⁷. Tel que décrit dans le premier chapitre, le MVW tend « non seulement à conserver mais aussi et surtout à transmettre un patrimoine complet, tant matériel qu'immatériel »¹⁹⁸.

La marionnette illustre bien le côté matériel et la face immatérielle. Lorsque que le spectateur se rend au Théâtre de marionnettes du MVW, il se trouve face à une marionnette animée. Quant à l'aspect matériel, il est présent au sein d'une exposition. Les intervenants de ce colloque se sont interrogés sur l'aspect « inerte » voire « mort » de la marionnette une fois qu'elle est mise sous vitrine. Les gestionnaires du MVW ont, dès les années 1980, reconnu une valeur patrimoniale aux marionnettes et ont perçu la marionnette « en tant qu'objet d'art racontant une histoire »¹⁹⁹. Certains considèrent que l'entrée dans les collections attribuée aux marionnettes « un côté artificiel, immobile »²⁰⁰, d'autres avanceront qu'elles débute une deuxième vie : « celle de la conservation et de la transmission »²⁰¹. Les visiteurs pourront alors admirer « la virtuosité technique des armures, la richesse des vêtements mais aussi les traits caractéristiques des visages »²⁰².

¹⁹⁴ *Ibid.*

¹⁹⁵ *Ibid.*

¹⁹⁶ DROUGUET, Noémie, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 13.

¹⁹⁷ *Id.*, p. 15.

¹⁹⁸ LEMPEREUR, Françoise, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 149.

¹⁹⁹ QUOILIN, Cécile, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, pp.56-57.

²⁰⁰ *Id.*, p.57.

²⁰¹ *Ibid.*

²⁰² *Id.*, p.55.

Cette réflexion autour de la « mort » éventuelle de la marionnette reste sans réponse véritable. Toutefois, il est intéressant de constater que « la marionnette garde le souvenir du mouvement, elle est mise à disposition du public pour lui permettre de générer son émotion et de stimuler son imagination »²⁰³. Dans la deuxième partie, nous nous pencherons sur cet aspect en l'illustrant avec l'exemple de l'exposition temporaire présentée au MVW : « Super Marionnettes, l'expo dont tu es le super héros » (2018-2019).

Depuis 1958, le MVW est un établissement d'utilité publique par arrêté royal. Le musée reçoit les devoirs et les pouvoirs de gestion du patrimoine²⁰⁴. En 1989, la Province de Liège devient gestionnaire du musée et la recherche n'est plus la fonction muséale principale. Les enquêtes sur le terrain disparaissent peu à peu.

Après l'exemple de l'art de la marionnette, prenons un second exemple d'un domaine du PCI exposé au MVW : l'Arbre à clous²⁰⁵. Le musée a exposé un vieil arbre de Wallonie, qui fut foudroyé tant il était clouté. Cet arbre à clous témoigne de la croyance que « le mécanisme de guérison est le transfert : l'arbre prend le mal qu'on lui a cloué et en débarrasse ainsi le cloueur »²⁰⁶. Au MVW, ils ont choisi d'exposer l'arbre tel quel, protégé d'un filet, permettant aux visiteurs d'apercevoir distinctement les clous. Nous constatons avec cet exemple que le musée associe la croyance avec le lieu ainsi qu'avec l'objet et le contexte²⁰⁷.

4. La collecte d'objets

Dès la création du musée, l'appel à la collecte d'objets est lancé à destination de la population et le MVW

s'assigne comme objectifs de rassembler les objets, les documents et les témoignages sur la vie populaire, rurale et urbaine, de l'ensemble de la Wallonie et de servir de conservatoire d'une société en train de disparaître en raison de l'extraordinaire développement industriel²⁰⁸.

²⁰³ LEMPEREUR, Françoise, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p.150.

²⁰⁴ Site officiel du Musée de la Vie wallonne : <https://www.provincedeliege.be/fr/node/833>.

²⁰⁵ Source officielle du Musée de la Vie wallonne (« Document de travail pour les guides »), p.68.

²⁰⁶ LEMPEREUR, Françoise, 2009 : « L'arbre dans le patrimoine culturel immatériel ». Communication du colloque « Ces arbres, témoins de notre Histoire », Namur, p.6

²⁰⁷ *Ibid.*

²⁰⁸ GOB, André et DROUGUET, Noémie, 2003 : « La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels », Paris : Armand Colin, p.164.

Comme nous l'avons dit dans le premier chapitre, c'est la collecte d'objets ordinaires qui est favorisée. Ces objets ont connu un désintérêt durant la seconde moitié du XX^e siècle de la part d'autres musées, alors qu'ils « constituent pourtant des ensembles importants à conserver, (...) ils sont le reflet de notre société de consommation, de nouveaux comportements sociaux, de pratiques culturelles naissantes »²⁰⁹. Le musée collecte des objets – par des dons ou des achats – et les analyse en fonction de critères systématiques, à savoir : « l'état de conservation de la pièce, sa rareté, son intérêt scientifique et documentaire, sa cohérence avec les collections, son importance historique, son volume et le témoignage personnel l'accompagnant »²¹⁰.

4.1. La collecte du passé et du présent

Le musée opte pour des enquêtes de terrain afin de collecter les traces du passé et du présent. Une multitude de thématiques est rassemblée : des fêtes aux coutumes en passant par des savoir-faire artisanaux. Ce fonds documentaire d'arts et traditions populaires, est devenu, au fil du temps, le plus important de Wallonie²¹¹. Les vidéos, photographies et autres traces du PCI sont conservées, étudiées, exposées et donc valorisées au musée à travers le parcours permanent. La muséographie a été pensée autour de l'évolution du musée de folklore au musée de société et les espaces sont des « tableaux vivants et interactifs (...) d'une Wallonie de bois, de terre, de fer, d'eau »²¹². Cette Wallonie est également « celle des langues et de ses peuples, riche de son histoire, fière de son présent et tournée vers son avenir »²¹³. L'équipe du musée se pose des questions primordiales sur l'identité wallonne à l'heure actuelle et sur la manière d'exposer les objets « issus du quotidien d'hier » pour que cela parle aux visiteurs d'aujourd'hui²¹⁴. Ce musée de société vit depuis lors, avec une devise en tête, celle des pères fondateurs :

Un musée de la vie populaire doit s'enrichir tous les jours et ne jamais être considéré comme une chose terminée. Tous les jours nous fabriquons du passé pour demain²¹⁵.

²⁰⁹ QUOILIN, Cécile et POSTULA, Jean-Louis, « Rendre compte de la société d'aujourd'hui », *Les Cahiers de Muséologie*, n°0 Dans la marge, mars 2017. URL : <https://popups.uliege.be/2406-7202/index.php?id=158>, p.7.

²¹⁰ *Ibid.*

²¹¹ GOB, André et DROUGUET, Noémie, 2003 : « La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels », Paris : Armand Colin, p.164.

²¹² Source officielle du Musée de la Vie wallonne (« Document de travail pour les guides »), p.1.

²¹³ *Ibid.*

²¹⁴ *Id.*, p. 3.

²¹⁵ Panneaux explicatifs au sein du parcours permanent du Musée de la Vie wallonne.

L'institution aborde le passé et parvient ainsi à toucher des visiteurs nostalgiques qui sont animés par l'envie de (re)voir « les métiers d'autrefois ou la reconstitution [d'une] cuisine ardennaise »²¹⁶. Ceci étant, elle ne laisse jamais le passé prendre le pas entièrement sur le présent et l'aborde également. D'une part, à travers son exposition permanente, où sont présentées des comparaisons entre ce qui se faisait et ce qui se fait aujourd'hui afin d'interpeller les visiteurs. D'autre part, par les expositions temporaires qui permettent une approche muséographique ainsi qu'une médiation différente. Par exemple, l'exposition permanente propose une vitrine comparative d'éléments scolaires tels que les jeux, les vêtements ou encore les accessoires d'hier en comparaison avec ceux temporellement proches de nous (annexe IV)²¹⁷ : la présence notamment d'une casquette du célèbre personnage de Walt Disney « Mickey Mouse » montre l'influence des États-Unis.

5. Le choix de structuration du parcours permanent : l'approche thématique

Le parcours de l'exposition permanente est rythmé par cinq thématiques : WallonieS, (R)évolutions économiques, Vivre ensemble, Jour après jour et Vie de l'esprit²¹⁸. Les thématiques abordées comme

les pratiques festives, les modes de vie et les savoir-faire liés à l'artisanat ou aux métiers ont été beaucoup étudiés par le Musée dans le passé. Il est important de continuer à s'y intéresser afin de faire ressortir les évolutions, les différences, les nouveautés au cours du temps²¹⁹.

À titre d'exemple, le premier étage propose des logettes d'espace de vie faisant découvrir l'intimité des pièces du foyer familial. Plus que des reconstitutions d'intérieurs, le musée caractérise ces espaces comme des « évolutions d'espaces de vie »²²⁰. Ainsi, le séjour met en scène les années 1950 et « l'évolution du cadre de vie et des nouveaux besoins de consommation » avec un lieu convivial où apparaissaient de nouveaux objets du quotidien : la télévision ou encore la hi-fi. Nous y voyons également une américanisation progressive gagnant les foyers²²¹ (annexe V).

²¹⁶ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p. 221.

²¹⁷ Source officielle du Musée de la Vie wallonne (« Document de travail pour les guides »), p.73.

²¹⁸ *Id.*, p. 3.

²¹⁹ POSTULA, Jean-Louis dans : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p.144.

²²⁰ Source officielle du Musée de la Vie wallonne (« Document de travail pour les guides »), p. 49.

²²¹ *Id.*, p. 54.

6. Le folklore wallon

Le revival folklorique prend place dans certains musées de société et il est important de le signaler au public parfois mal informé. Le MVW expose ce « faux vieux » ainsi que des objets détournés tout en le mentionnant sur des panneaux explicatifs. Le folklore wallon connaît un « regain » dans l'entre-deux-guerres avec un « renouveau spectaculaire » davantage présent dans les années 1960 et 1970²²². C'est avec une volonté de mettre en avant la richesse du terroir wallon et d'affirmer l'identité wallonne que ce regain se déploie, comprenant des confréries, des groupes folkloriques ou encore des fêtes pittoresques²²³. Un large public apprécie ces « réjouissances collectives » et cela instaure le « sentiment d'appartenance à une région »²²⁴. En Wallonie,

le revival illustre le regain d'intérêt qu'a connu le folklore après une longue période de dénigrement et de rejet (...) il porte aussi un autre regard sur les objets de la vie quotidienne d'autrefois, en leur décernant une nouvelle fonction essentiellement décorative²²⁵.

7. Le musée de folklore devient le musée de société

7.1. Repenser les missions du musée

Face « au défi d'une indispensable actualisation et redéfinition de son projet muséal »²²⁶, le MVW place « l'Homme (...) au centre du discours »²²⁷ dans l'objectif de permettre « au sein du Musée la mise en valeur des enjeux parfois complexes de la société contemporaine »²²⁸.

C'est dans cette optique et à travers l'influence de la « nouvelle muséologie » que le musée procède à des rénovations (2003-2008)²²⁹ : « l'ancien musée de folklore a cédé la place à un musée de société, riche de la Wallonie présente et résolument tournée vers demain... »²³⁰. L'année 2008 a marqué un profond changement dans les pratiques de médiation culturelle, que nous aborderons dans la deuxième partie de ce chapitre.

²²² Panneaux explicatifs au sein du parcours permanent du Musée de la Vie wallonne.

²²³ *Ibid.*

²²⁴ *Ibid.*

²²⁵ *Ibid.*

²²⁶ QUOILIN, Cécile et POSTULA, Jean-Louis, « Rendre compte de la société d'aujourd'hui », *Les Cahiers de Muséologie*, n°0 Dans la marge, mars 2017. URL : <https://popups.uliege.be/2406-7202/index.php?id=158>, p.1.

²²⁷ *Ibid.*

²²⁸ *Ibid.*

²²⁹ POSTULA, Jean-Louis dans : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p.143.

²³⁰ Site officiel du Musée de la Vie wallonne : <https://www.provincedeliege.be/fr/node/833>.

La rénovation du musée a également permis de relancer les enquêtes ethnographiques arrêtées dans les années 1980-1990. Ainsi, des films réalisés permettront d'enrichir le parcours permanent du musée²³¹. Un nouveau département voit le jour – Pôle Études ethnographiques-Patrimoine oral et immatériel – dans le courant de l'année 2013 pour poser un regard sur la société contemporaine et conserver « des traces liées au patrimoine immatériel de la région »²³².

7.2. Collecter les objets-témoins du Covid-19

Dans cette volonté de réactualisation, le musée continue les appels aux dons – via la presse locale, le site internet et les médias – permettant de collecter des témoignages précieux sur la société²³³. Une collecte récente d'objets-témoins de la crise du Covid-19 a permis de les exposer à l'entrée du musée (annexe VI). Un an après l'annonce du premier confinement national, le musée partage une publication sur la page Facebook relative à cette collecte (« Le 18 mars 2020, à midi, la Belgique se mettait en pause »)²³⁴. Le confinement a bouleversé notre quotidien « impliquant un changement radical dans nos pratiques »²³⁵. Un musée de société se doit de tenir sa « mission de sauvegarde des traces du passé et du présent »²³⁶. C'est la raison pour laquelle le musée, dès le mois d'avril 2020, a lancé une collecte d'objets de la crise sanitaire auprès de la population. Ils expriment l'importance de « récolter dans l'instant »²³⁷ car « l'histoire s'écrit tous les jours »²³⁸ et il est nécessaire d'en récolter les traces. Celles qui témoignent de la réalité de la société. L'équipe du musée décide alors d'exposer dans une vitrine, à l'accueil, accessible gratuitement, certains des éléments collectés et conserve les autres dans les réserves du musée²³⁹. Tous les objets collectés sont également visibles sur le catalogue en ligne du musée²⁴⁰ et la collecte d'objets continue depuis lors via le Centre de

²³¹ POSTULA, Jean-Louis dans : LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège, p.143.

²³² *Ibid.*, pp.143-144.

²³³ QUOILIN, Cécile et POSTULA, Jean-Louis, « Rendre compte de la société d'aujourd'hui », *Les Cahiers de Muséologie*, n°0 Dans la marge, mars 2017. URL : <https://popups.uliege.be/2406-7202/index.php?id=158>, p.7.

²³⁴ Publication sur la page Facebook du Musée de la Vie wallonne : <https://www.facebook.com/223431595384/posts/10165099973050385/?d=n>

²³⁵ *Ibid.*

²³⁶ *Ibid.*

²³⁷ *Ibid.*

²³⁸ *Ibid.*

²³⁹ *Ibid.*

²⁴⁰ Les collections en ligne du Musée de la Vie wallonne : http://collections.viewallonnie.be/?fbclid=IwAR1bxa_s5MuQQtEj8c768uuQk10HnQ2M29tCJV2p4WmyTt9_nHJv8EP3SvE.

documentation du musée²⁴¹. Il est donc essentiel de « documenter la crise du coronavirus »²⁴², de collecter des traces et des souvenirs de la population, ces derniers

témoignent non seulement de l'évolution de la gestion sanitaire de la crise, mais aussi de l'humour, de la créativité et des gestes de solidarité qui continuent à s'exprimer sur le territoire wallon²⁴³.

Les masques, d'abord artisanaux, le gel hydroalcoolique, le *testing*, le *tracing* ou encore la distanciation sociale sont des termes qui aujourd'hui nous sont devenus familiers²⁴⁴. Il est important d'en garder une trace matérielle, qui permet de témoigner de l'immatériel. La créativité de la population est mise en avant par le musée. Par exemple, la perche pour micro « fait maison » ou le serre-masque fabriqué à partir de bouchons de liège²⁴⁵.

Tel qu'exposé dans le premier chapitre, c'est grâce à la population qu'un musée de société se déploie, grandit et s'interroge sur le passé, le présent ainsi que sur le futur. C'est avec la population que le MVW constitue les archives de la crise sanitaire du Covid-19. Les sociétés, au cours du XIX^e siècle ont ressenti l'urgence de collecter les objets²⁴⁶. Le Musée du Vieux-Liège était animé par les mêmes motivations, avec la volonté de « sauver de l'oubli et de la destruction les témoins du passé populaire »²⁴⁷. En 2020, le MVW tente toujours de conserver la mémoire, les traces, le présent devenant passé, les témoignages de la « Vie wallonne »²⁴⁸.

²⁴¹ Publication sur la page Facebook du Musée de la Vie wallonne :

<https://www.facebook.com/223431595384/posts/10165099973050385/?d=n>.

²⁴² *Id.*, <https://www.facebook.com/museeviewallonnes/posts/10165253476390385>.

²⁴³ *Ibid.*

²⁴⁴ *Ibid.*

²⁴⁵ *Ibid.*

²⁴⁶ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p.23.

²⁴⁷ MORAN, GARCIA Sarah, 7 sur 7, publié le 23.04.20, « Le Musée de la Vie wallonne veut collecter les traces de la crise sanitaire du Covid-19 », https://www.7sur7.be/dossier-liege-et-sa-region/le-musee-de-la-vie-wallonne-veut-collecter-les-traces-de-la-crise-sanitaire-du-Covid-19~a480938d/?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=socialsharing_web&fbclid=IwAR3U9zDqHQb2FwtWaT23V8igdGAcFl6JeYd14az0XyXyo_yK1JT9Gev2ryw&referrer=https%3A%2F%2F1.facebook.com%2F.

²⁴⁸ *Ibid.*

DEUXIEME PARTIE

L'Avant et le Pendant Covid

Nous allons aborder la médiation culturelle pratiquée au MVW avant la crise du coronavirus pour ensuite contextualiser cette crise sanitaire de manière générale.

1. Les pratiques de médiation culturelle au Musée de la Vie wallonne

Afin d'analyser la médiation culturelle avant et pendant la crise sanitaire, le Responsable Médiation culturelle, Alexandre Lambrette est interrogé le 28 août 2020. Nous présenterons tout d'abord le service de médiation du musée pour examiner par après les offres de médiation proposées au public à travers le parcours permanent, les expositions temporaires et autres offres culturelles. Nous ciblerons ensuite le public du musée pour, finalement, contextualiser la crise du Covid-19 dans les musées en général afin de mieux appréhender l'impact de la crise sur notre objet d'étude.

1.1. Présentation du service de médiation

Le MVW tente depuis la réouverture en 2008 de dynamiser les activités proposées au public. La même année, le service de médiation est créé avec la volonté d'axer la médiation sur les échanges et les interactions avec le public. L'équipe y parvient notamment grâce aux manipulations d'objets de collection par les médiateurs et celles d'objets achetés par le service médiation²⁴⁹. D'après Serge Chaumier et François Mairesse, la médiation culturelle est un concept qui demeure flou et qui englobe une multitude de pratiques. Nous pouvons citer les ateliers qui permettent véritablement de stimuler tous les sens, à la différence d'autres activités muséales où seules l'ouïe et la vue sont mobilisées par le public²⁵⁰. À titre d'exemple, ils évoquent notamment des manipulations d'objets, des créations de « bricolages » ou des fouilles archéologiques. Cela permet « de s'approprier progressivement un certain nombre de concepts, la plupart du temps de manière ludique, toujours de manière active »²⁵¹. C'est cette participation réelle que le MVW se fixe comme objectif. La médiation culturelle dans un musée ne se limite donc pas aux visites guidées, « le plus souvent des activités spécifiques sont proposées qui associent interactivité et manipulations »²⁵².

²⁴⁹ Selon Alexandre Lambrette (Communication personnelle, le 28 août 2020) dans : annexe I, p.125.

²⁵⁰ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition., p.11.

²⁵¹ *Ibid.*

²⁵² GOB, André et DROUGUET, Noémie, 2003 : « La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels », Paris : Armand Colin, p.178.

Quelques années plus tard, le MVW décide d'allouer un budget spécifique à la médiation permettant un renforcement d'idées innovantes tant pour les stages de vacances que pour les expositions temporaires. Ces innovations s'épanouissent davantage lorsque, depuis trois ans, les dispositifs de médiation entrent dans le budget des expositions temporaires. Les expositions temporaires génèrent un nouveau dynamisme pour le musée avec des dispositifs invitant à manipuler, à participer et à découvrir autrement.

1.2. Le parcours permanent et les expositions temporaires

L'essor considérable des expositions temporaires remonte aux années 1960 avec une volonté de « faire venir des publics différents »²⁵³. Élisabeth Caillet parle « d'offre variée pour attirer un maximum de regards »²⁵⁴. De surcroît, lorsque les concepteurs envisagent une exposition temporaire, ils imaginent une panoplie d'idées innovantes. Ils peuvent par exemple se permettre d'installer des dispositifs qui risqueraient de mal et rapidement vieillir dans le parcours permanent²⁵⁵. Une plus grande prise de risque est adoptée et une plus grande liberté quant aux choix des dispositifs de médiation est permise.

Prenons l'exemple de l'exposition temporaire présentée au MVW en 2019 : « Super marionnettes, l'expo dont tu es le super héros ». Cette exposition est interactive en proposant une expo-jeu pour les enfants, mais également pour les adultes. Alexandre Lambrette affirme qu'il est possible de proposer la même chose à un adulte qu'à un enfant, seule la manière de l'aborder est différente²⁵⁶. L'exposition s'adresse aux adultes en retraçant l'histoire de cette activité ancestrale du Théâtre de Marionnettes tout en intriguant les enfants avec un jeu de piste dont l'objectif est de retrouver Nanesse, l'épouse du célèbre Tchanchès. Des indices sont dissimulés tout au long de l'exposition. L'équipe de médiation a mêlé l'art des marionnettes avec l'univers des jeux vidéo, grâce à des éléments de l'univers vidéoludique (annexe VII). L'exposition permet aux visiteurs de participer au jeu de piste par lequel ils sont mentalement engagés et de manipuler des objets qui les stimulent physiquement. Ce double engagement du corps

²⁵³ CAILLET, Élisabeth, 1995 : « À l'approche du Musée, la médiation culturelle », collab. Lehalle Evelyne. Lyon : Presses universitaires de Lyon, p. 87.

²⁵⁴ *Id.*, p.88.

²⁵⁵ Document de référence ICOM International, 2014 : « Projet d'exposition, le guide des bonnes pratiques » de la Fédération des entreprises publiques locales, Association Scénographes, p.21.

²⁵⁶ Selon Alexandre Lambrette (Communication personnelle, le 28 août 2020) dans : annexe I, p. 125.

et de l'esprit permet un apprentissage de l'art des marionnettes. Les visiteurs sont en effet invités à créer un spectacle de marionnettes en s'inspirant de livres mis à disposition ainsi qu'à sous-peser des marionnettes pour se rendre compte du poids de celles-ci et de la difficulté d'être montreur de marionnettes. De plus, ils sont amenés à réfléchir sur les matières composant une marionnette en appuyant sur des boutons (annexe VIII). Ces dispositifs de médiation montrent l'importance des expositions temporaires, lesquelles permettent une participation plus complète du public, « en éliminant les barrières et les conventions – ne pas parler, de [ne] pas bouger, ne pas être actif – en vigueur dans les musées »²⁵⁷.

Ce public a un double rôle essentiel en tant que visiteur de l'exposition et spectateur d'une pièce du Théâtre de marionnettes. Afin d'illustrer nos propos, nous mobiliserons à nouveau les « Actes du colloque : La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant » ainsi que l'exemple de l'exposition « Super Marionnettes ». Cet exemple est choisi pour deux raisons. Premièrement, cette exposition temporaire amène une véritable participation des visiteurs et deuxièmement, la marionnette est essentielle au MVW, elle possède, nous l'avons vu, un statut hybride : c'est un objet de musée et un patrimoine vivant²⁵⁸.

L'exposition « Super Marionnettes » permet de « rendre les marionnettes exposées vivantes, en leur donnant des rôles à jouer au sein de l'intrigue »²⁵⁹. En effet, Nanesse a disparu et il faut la retrouver en s'aidant d'indices semés tout au long de l'exposition. Cette exposition a aussi été l'occasion pour l'équipe du musée de rencontrer des marionnettistes liégeois, de réaliser des reportages sur leur vision du personnage de Tchanchès et de l'importance de la transmission de ce PCI²⁶⁰.

Au sein de cette exposition, l'immatériel est également exposé. Les concepteurs évoquent non seulement l'objet, mais également le savoir-faire derrière l'objet avec notamment la possibilité de soupeser le poids des marionnettes pour prendre conscience de la difficulté d'être montreur de marionnettes.

²⁵⁷ GOB, André et DROUGUET, Noémie, 2003 : « La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels », Paris : Armand Colin, p.178.

²⁵⁸ JADOT, Céline, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 9.

²⁵⁹ *Id.*, p. 10.

²⁶⁰ POSTULA, Jean-Louis, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 85.

Ce type de médiation permet ainsi une valorisation du patrimoine vivant. De plus, au sein de l'exposition « Super Marionnettes », la marionnette n'est pas sacralisée dans une vitrine, les visiteurs participent à l'exposition et apprennent l'histoire de cet art populaire en s'amusant. Au théâtre ou au sein de cette exposition, une histoire est racontée²⁶¹.

La grande différence entre le spectateur et le visiteur est que le visiteur ne sera pas « assis immobile, mais bien dans une expérience de visiteur actif et mobile dans l'espace qui va émoustiller sa réception cognitive et sensitive »²⁶². L'exposition « Super Marionnettes » invite les visiteurs à manipuler de nombreux dispositifs de médiation, permettant de rompre la « distance » installée par la vitrine entre la marionnette et le savoir-faire ainsi qu'entre la marionnette et le visiteur²⁶³. Grâce à la mise en place de ces dispositifs, le visiteur

est stimulé par plusieurs mises en espace et positions de la marionnette, la présentation d'un espace concret de jeu, comme un castelet, une toile d'écran, une vidéo montrant la technique de jeu, le corps dans l'espace (...) et lui sont données des expériences de manipulation²⁶⁴.

Cela participe à redonner vie aux marionnettes exposées et également de présenter aux visiteurs « la complexité des variantes de la marionnette »²⁶⁵ : sur scène et en vitrine. Sur scène, la marionnette va au-delà du réel et touche un « monde imaginaire »²⁶⁶. En vitrine, la marionnette touche l'imaginaire du visiteur et fait « resurgir le souvenir du mouvement »²⁶⁷. L'expérience tant sur scène qu'en vitrine sera bel et bien vivante²⁶⁸. De plus, « le temps de la représentation » et celui de la visite « convoquent tous les deux à un moment précis la rencontre entre le public et la matière artistique et culturelle »²⁶⁹. Par ces choix scénographiques, les concepteurs de l'exposition « Super Marionnettes » entrent en dialogue avec le visiteur²⁷⁰.

²⁶¹ HOUTTEMAN-FLABAT, Françoise, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 40.

²⁶² *Ibid.*

²⁶³ *Id.*, p.41.

²⁶⁴ *Ibid.*

²⁶⁵ *Id.*, p.42.

²⁶⁶ *Ibid.*

²⁶⁷ *Ibid.*

²⁶⁸ *Ibid.*

²⁶⁹ *Id.*, p.43.

²⁷⁰ QUOILIN, Cécile, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 58.

En plus de l'exposition permanente, des expositions temporaires et du théâtre, le MVW propose également des ateliers autour de la marionnette comme « Dis-moi Tchanchès »²⁷¹ favorisant une médiation culturelle dynamique, qui laisse place aux échanges.

Au Théâtre, les marionnettes ne sont pas sacralisées ou « intouchables »²⁷². D'autant moins, lorsque les visiteurs sont invités après les représentations à se rendre dans les coulisses « pour approcher au plus près du métier de montreur »²⁷³. Le « porteur de tradition »²⁷⁴ est ainsi mis en avant.

En définitive, le public joue un rôle essentiel. Il tient même le rôle principal lorsqu'« il regarde les marionnettes, mêmes immobiles »²⁷⁵. Les concepteurs vont tenter de toucher « l'imaginaire des visiteurs »²⁷⁶. Ils vont « venir rendre, de façon imaginaire, le mouvement et la vie à ces marionnettes »²⁷⁷. Les objets exposés ne suffisent pas, tant de choses doivent être pensées autour : « au-delà de simplement pendre des marionnettes dans des vitrines »²⁷⁸. Ce ne sont pas des objets « statiques »²⁷⁹, mais des supports de dialogue²⁸⁰. Il est important « non seulement de montrer un objet matériel, mais surtout de capter l'attention et de concerner le visiteur-spectateur »²⁸¹.

En tant que musée de société, les expositions présentées au MVW peuvent jouer « le rôle de miroir de notre société et (de) susciter des émotions et de l'imaginaire »²⁸², en y ajoutant des témoignages et autres dispositifs sensoriels²⁸³.

²⁷¹ *Ibid.*

²⁷² DROUGUET, Noémie, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p.19.

²⁷³ *Ibid.*

²⁷⁴ *Ibid.*

²⁷⁵ *Id.*, p.80.

²⁷⁶ *Ibid.*

²⁷⁷ *Ibid.*

²⁷⁸ *Ibid.*

²⁷⁹ LEMPEREUR, Françoise, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p.150.

²⁸⁰ *Ibid.*

²⁸¹ *Id.*, p.146.

²⁸² *Ibid.*

²⁸³ *Ibid.*

1.3. Au-delà des expositions, l'extension de l'offre

Les collections, pendant longtemps, constituaient la préoccupation centrale des musées et seule « la présentation des œuvres suffisait »²⁸⁴. Au fil du temps, la tendance s'est renversée et nous retrouvons le public au cœur des préoccupations du secteur muséal. Comme le constatent Serge Chaumier et François Mairesse, « entretenir un patrimoine soit, c'est utile, mais à quoi cela sert-il si personne ou bien peu n'en profite ? »²⁸⁵. C'est l'une des raisons pour laquelle, le MVW tente de toucher son public via ce qu'Alexandre Lambrette explique comme étant une intensification de l'offre aux fêtes calendaires. L'équipe de médiation crée des pratiques de médiation liées à des thématiques qui régissent l'année : la « Nuit des Macralles » en octobre engageant des comédiens professionnels pour faire vivre autrement les collections du musée, « Noël au Musée » invitant les visiteurs à fêter sur plusieurs jours la fête de la nativité ou encore « Les Estivales » proposant de visiter autrement le musée en été. Il existe une volonté, par cette offre, de désacraliser le musée avec justement une « offre culturelle d'un autre type, diverse et accessible à tous (...) aussi bien destiné[e](s) à un public d'habitues qu'aux personnes a priori peu consommatrices d'activités muséales »²⁸⁶. La médiation culturelle permet de « prolonger, servir d'une certaine manière, approfondir le lien »²⁸⁷, mais aussi de « donner des occasions d'échanges à partir de contenus »²⁸⁸. Confrontée à cette question de la participation des publics, « (...) la médiation vise moins à informer et transmettre des savoirs qu'à inviter les publics auxquels elle s'adresse à se les approprier en les discutant (...) »²⁸⁹.

2. Les publics du Musée de la Vie wallonne

Le MVW s'adresse principalement au public scolaire et Alexandre Lambrette met en évidence la nécessité de « mettre le musée à leur hauteur avec une médiation humaine »²⁹⁰. Les dispositifs de médiation au sein du parcours permanent ne sont ni suffisants, ni aboutis pour un jeune public. Alors, depuis 2008, le musée a renforcé les

²⁸⁴ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition, p.29

²⁸⁵ *Ibid.*

²⁸⁶ QUOILIN, Cécile et POSTULA, Jean-Louis, « Rendre compte de la société d'aujourd'hui », *Les Cahiers de Muséologie*, n°0 Dans la marge, mars 2017. URL : <https://popups.uliege.be/2406-7202/index.php?id=158>, p.14.

²⁸⁷ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition, p.29.

²⁸⁸ *Id.*, pp.29-30.

²⁸⁹ *Id.*, p.130.

²⁹⁰ Selon Alexandre Lambrette (Communication personnelle, le 28 août 2020) dans : annexe I, p.125.

pratiques de médiation dites humaines avec des visites guidées innovantes et des activités constituant un environnement qui interpelle les visiteurs²⁹¹. Chaque activité est envisagée en pensant aux interactions avec le public. Pour surprendre le public et attiser sa curiosité, le musée décide donc de rythmer l'année avec des offres culturelles.

Les animations à destination des enfants sont spécifiques dans la mesure où le musée offre « aux jeunes la possibilité d'un contact direct et privilégié avec les objets de musées (...) dans un cadre ludique, celui du temps des loisirs »²⁹² tout en essayant par les pratiques de médiation de faire passer un message aux plus jeunes, de leur apprendre quelque chose²⁹³. Par exemple, l'activité « Les Contes » du MVW propose aux enfants une histoire contée ainsi qu'une visite du musée rythmée par les thématiques abordées dans l'histoire. Le musée a choisi d'aborder des histoires allant à l'encontre de stéréotypes et cela permet, sur un ton anecdotique, fictionnel et parfois très féérique, de véhiculer des valeurs. L'essentiel est d'être médiateur « entre le groupe et l'objet, entre le jeune et le patrimoine »²⁹⁴ (les contes faisant partie de la littérature orale du PCI mobilisant l'imaginaire²⁹⁵). Pour ce faire, le médiateur élabore « un discours – sous les formes les plus variées et les plus ludiques possibles – qui permet à l'enfant (...) de s'approprier l'objet de patrimoine, de faire sienne la thématique (...), en aplanissant la difficulté des textes, trop souvent rébarbatifs, même pour le public adulte »²⁹⁶. André Gob et Noémie Drouguet mettent l'accent sur l'importance de l'appropriation du public. Il est essentiel selon eux que les enfants – mais également les adultes – se familiarisent avec le musée²⁹⁷.

Le MVW parvient également à toucher un large public par ses objets de collection, qui nous le rappelons, sont modestes²⁹⁸. Dès lors, les enfants s'identifient plus facilement à ces objets d'usage courant, qui ressemblent aux objets qu'ils (re)connaissent.

²⁹¹ QUOILIN, Cécile et POSTULA, Jean-Louis, « Rendre compte de la société d'aujourd'hui », *Les Cahiers de Muséologie*, n°0 Dans la marge, mars 2017. URL : <https://popups.uliege.be/2406-7202/index.php?id=158>, p. 13.

²⁹² GOB, André et DROUGUET, Noémie, 2003 : « La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels », Paris : Armand Colin, p.177

²⁹³ *Ibid.*

²⁹⁴ *Id.*, p. 178.

²⁹⁵ LEMPEREUR, Françoise, « Introduction au Patrimoine culturel immatériel » (syllabus du cours ANTH0038-1). Université de Liège, 2020-2021, p.16.

²⁹⁶ GOB, André et DROUGUET, Noémie, 2003 : « La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels », Paris : Armand Colin, p.178.

²⁹⁷ *Id.*, p.179.

²⁹⁸ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p.185.

Dans la continuité, c'est aux enfants, mais également à leurs parents, que le Théâtre de marionnettes du musée s'adresse par des pièces à double lecture. Cet art vivant, en lien direct avec le public, est propice à l'improvisation de la part du montreur qui est attentif à ce qui se passe et à ce qui se dit dans la salle : « les enfants contribuent au bon fonctionnement de la pièce »²⁹⁹. Ils n'ont pas de filtre et sont spontanés. Selon Anthony Ficarrotta, ils créent la magie du Théâtre de marionnettes. Comme le musée de société, ce théâtre s'inscrit dans le passé tout comme dans le présent. Monsieur Ficarrotta sculpte le bois à l'ancienne, joue des pièces de la « Bibliothèque bleue » avec Charlemagne et une panoplie de chevaliers, néanmoins il s'ancre dans le présent en créant – sans cesse – des marionnettes et des pièces contemporaines. En mai 2021, il prépare une pièce sur la « malbouffe » avec une marionnette hamburger aux pieds nuggets. Cette ouverture du répertoire a engendré au fil des années un rajeunissement du public constitué de familles avec un intérêt considérable de la part des enfants³⁰⁰. Au-delà du répertoire, la « richesse du mouvement marionnettique » se situe dans le « dialogue, ce triangle entre le marionnettiste ou la personne qui donne l'animation, la marionnette et la personne qui reçoit l'animation, le spectateur »³⁰¹.

De surcroît, le marionnettiste utilise de moins en moins le dialecte « wallon » dans ses pièces car le public auquel il s'adresse a changé. Le Théâtre de Marionnettes n'est donc pas figé, il s'ancre dans notre époque et va vers le public. Le charme du Théâtre de marionnettes, c'est la combinaison du sérieux des « chevaliers d'antan »³⁰² et de l'humour de Tchanchès. Il est indispensable de

tenir compte de l'évolution de la société dans laquelle s'inscrit l'art de la marionnette. Le public évolue, le spectacle évolue, le marionnettiste évolue et la transmission patrimoniale évolue³⁰³.

²⁹⁹ Propos d'Anthony Ficarrotta lors d'une visite guidée dans le cadre du cours d'« Introduction au Patrimoine culturel immatériel » dispensé par Françoise Lempereur (le 13 mai 2021).

³⁰⁰ POSTULA, Jean-Louis, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 84.

³⁰¹ MAQUESTIAU, Ronan, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 71.

³⁰² IMPE, Anaëlle, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 110.

³⁰³ LEMPEREUR, Françoise, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 153.

Dans leur volonté de provoquer un sentiment nostalgique³⁰⁴ et reminiscent auprès des visiteurs, le MVW propose également un catalogue en ligne. Il permet au public de (re)découvrir des coutumes et des traditions grâce à une recherche par mots-clés. Ce catalogue intuitif rend accessible les archives du patrimoine wallon.

3. Contextualisation de la crise sanitaire du Covid-19 au sein des musées

La crise sanitaire mondiale du coronavirus a eu, a et aura de nombreuses retombées économiques, sociales et politiques sur notre quotidien³⁰⁵. Le secteur culturel est fortement impacté et les gouvernements partout dans le monde ont développé des mesures afin de tenter de le soutenir³⁰⁶. Nous avons été témoins de la fermeture des institutions culturelles, de loisirs et de restauration. Nous avons assisté à des « sites du patrimoine mondial vides, des événements culturels annulés, des institutions culturelles aux portes closes (...), des artistes en situation de précarité économique et un secteur du tourisme culturel gravement affecté »³⁰⁷. L'UNESCO a dressé un bilan, dans un bulletin de suivi en avril 2020, sur l'impact de la crise du Covid-19 sur le secteur culturel dans le monde³⁰⁸. Afin de remédier du mieux possible à la situation, de nombreuses campagnes de soutien se sont déployées sur les réseaux sociaux, notamment *#shareourheritage* initiée par l'UNESCO³⁰⁹. Dès les premiers jours du confinement, en mars 2020, de nombreuses organisations intergouvernementales ont tenté d'évaluer l'impact de cette crise via notamment des enquêtes en ligne³¹⁰. En avril 2020, l'ICOM a lancé une enquête mondiale relative à la crise portant sur plusieurs thématiques³¹¹. Il constate, grâce aux 1600 réponses collectées, un « climat d'incertitude » face à l'avenir des musées³¹². Afin de tenter de « soutenir l'accès à la culture dans un contexte de confinement et à atténuer l'impact économique et social sur le secteur »³¹³, les

³⁰⁴ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, pp.181-182.

³⁰⁵ UNESCO, « Culture et COVID-19 : Impact et réponse », publié le 15.04.20, <https://fr.unesco.org/news/culture-Covid-19-impact-reponse>, p. 1.

³⁰⁶ *Ibid.*

³⁰⁷ *Ibid.*

³⁰⁸ *Ibid.*

³⁰⁹ *Ibid.*

³¹⁰ *Id.*, p.2.

³¹¹ ICOM, « Musées, professionnels des musées et COVID-19 : l'ICOM et l'UNESCO publient leurs rapports complets », publié le 26.05.20, https://icom.museum/fr/news/musees-professionnels-des-musees-%e2%80%a8et-Covid-19-resultats-de-lenquete/?fbclid=IwAR0pa-uUKT8EM_2giqUjRFVZY-AyNOERbEs37eNQZanImqly0AiV-R2373o

³¹² Rapport officiel de l'ICOM, « Musées, professionnels des musées et Covid-19 », mai 2020, <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Rapport-mus%C3%A9es-et-COVID-19-1.pdf>, p. 1.

³¹³ UNESCO, « Culture et COVID-19 : Impact et réponse », publié le 15.04.20, <https://fr.unesco.org/news/culture-Covid-19-impact-reponse>, p. 3.

gouvernements déploient des « fonds financiers d'urgence de soutien »³¹⁴. Dans cette contextualisation et dans ce travail, nous n'aborderons pas en détail les retombées économiques sur le secteur, ni les mesures de sécurité et de conservations des expôts des musées³¹⁵.

La pandémie a bouleversé les pratiques des musées « du monde entier, menaçant leur survie financière »³¹⁶. Ces institutions ont su se réinventer et faire face à la crise. Le rapport « Musées, professionnels des musées et Covid-19 » de l'ICOM explique la capacité de ceux-ci à être réactifs, créatifs et adaptatifs³¹⁷.

L'ICOM a su réagir promptement à la situation en mettant en place des recommandations face aux fermetures des musées et en sensibilisant les gouvernements politiques quant à l'urgence de déployer des fonds financiers, tant pour soutenir les musées que pour soutenir les professionnels du secteur³¹⁸. L'enquête mondiale, mentionnée antérieurement, a mis en évidence l'importance de l'usage des réseaux sociaux par les musées interrogés (des professionnels du monde muséal de 107 pays et 5 continents)³¹⁹. Ils étaient, pour la plupart, déjà actifs sur les réseaux sociaux, toutefois une hausse considérable a été constatée pour plus de la moitié des musées. Néanmoins, l'ICOM constate des faiblesses dans l'usage du numérique qui étaient parfois déjà présentes au sein des équipes des musées. Plus de la moitié des personnes interrogées affirment engager un « personnel dédié aux activités numériques »³²⁰, mais pas à temps plein³²¹. L'ICOM s'interroge sur l'avenir et avance que la crise aura un impact « durable sur la manière dont les institutions communiquent avec le public »³²². Le Conseil organise également régulièrement des webinaires invitant des professionnels de l'univers muséal afin de discuter de la numérisation des collections et des compétences

³¹⁴ *Id.*, p. 5.

³¹⁵ Rapport officiel de l'ICOM, « Musées, professionnels des musées et Covid-19 », mai 2020, <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Rapport-mus%C3%A9es-et-COVID-19-1.pdf>, pp. 14-15.

³¹⁶ ICOM, « Musées, professionnels des musées et COVID-19 : l'ICOM et l'UNESCO publient leurs rapports complets », publié le 26.05.20, https://icom.museum/fr/news/musees-professionnels-des-musees-%e2%80%a8et-Covid-19-resultats-de-lenquete/?fbclid=IwAR0pa-uUKT8EM_2giqUjRFVZY-AyNOERbEs37eNQZanImq1y0AiV-R2373o

³¹⁷ Rapport officiel de l'ICOM, « Musées, professionnels des musées et Covid-19 », mai 2020, <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Rapport-mus%C3%A9es-et-COVID-19-1.pdf>, p. 10.

³¹⁸ *Id.*, p.1.

³¹⁹ *Id.*, pp. 1- 2.

³²⁰ *Id.*, p. 9.

³²¹ *Ibid.*

³²² *Id.*, p.10.

numériques³²³.

Ainsi, de très nombreuses initiatives ont été mises en place dès la fermeture des musées en mars 2020. Entre podcasts, visites virtuelles, vidéos informatives et ludiques en passant par des ateliers, des jeux ou encore des concours, les équipes des musées ont tenté du mieux que possible de maintenir les liens avec leurs publics. Nous pouvons citer l'exemple de l'action de médiation du médiateur scientifique du Musée d'Angers (France). Il utilise le jeu vidéo « *Animal Crossing* », sorti en plein confinement et qui a rencontré un incroyable succès, pour créer une visite guidée entre la réalité et le virtuel³²⁴. Nous pouvons également citer l'initiative #*MuseumAtNightChallenge* du Parc d'aventures scientifiques belge (Le Pass), invitant les musées à dévoiler en vidéo ce qui se trame la nuit au sein des institutions³²⁵.

Pendant le confinement, les musées, « à toute heure, depuis notre canapé »³²⁶, nous ont proposé des contenus variés et de « nouvelles manières de vivre l'expérience muséale ». Ils ont souhaité se montrer amusants pour tenter de faire respirer les familles confinées. Toutefois, ils continuent également à « transmettre des savoirs pendant cette période de confinement »³²⁷.

En mai 2020 est dressée une liste des initiatives entreprises par les musées en France notamment dans ce contexte difficile de confinement³²⁸. Ces idées « hors les murs », conçues par les équipes des musées, tentent d'inviter la culture au sein des foyers. Par exemple, les contes pour les petits comme pour les grands, les tutos créatifs simples à réaliser, le lancement de nombreuses chaînes *Youtube* ou encore la création de séries de vidéos sur une thématique³²⁹. Le Musée des Arts Décoratifs (MAD) à Paris a proposé

³²³ ICOM, « WEBINAIRE ICOM, rester en contact : la transformation numérique des musées en temps de COVID-19 », publié le 16.10.20, <https://icom.museum/fr/news/webinaire-transformation-numerique-musees/>.

³²⁴ GEORGES, Annabelle, « En confinement, le Muséum d'Angers rouvre ses portes sur le jeu vidéo *Animal Crossing* », *Le Figaro*, publié le 22.04.2020, <https://www.lefigaro.fr/jeux-vidéo/en-confinement-le-museum-d-angers-rouvre-ses-portes-sur-le-jeu-vidéo-animal-crossing-20200422>.

³²⁵ Site officiel du Parc d'aventures scientifiques : <https://pass.be/>.

³²⁶ DOUGADOS, Mathilde et KUBLER, Bénérice, « Les musées post confinement de nouvelles pratiques ? », *The Conversation*, publié le 13.05.20, <https://theconversation.com/les-musees-post-confinement-vers-de-nouvelles-pratiques-137114?fbclid=IwAR1K3IrfLgXDi-CR-80FbEUgCKy1F6XsDb1GTCRr7A5pKvkBz35b-KoneWk>.

³²⁷ *Ibid.*

³²⁸ CLIC Belgique³²⁸, « Tour de Belgique des initiatives musées & monuments dans un contexte de confinement », publié le 7.05.20, <http://www.club-innovation-culture.fr/tour-Belgique-initiatives-musees-monuments-confinement/?fbclid=IwAR2yx-1Ua3gb2tno4wQe1KLPRDVvRfO IMxz-QrDeNQseSde0aFyWnnsM9g>.

³²⁹ *Ibid.*

des vidéos mettant en avant l'équipe du musée : chacun choisit son objet préféré de la collection et en discute devant la caméra³³⁰. Pour maintenir le lien avec le public et le surprendre, ils ont détourné les objets muséaux avec humour et ont invité le public à s'approprier les œuvres, « la photographie des œuvres est (surtout) devenue le support de la créativité des usagers »³³¹. Les musées ont maintenu le lien avec le public en « ouvrant » les coulisses au public et en mettant en avant leurs équipes³³². D'une certaine façon, ces pratiques ont ainsi permis de démystifier les musées, et de rapprocher les œuvres du public malgré la distance³³³. Les « musées ont su rebondir et proposer une palette d'offres fournies et diversifiées pendant le confinement, montrant que l'art et les musées sont un refuge possible face à la crise »³³⁴.

La réouverture progressive des musées en mai 2020 s'est faite en axant la priorité sur la sécurité du personnel et du public avec des mesures sanitaires à mettre en place. L'ICOM les liste en mai 2020 : réservation obligatoire, port du masque fortement recommandé (devenu obligatoire³³⁵), parcours fléché imposé, définition d'un nombre maximum de visiteurs, respect de la distance de sécurité de 1,5 mètre entre chaque visiteur, imposition d'un temps de visite limité et réduction du nombre de participants aux visites guidées³³⁶. Au début du déconfinement, les visiteurs étaient peu nombreux³³⁷. Les mesures de sécurité freinent la spontanéité des contacts sociaux au sein du musée, mais ces mesures ont également rassuré de nombreux visiteurs³³⁸. À présent, nous allons retracer le vécu du MVW face à ce « climat d'incertitude »³³⁹.

³³⁰ *Ibid.*

³³¹ DOUGADOS, Mathilde et KUBLER, Bénérice, « Les musées post confinement de nouvelles pratiques ? », *The Conversation*, publié le 13.05.20, <https://theconversation.com/les-musees-post-confinement-vers-de-nouvelles-pratiques-137114?fbclid=IwAR1K3IrfLgXDi-CR-80FbEUgCKy1F6XsDb1GTCRr7A5pKvkBz35b-KoneWk>.

³³² *Ibid.*

³³³ *Ibid.*

³³⁴ *Ibid.*

³³⁵ 25.05.20 - Arrêté ministériel portant des mesures d'urgence pour limiter la propagation du coronavirus COVID-19

³³⁶ ICOM, « Musées et déconfinement : assurer la sécurité du public et du personnel, une priorité », publié le 12.05.20, <https://icom.museum/fr/news/musees-et-deconfinement-assurer-la-securite-du-public-et-du-personnel-une-priorite/?fbclid=IwAR1X3I-zpY1ZAKjoHANKDk3nVFDVqOm0zIKAb4Rllkk1hGnZPUeYAs-Jmh4>.

³³⁷ HOREL, Tanguy, « Réouverture timide des musées », RTBF, publié le 1.06.20, https://www.rtbf.be/info/societe/onpdp/detail_reouverture-timide-des-musees?id=10511916&utm_source=rtbfinfo&utm_campaign=social_share&utm_medium=fb_share&fbclid=IwAR3brDg65UX3v-GL-Igi_DqS3FI8VhinUc_gosGzfm8waKgs8R6v5mz0.

³³⁸ *Ibid.*

³³⁹ Rapport officiel de l'ICOM, « Musées, professionnels des musées et Covid-19 », mai 2020, <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Rapport-mus%C3%A9es-et-COVID-19-1.pdf>, p. 1.

CHAPITRE 3 : Les observations des pratiques de médiation au Musée de la Vie wallonne pendant la crise sanitaire du Covid-19

Nous dédions ce troisième chapitre à la description ethnographique du terrain d'enquête. Nous aborderons, afin de comprendre la démarche ethnographique, la méthodologie mobilisée : du choix du terrain d'enquête aux outils ethnographiques utilisés sur le terrain en passant par la manière dont nous avons analysé les données émergentes. Après cette section méthodologique, il convient de rédiger des « descriptions minces »³⁴⁰ laissant place à une description du terrain sans analyse. L'étude du terrain sera réalisée dans le dernier chapitre.

1. Méthodologie

1.1. Le choix de l'objet d'enquête

À la recherche d'un stage universitaire en première année de master, je postule auprès des musées liégeois qui me passionnent. Le MVW en fait partie. Je réalise un stage dans un autre musée cette année-là. Je rencontre, en décembre 2019, Monsieur Lambrette dans le cadre du cours universitaire de « Conception des expositions » dispensé par Mme. Manuelina Cândido Duarte.

En mai 2020, je choisis mon sujet de mémoire. Je décide de me pencher sur l'actualité dans le secteur muséal. Mon choix se porte sur le MVW. Le choix d'un musée de société afin d'évoquer un sujet de société, la crise sanitaire mondiale, m'a paru évident et important. Je contacte Monsieur Lambrette afin de réaliser un terrain ethnographique au sein du musée. Je décide alors d'observer le quotidien du MVW durant la crise et d'étudier l'évolution de la médiation culturelle dans les musées en Belgique en analysant la période particulière du déconfinement. L'idée était de comparer mon terrain ethnographique avec d'autres musées en Belgique. Je délimite la zone géographique aux musées liégeois et je commence mon terrain d'enquête dès juillet 2020. De plus, nous décidons qu'il serait pertinent pour mon étude d'effectuer un stage chez eux durant l'année académique 2020-2021.

Florence Weber et Stéphane Beaud soulignent l'importance de ne pas uniquement

340 Nous choisissons une description mince pour permettre aux lecteurs de percevoir la progression de l'enquête, de voir ce que le chercheur a vu et également d'avoir un contexte précis avant d'entrer dans l'analyse, dans : RÉMY, Catherine, « Accepter de se perdre. Les leçons ethnographiques de Jeanne Favret-Saada », *SociologieS*, 2014. URL : <http://journals.openedition.org/sociologies/4776>.

« aller sur le terrain »³⁴¹, mais bien « d’y rester et d’y travailler »³⁴². Il est important également de prendre de la distance, de « s’éloigner pour mieux voir »³⁴³. En tant que stagiaire du musée, je « reste sur le terrain », je m’implique, rencontre mes futurs collègues et aide au besoin. Je prends également de la distance par ma posture d’étudiante, de « chercheuse » qui observe à l’écart et prend des notes. L’enquête de terrain « engage l’analyse »³⁴⁴ à la condition que le chercheur s’investisse dans son terrain :

Sans cette soif de découvrir, sans cette envie de savoir (...), le terrain devient une formalité, un exercice scolaire, plat, sans intérêt³⁴⁵.

Ce sujet de mémoire, ambitieux et large, se voit restreint pour plusieurs raisons. La première est la situation sanitaire en elle-même qui ne cesse de surprendre de jour en jour. Pour comparer les pratiques de médiation du MVW à celles d’autres musées liégeois, il était envisagé que je me rende dans chaque musée en rédigeant « un journal de bord ». Selon Christophe Lejeune, ce journal garantit « l’ancrage et la validation »³⁴⁶ de la démarche de la recherche qualitative. Ces prises de notes documentent le « cheminement » du chercheur³⁴⁷, car « l’écriture ne fige pas : elle rend manipulable »³⁴⁸. De surcroît, il était prévu de réaliser des entretiens semi-directifs avec les responsables de la médiation culturelle de chaque musée. Plusieurs facteurs me forcent donc à modifier le sujet d’étude. La réouverture des musées lors du déconfinement est progressive et différente selon chaque musée. Il est difficile de solliciter les équipes des musées, déjà débordées par la situation. Ils doivent mettre rapidement en place des mesures de sécurité. Le deuxième confinement annoncé contraint également à la redirection du sujet d’étude.

Réalistement, la deuxième raison apparaît au fur et à mesure des jours passés au MVW. L’investissement sur le terrain est grand et il a semblé essentiel de prendre le temps d’observer, de s’investir dans un seul terrain d’enquête.

³⁴¹ BEAUD, Stéphane et WEBER, Florence, 2010 : « Guide de l’enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques », Paris : La Découverte (4ème édition), p.6.

³⁴² *Ibid.*

³⁴³ *Id.*, p. 7

³⁴⁴ *Id.*, p.10

³⁴⁵ *Id.*, p.13.

³⁴⁶ LEJEUNE, Christophe, 2014 : « Manuel d’analyse qualitative. Analyser sans compter ni classer », Louvain-la-Neuve : De Boeck, p.29.

³⁴⁷ *Ibid.*

³⁴⁸ *Id.*, p. 31.

L'une des raisons qui s'additionne aux premières est que le « questionnement du chercheur évolue au fur et à mesure qu'avance la collecte du matériau »³⁴⁹. En assistant aux activités de médiation, dès l'été 2020, je comprenais l'ampleur des thèmes à analyser. La zone géographique est donc restreinte au MVW et une période est déterminée : à savoir neuf mois sur le terrain. J'ajoute à cette période l'étude du confinement en analysant la page Facebook du musée. Christophe Lejeune développe que le chercheur va sur le terrain dès que possible et qu'à partir de ce moment-là, la problématisation est très large : elle « s'affine et se précise ensuite, parallèlement à la conduite de la collecte du terrain »³⁵⁰. De plus, une « enquête qui ne transforme pas les termes de la question de départ est une mauvaise enquête, inutile et inefficace »³⁵¹ car lorsque nous réalisons un terrain d'enquête, nous ne sommes jamais dans « quelque chose de figé, clos, définitif, cadencé »³⁵². Florence Weber et Stéphane Beaud parleront justement de « thème d'enquête »³⁵³ témoignant du caractère « provisoire et en devenir »³⁵⁴ de ce premier thème :

L'expérience du terrain prouve que c'est par de longs détours et non sans modification (parfois radicale) que le thème se transforme, se fixe définitivement en objet d'enquête³⁵⁵.

Il est nécessaire, afin de ne pas se décourager, d'éviter de choisir un thème trop large et flou. *A contrario*, une « enquête de terrain est limitée, étroitement circonscrite dans le temps et dans l'espace »³⁵⁶. Ce thème nécessite d'être « réalisable en pratique »³⁵⁷, mais également lié à des questions de départ³⁵⁸. Il est idéal que le thème vienne du chercheur lui-même et soit lié à son expérience³⁵⁹. Comme tous, la crise a bouleversé ma façon de vivre : j'ai ressenti le besoin de parler de l'actualité, de ce que nous étions en train de vivre.

J'ai tenté de réduire au maximum l'once de subjectivité présente au sein du journal de bord. Ce terrain sera enrichi de réflexions plus générales sur la médiation culturelle.

³⁴⁹ *Id.*, p. 28

³⁵⁰ *Id.*, p. 42.

³⁵¹ BEAUD, Stéphane et WEBER, Florence, 2010 : « Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques », Paris : La Découverte (4ème édition), p.44.

³⁵² *Id.*, p. 45.

³⁵³ *Id.*, p. 19.

³⁵⁴ *Ibid.*

³⁵⁵ *Id.*, p. 19.

³⁵⁶ *Id.*, p. 22.

³⁵⁷ *Ibid.*

³⁵⁸ *Ibid.*

³⁵⁹ *Ibid.*

Certains sujets seront approfondis, d'autres seront uniquement cités. Afin de préparer au mieux le terrain d'enquête, Florence Weber et Stéphane Beaud expriment l'importance de réaliser des « va-et-vient » entre les lectures scientifiques et le terrain³⁶⁰, d'être compétent sur le thème de départ³⁶¹ et d'étudier le cadre historique du lieu³⁶². Ce sont les objectifs que j'ai tenté d'atteindre tout au long de la recherche.

1.2. Le terrain d'enquête

L'entrée sur le terrain s'est faite le 17 juillet 2020 et « l'analyse commence dès le premier contact avec le terrain »³⁶³. Le chercheur se pose des questions qui vont « guider la collecte des matériaux suivants »³⁶⁴. Ce terrain d'enquête en tant qu'analyse qualitative, « exclut la quantification »³⁶⁵. *A contrario*, la méthode utilisée, développée par Christophe Lejeune, tente de « comprendre les acteurs, en partant de la façon dont ils vivent et appréhendent ce qui leur arrive »³⁶⁶.

Au début de la recherche, plusieurs questions ont été posées, parmi lesquelles nous pouvons citer : Comment ce musée s'est-il adapté à la crise ? Quels types de relations émergent sur les réseaux sociaux ? Est-ce que nous pouvons caractériser les publications en ligne de pratiques de médiation ? Dans quelle mesure les relations avec le public ont-elles été modifiées durant le déconfinement ? De quelle façon la médiation culturelle a-t-elle évolué face aux mesures sanitaires ?

Le chercheur doit « négocier une place sur le terrain »³⁶⁷ tout en étant vigilant à tenir une posture en retrait, permettant d'écouter attentivement³⁶⁸. Lorsque j'ai entrepris mon terrain, les guides connaissaient la raison de ma présence. Dès que le groupe de visiteurs arrivait, les médiateurs me présentaient au groupe, je restais ensuite en retrait et aidait si besoin. Il est important de se présenter aux enquêtés³⁶⁹ et de ne pas les déranger dans leur quotidien tout en parvenant à saisir les bonnes occasions³⁷⁰. C'est la raison pour

³⁶⁰ *Id.*, p. 56.

³⁶¹ *Id.*, p. 48.

³⁶² *Id.*, p. 71.

³⁶³ LEJEUNE, Christophe, 2014 : « Manuel d'analyse qualitative. Analyser sans compter ni classer », Louvain-la-Neuve : De Boeck, p.22.

³⁶⁴ *Ibid.*

³⁶⁵ *Id.*, p. 19.

³⁶⁶ *Ibid.*

³⁶⁷ BEAUD, Stéphane et WEBER, Florence, 2010 : « Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques », Paris : La Découverte (4ème édition), p.22.

³⁶⁸ *Ibid.*

³⁶⁹ *Id.*, p. 92.

³⁷⁰ *Id.*, pp. 103-107.

laquelle je me rendais plus tôt au musée pour discuter avec les guides et y restais plus tard pour les aider à ranger le matériel en écoutant leur ressenti sur l'activité qui venait de se dérouler.

Dès le début de la recherche, il est essentiel de tenir méticuleusement un journal de bord³⁷¹, que je ne consigne pas en annexe vu son aspect personnel. Christophe Lejeune parlera également de « comptes-rendus » que le chercheur doit relater tout au long de sa recherche. Chaque compte-rendu comprend un titre, une date et un ancrage (la circonstance de la prise de note) permettant au chercheur de documenter sa recherche³⁷². Le chercheur rédige ces « traces »³⁷³ systématiquement³⁷⁴. Pour plus de facilité, le chercheur veille à consigner ses notes dans un carnet de poche, facilement manipulable et qui « se laisse (donc) oublier » par les enquêtés³⁷⁵. J'ai pris des notes dans un petit carnet que je mettais au net plus tard. Il est important de ne pas sous-estimer la tenue de ce journal car elle est « indissociable de la scientificité de la démarche qualitative »³⁷⁶. Le chercheur ne consignera pas de « descriptions neutres et factuelles »³⁷⁷, mais bien « ses impressions, ses étonnements, ses projections, ses peurs, ses attentes et ses déceptions »³⁷⁸. En ce faisant, il « fait œuvre de réflexivité »³⁷⁹ et se force à être rigoureux³⁸⁰ pour la suite de sa recherche. Par la même occasion, il pourra déjà établir les forces et les faiblesses de ses hypothèses et de ses présupposés³⁸¹. La description dans ce journal, développent Florence Beaud et Stéphane Weber, doit être précise, détaillée et honnête³⁸². Cette « auto-analyse »³⁸³, disent-ils, permet d'objectiver les attentes du chercheur : il ne faut pas les censurer « sous une apparence de neutralité »³⁸⁴.

³⁷¹ LEJEUNE, Christophe, 2014 : « Manuel d'analyse qualitative. Analyser sans compter ni classer », Louvain-la-Neuve : De Boeck, p.29.

³⁷² *Id.*, p.30.

³⁷³ *Ibid.*

³⁷⁴ *Id.*, p. 31.

³⁷⁵ *Ibid.*

³⁷⁶ *Id.*, p. 33.

³⁷⁷ *Id.*, p. 34.

³⁷⁸ *Ibid.*

³⁷⁹ *Ibid.*

³⁸⁰ *Ibid.*

³⁸¹ *Id.*, pp. 34 - 35

³⁸² BEAUD, Stéphane et WEBER, Florence, 2010 : « Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques », Paris : La Découverte (4ème édition), p.78.

³⁸³ *Id.*, p. 80.

³⁸⁴ *Ibid.*

Ces moments d'observation ont été complétés par de courts entretiens semi-directifs³⁸⁵ interrogeant une partie du personnel du musée : à savoir quatre entretiens semi-directifs avec Irène, Julie, Anthony et Ludovic. J'ai également réalisé un entretien « approfondi » avec Alexandre Lambrette, d'une heure quarante. Dans l'incertitude des nouvelles mesures sanitaires et de l'annonce d'un deuxième confinement, j'ai décidé d'envoyer un questionnaire à la partie manquante du personnel afin de compléter la recherche. Le questionnaire a été envoyé à Karim, Tiffany et Irène (pour obtenir plus de précision). Tel qu'évoqué antérieurement, les retranscriptions de ces entretiens sont consignées en annexe (I). Ces entretiens durent une vingtaine de minutes lorsqu'il s'agit de conversations après une activité et environ une demi-heure pour ceux avec Ludovic et Anthony. Les questionnaires resteront confidentiels et ne seront pas annexés au travail. J'ai conscience de la standardisation des réponses issues des questionnaires³⁸⁶. Toutefois, ces réponses s'enrichissent avec mes observations. Lorsqu'un guide, par exemple, évoque brièvement un problème lié à l'une des mesures sanitaires, je complète son propos avec ce dont j'ai été témoin.

Puisque l'attention est portée sur la manière dont le musée s'est adapté à la crise sur les réseaux sociaux ainsi que durant le déconfinement, les visiteurs ne sont pas interrogés et les réactions (et commentaires) aux publications sur la page Facebook ne sont pas analysés. Cependant, j'ai discuté occasionnellement avec les visiteurs de leur ressenti face à la situation.

L'observation choisie est participante. Je me suis en effet immergée personnellement dans le quotidien du musée, j'ai principalement observé et ponctuellement participé³⁸⁷. L'observation, formulent Florence Weber et Stéphane Beaud, fait partie de la « phase d'immersion »³⁸⁸. Cette phase inclut également des

³⁸⁵ L'entretien semi-directif permet de ne pas être tenu par un questionnaire strict à respecter entièrement. Les questions rédigées en amont constituent davantage un guide d'entretien. Le chercheur peut alors s'adapter plus librement et souplement à la conversation. Cette dimension est renforcée par l'enregistrement de l'entretien permettant au chercheur de ne pas noter entièrement ce qui est dit et ainsi ne pas briser le lien avec l'interlocuteur, dans : SERVAIS, Christine et VANDENINDEN Élise, « Aspects de la profession de médiateur culturel » (notes prises lors du cours MEDC0010-2). Université de Liège, 2019-2020.

³⁸⁶ BEAUD, Stéphane et WEBER, Florence, 2010 : « Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques », Paris : La Découverte (4ème édition), p.158.

³⁸⁷ LAPASSADE, Georges, « Observation participante », Jacqueline Barus-Michel éd., Vocabulaire de psychosociologie. Toulouse, *Érès*, « Hors collection », 2002, pp. 375-390. URL : <https://www.cairn.info/vocabulaire-de-psychosociologie—9782749206851-page-375.htm>.

³⁸⁸ BEAUD, Stéphane et WEBER, Florence, 2010 : « Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques », Paris : La Découverte (4ème édition), p.123.

entretiens. Ces deux outils sont complémentaires et essentiels afin de guider le chercheur à l'analyse du terrain³⁸⁹. L'observation, subjective, se confirme ou s'infirmes avec les entretiens³⁹⁰. Dans la mesure du possible, l'objectif du chercheur est de « rendre familier ce qui est étranger et (de) rendre étranger ce qui est familier »³⁹¹.

Tel qu'évoqué précédemment, l'observation nécessite également un examen attentif des lieux et une installation à une « 'bonne' place d'observation »³⁹² : ne pas être trop visible, sans être caché non plus³⁹³. En général, je me place à l'écart des activités mais participe à certaines, comme ce fut le cas pour l'activité de sculpture et pour le stage « Les savants fous ».

L'idée d'un « dialogue polyphonique »³⁹⁴ du « chercheur [qui] dialogue avec son terrain, avec lui-même » et avec les collègues/enquêtés³⁹⁵, évoqué par Christophe Lejeune, semble également essentiel pour ma recherche. Étant seule sur le terrain à prendre des notes, ce journal était mon confident, essayant mes échecs et encourageant mes victoires. Ce processus dialogique³⁹⁶ « garantit la mémoire et la solidité, la réflexivité et la rigueur, la finesse et la profondeur, la documentation et la légitimité d'une analyse »³⁹⁷. Dans le présent chapitre, j'objective ce dialogue. Grâce à la description ethnographique de mon journal de bord, à celle des entretiens semi-directifs, des réponses au questionnaire, à l'analyse des réseaux sociaux ainsi qu'à la présence de mes photographies, les lecteurs pourront considérer ce qui a été observé.

Afin d'approfondir la recherche, j'ai réalisé des entretiens. Florence Weber et Stéphane Beaud parleront d'« entretiens ethnographiques »³⁹⁸. Ils identifient les entretiens comme faisant partie intégrante de l'enquête. Il existe plusieurs types d'entretiens tout comme il existe plusieurs types d'observations. Pour notre propos, nous aborderons l'entretien approfondi. Cet entretien permet de discuter longuement avec

³⁸⁹ *Ibid.*

³⁹⁰ *Id.*, p. 126.

³⁹¹ *Id.*, p. 130.

³⁹² BEAUD, Stéphane et WEBER, Florence, 2010 : « Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques », Paris : La Découverte (4ème édition), p.139.

³⁹³ *Ibid.*

³⁹⁴ LEJEUNE, Christophe, 2014 : « Manuel d'analyse qualitative. Analyser sans compter ni classer », Louvain-la-Neuve : De Boeck, p.36

³⁹⁵ *Ibid.*

³⁹⁶ *Ibid.*

³⁹⁷ *Ibid.*

³⁹⁸ BEAUD, Stéphane et WEBER, Florence, 2010 : « Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques », Paris : La Découverte (4ème édition), p. 155.

l'enquêté. Ce dernier explique « son univers »³⁹⁹. Selon les auteurs, le nombre d'entretiens est moins important que les relations que le chercheur tisse entre les entretiens et les observations⁴⁰⁰. Ainsi, j'ai pris la décision d'interroger les guides du MVW qui ont été confrontés au déconfinement et également, le Responsable Communication, le marionnettiste et le Responsable Médiation culturelle qui ont été confrontés au confinement ainsi qu'à la gestion intensive des réseaux sociaux. J'ai réalisé un entretien approfondi avec Le Responsable Médiation culturelle en regard au sujet d'étude (les pratiques de médiation dans un musée de société). Ces entretiens ont été enregistrés et retranscrits intégralement.

Les questions posées ont été rédigées afin de connaître le vécu du personnel du musée. Entre autres, j'ai interrogé sur les changements au sein de leur travail, sur l'impact de ces changements, sur les activités de médiation et sur l'impact du port du masque⁴⁰¹ sur la médiation. J'ai également décidé, afin de mieux comprendre leur ressenti, de poser cette question : « en un mot comment résumerez-vous la situation de la crise sanitaire au Musée de la Vie wallonne ? ». Évidemment, la spontanéité des réponses à cette question est présente lors des entretiens. Les questionnaires, quant à eux, ont laissé le temps aux guides de préparer leur réponse.

Après la retranscription des entretiens, la relecture, la mise au propre et le classement des matériaux, vient l'analyse du terrain⁴⁰². Autrement dit, la mise en relation des « données ethnographiques et leur contexte »⁴⁰³.

³⁹⁹ *Id.*, p. 156.

⁴⁰⁰ *Id.*, p. 157.

⁴⁰¹ Le port du masque est rendu obligatoire à partir du 23 juillet 2020, d'application à partir du 25 juillet 2020, dans : Circulaire ministérielle, « Coronavirus Covid-19 : mise à jour des protocoles de déconfinement », 23.07.2020.

⁴⁰² BEAUD, Stéphane et WEBER, Florence, 2010 : « Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques », Paris : La Découverte (4ème édition), pp. 203- 205.

⁴⁰³ *Id.*, p.205.

1.3. L'analyse des données ethnographiques

Dans le dernier chapitre, nous analysons les données du terrain. Pour parvenir à ce résultat, j'ai tout d'abord réalisé une micro-analyse, laquelle doit être comprise comme « l'examen approfondi des premiers extraits du matériau collecté »⁴⁰⁴. La micro-analyse est une lecture minutieuse⁴⁰⁵ qui permettra, d'une part, une ouverture de pistes et, d'autre part, une ouverture d'esprit. J'ai relevé une première fois des termes ou des expressions qui m'interpellaient. À titre d'exemple, celle de « frein visuel » utilisée par l'une des guides du musée en abordant le port du masque. Par cette micro-analyse, j'identifie cette expression qui oriente la suite de mon terrain d'enquête car elle évoque aussitôt plusieurs éléments : le frein et le visuel. Le frein est « destiné à ralentir, à arrêter ou à immobiliser un ensemble (...) doué de mouvement »⁴⁰⁶ : le port du masque immobilise donc le mouvement de la visite guidée. Ensuite, je comprends également l'importance du visage lors d'une visite guidée dans la mesure où la guide insiste sur le frein comme étant « visuel ». Cette micro-analyse vise à s'immerger dans les matériaux collectés et à expliciter les témoignages⁴⁰⁷. Durant l'analyse de terrain, il est également indispensable de contextualiser pour éviter les généralisations hâtives ainsi que la « dispersion et l'isolement des données »⁴⁰⁸ : le présent chapitre représente cette contextualisation.

Consécutivement à cette étape de micro-analyse, j'entreprends l'étape d'étiquetage. Cette étape est une « activité qui vise à découvrir les briques élémentaires d'une théorie en cours d'élaboration. C'est sur ces briques que s'appuie toute la suite de l'analyse »⁴⁰⁹. Contrairement à la micro-analyse, qui se réalise au début de la recherche, l'étiquetage s'exécute tout au long de la recherche⁴¹⁰. Sur chaque retranscription d'entretiens et note d'observations sont apposées des étiquettes⁴¹¹. Ces étiquettes « *qualifient* ce qui se

⁴⁰⁴ LEJEUNE, Christophe, 2014 : « Manuel d'analyse qualitative. Analyser sans compter ni classer », Louvain-la-Neuve : De Boeck, p.43.

⁴⁰⁵ *Ibid.*

⁴⁰⁶ Définition du dictionnaire LaRousse en ligne

⁴⁰⁷ LEJEUNE, Christophe, 2014 : « Manuel d'analyse qualitative. Analyser sans compter ni classer », Louvain-la-Neuve : De Boeck, p.58.

⁴⁰⁸ BEAUD, Stéphane et WEBER, Florence, 2010 : « Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques », Paris : La Découverte (4ème édition), p. 217.

⁴⁰⁹ LEJEUNE, Christophe, 2014 : « Manuel d'analyse qualitative. Analyser sans compter ni classer », Louvain-la-Neuve : De Boeck, p.57.

⁴¹⁰ *Id.*, p.58.

⁴¹¹ *Ibid.*

déroule »⁴¹², « caractérise [nt] un vécu »⁴¹³ et « amorce [nt] une conceptualisation »⁴¹⁴. À travers ces étiquettes, le chercheur note « les attitudes ou les postures »⁴¹⁵ des enquêtés. Cette phase d'étiquetage est une phase préparatoire à l'analyse du terrain⁴¹⁶. Grâce à cette étape, j'ai établi des liens entre les matériaux collectés, et des thématiques d'analyse ont émergé. Avant d'aboutir à des thématiques définitives, j'ai émis plusieurs hypothèses tout en continuant à lire les ouvrages scientifiques. Ces ouvrages « offrent une base de comparaison qui permet de mettre en évidence des différences ou des points communs avec la recherche en cours »⁴¹⁷.

Les étiquettes peuvent être *in vivo*, c'est-à-dire les mots pertinents des enquêtés que le chercheur sélectionne⁴¹⁸. Elles peuvent également faire l'objet de (re)formulation des mots par le chercheur⁴¹⁹. J'ai privilégié le premier type d'étiquettes, en reprenant des expressions saillantes, qui parfois étaient déjà sélectionnées lors de la phase de micro-analyse. Christophe Lejeune met en lumière l'importance d'étiqueter l'expérience vécue des enquêtés afin de tenter de produire un « étiquetage de qualité »⁴²⁰. Pertinemment, l'expérience vécue des enquêtés est au cœur de ce travail. Afin d'envisager la vie « covidée » au sein du musée, l'étape d'étiquetage est essentielle. Elle constitue la conceptualisation, qui est « au cœur de toute recherche »⁴²¹ et qui « pilote la collecte du matériau »⁴²². C'est grâce aux témoignages du personnel du musée que j'ai pu affiner mes analyses et conceptualiser de la façon la plus exacte possible la crise. Dès lors, les thématiques d'analyse étudiées dans le dernier chapitre résultent de cette étape d'étiquetage : chaque section abordée dans le dernier chapitre était une étiquette.

⁴¹² *Ibid.*

⁴¹³ *Ibid.*

⁴¹⁴ *Ibid.*

⁴¹⁵ *Ibid.*

⁴¹⁶ *Ibid.*

⁴¹⁷ *Id.*, p.91.

⁴¹⁸ *Id.*, p.61.

⁴¹⁹ *Id.*, p.62.

⁴²⁰ *Id.*, p.63

⁴²¹ *Id.*, p.112.

⁴²² *Ibid.*

2. Observations

Nous passons à la description ethnographique des pratiques de médiation mises en place par le MVW pour faire face à la crise.

2.1. Mars 2020, le Musée de la Vie wallonne à l'arrêt ?

L'entretien approfondi avec Alexandre Lambrette a permis de passer en revue les pratiques de médiation qui ont dû être adaptées, reportées voire annulées suite à la crise sanitaire. Nous allons tout d'abord envisager la programmation 2020-2021.

Le MVW fait face à l'annulation des visites guidées de groupes de l'exposition temporaire « Super marionnettes ». La fin de cette exposition était prévue en avril 2020 et l'équipe se retrouve, comme tout le pays, à l'arrêt. Le Théâtre de marionnettes, tout comme le musée, ferme ses portes. Très vite, l'équipe de médiation et le marionnettiste s'adaptent à la situation.

Dès le début du premier confinement, l'équipe de médiation doit repenser la huitième édition des « Estivales » prévues pour l'été 2020. Ils décident d'axer leur offre sur les bulles sociales autorisées par le gouvernement, et donc de proposer des activités en famille⁴²³. Par exemple, l'adaptation des activités suivantes : « Les contes », « À petits pas » et « Dis-moi Tchantchès ».

L'« Expo Moto », prévue en avril 2020, est reportée à juillet 2020. Les conférences ainsi que les événements autour de l'exposition sont adaptés au mieux. Notamment « Motard en Herbe », qui propose un tour en moto électrique dans la cour du musée dès l'âge de six ans. Cette activité a dû être adaptée aux mesures sanitaires strictes⁴²⁴. Malheureusement, celle-ci a dû être annulée quelques jours avant l'événement à cause d'un changement des mesures sanitaires. En ce qui concerne l'exposition, le musée réduit le nombre de visiteurs à six personnes sur réservation. Une possibilité d'accueillir des personnes n'ayant pas réservé restait envisageable, sauf si une visite guidée était en cours.

⁴²³ Fin juillet 2020, le nombre de personnes autorisé à faire partie d'une même bulle sociale s'élevait à 5 personnes, sans compter les enfants de moins de 12 ans, dans : Circulaire ministérielle « Coronavirus Covid-19 : mise à jour des protocoles de déconfinement », 27.07.2020.

⁴²⁴ Trois enfants toutes les trente minutes issus de la même bulle afin d'éviter les croisements et de permettre aux organisateurs de désinfecter les motos. De plus, les organisateurs offrent des cagoules jetables aux enfants et le port du masque est obligatoire pour les adultes.

En avril 2020, deux événements ont été annulés : « Pâques 2020 » avec la chasse aux œufs, les ateliers de Pâques et les photos-souvenirs, ainsi que la « Cité de la Bière » avec des micro-brasseries belges et étrangères accueillant habituellement plus de six mille personnes.

2.2. Comment faire vivre un musée alors qu'il est fermé ?⁴²⁵

Nous allons passer en revue les publications du musée sur les réseaux sociaux lors du premier confinement. Dans cette section seront mobilisés les entretiens réalisés avec Alexandre Lambrette, Ludovic Modave et Anthony Ficarrota. Certaines initiatives proposées sur les réseaux sociaux seront davantage analysées.

2.2.1. Les publications sur la page Facebook

L'équipe s'est interrogée sur ce que le musée souhaitait partager sur les réseaux sociaux et ainsi montrer au public qu'il vivait encore, qu'il n'était pas vide et qu'il était bien présent. Selon Alexandre Lambrette : « un musée qui ferme est un musée qui ne parle pas »⁴²⁶.

Avant la crise, le MVW était actif sur la page Facebook et le site internet. La crise a amplifié l'usage de ceux-ci et l'institution ne s'est pas déployée sur d'autres réseaux sociaux. À l'annonce du confinement, l'équipe de médiation travaille en collaboration avec l'équipe de communication. Ludovic Modave, qui en est le responsable, explique qu'il a fallu « repenser la manière d'être en contact avec le public »⁴²⁷. Le musée a tenté de maintenir le lien avec le public via sa page Facebook, qui était jusqu'alors destiné principalement à l'événementiel. Généralement, la médiation propose du contenu avec la mise en place de publications valorisant les collections. Le service de communication s'occupe de la promotion de ces publications. L'initiative « Allô Tchanchès ? » (Annexe IX) ainsi que l'action « Allô Saint-Nicolas ? » ont rencontré un succès auquel l'équipe ne s'attendait pas⁴²⁸. Le public, explique Ludovic Modave, a en effet été très réactif et réceptif aux publications.

Les publications sur la page Facebook, explique Alexandre Lambrette, ont pour objectif de maintenir « le rythme de dynamisme et de rapports aux publics pendant le

⁴²⁵ Selon Alexandre Lambrette (Communication personnelle, le 28 août 2020) dans : annexe I, p.136.

⁴²⁶ *Ibid.*

⁴²⁷ Selon Ludovic Modave (Communication personnelle, le 9 décembre 2020) dans : annexe I, p.140.

⁴²⁸ L'initiative « Allô Saint-Nicolas ? » du Musée de la Vie wallonne en ligne : <https://fb.watch/5ICeh44j2D/> (mis en ligne le 8.12.20).

confinement avec toute la difficulté de garder la fidélisation » acquise et constatée au fil des années⁴²⁹. Le MVW possède en effet une reconnaissance de la part de son public et d'autres musées, notamment au niveau de leurs pratiques de médiation⁴³⁰. Il a fallu redoubler d'idées pour ne pas perdre le public, l'interpeller et lui dire que « tout ne s'arrête pas ! »⁴³¹.

Les publications renvoient généralement vers le catalogue en ligne du musée (annexe X). Cette forte présence sur les réseaux sociaux amène l'équipe du musée à continuer de poster régulièrement après le confinement. L'équipe a créé une offre et des attentes pendant le confinement et doit maintenant répondre à la demande⁴³².

Ci-après, la liste des publications qui sont proposées aux internautes pendant le premier confinement :

Titre de la publication	Description
« Les objets mystères »	Les internautes doivent deviner l'usage d'objets mystérieux.
« Un truc de flou » (annexe XI)	La déclinaison du carnet « Le Monde est Flou » : un objet de collection flouté, pixelisé à reconnaître.
Le Théâtre de marionnettes	<ul style="list-style-type: none"> · Une vidéo à la fermeture du musée autour du covid sur le ton humoristique de Tchanchès. · Les vidéos « Tchanchès al Mohone » (Tchanchès à la maison, en confinement).
« La chanson déformée » (annexe XII)	Des enregistrements sonores des archives du musée déformés à reconnaître.
« Les proverbes wallons » (annexe XIII).	La revalorisation d'anciennes publications autour de proverbes wallons ainsi que leurs traductions.
Les challenges (photos à reproduire)	L'appel au public à reproduire des scènes d'archives, de peintures ou autre.
« Allô Tchanchès ?»	Des permanences téléphoniques avec Tchanchès tous les mercredis.
« Les citations des visiteurs »	Des réactions et des anecdotes des groupes, souvent de la part des enfants collectées pendant les visites guidées.
« Les Focus »	Des focus sur des objets de collection, des traditions, ou encore des savoir-faire.

⁴²⁹ Selon Alexandre Lambrette (Communication personnelle, le 28 août 2020) dans : annexe I, p.137.

⁴³⁰ *Ibid.*

⁴³¹ *Ibid.*

⁴³² Selon Alexandre Lambrette et Ludovic Modave (Communications personnelles, le 28 août 2020 et le 9 décembre 2020) dans : annexe I, pp. 137 et 139.

2.2.1.1. Les objets mystères

Dans l'urgence, le musée tente de maintenir la relation avec le public via la page Facebook. Il tente également de valoriser les collections, de transmettre et d'apprendre quelque chose à son public. Tel est le cas de la publication « Les objets mystères ». Elle se présente en deux temps. Le musée publie une photo d'un objet à l'aspect mystérieux et trompeur en interrogeant le public sur son usage. Il donne, quelques jours plus tard, la réponse avec, d'une part, une explication sur un ton anecdotique et, d'autre part, un lien vers le catalogue en ligne du musée pour en savoir plus sur l'objet. Visiblement, cette catégorie de publications fait participer un large public qui tente de se divertir. Le lien vers le catalogue permet aux curieux d'approfondir l'anecdote sur l'objet et de découvrir le contenu du catalogue du musée.



2.2.1.2. Les citations des visiteurs

Le musée décide également d'élaborer une complicité avec les internautes en publiant des anecdotes amusantes issues d'anciennes visites guidées. Sur le ton de l'humour, le musée propose de se détendre avec cette catégorie de publications. Chaque anecdote tourne autour d'un objet de collection et souvent l'équipe y insère également un lien vers le catalogue en ligne. À travers les publications, le site internet du musée est également mobilisé durant le confinement, ce qui permet de donner de plus amples informations sur les objets de la collection. Le catalogue en ligne invite les internautes à découvrir un large panel d'objets de collection, de savoir-faire, de traditions et de vidéos d'archives, classés grâce à un thésaurus thématique récent (2017).



2.2.1.3. Les Focus

Le MVW mobilise également la page Facebook pour mettre en avant des objets de collections, témoignant d'une époque, d'une tradition ou encore d'un savoir-faire. Les préoccupations au cœur de la démarche du musée de société sont toujours présentes et les internautes pourront en découvrir davantage sur le focus du site internet dédié à la thématique du jour.



2.2.2. Allô Tchantchès ?

Cette initiative⁴³³ est créée par Alexandre Lambrette et Anthony Ficarrota, née d'une dynamique moins « officielle » : lors du premier confinement les deux collègues étaient au téléphone lorsque le fils de Monsieur Lambrette demande à parler à Tchantchès et cet échange téléphonique a réellement enjoué et ému ce petit garçon.

⁴³³ L'initiative « Allô Tchantchès ? » du Musée de la Vie wallonne en ligne : <https://fb.watch/5IEdxY83Yw/> (mis en ligne 28.04.20).

Alors, est apparue l'idée de proposer au public des permanences téléphoniques avec le célèbre Tchanchès tous les mercredis matin pendant le confinement⁴³⁴. Après le confinement, l'initiative est adaptée aux horaires scolaires des enfants, en proposant cette fois des permanences les mercredis après-midi. Entre banalités et émotions, ces échanges téléphoniques ont connu un succès. Les enfants envoyaient des vidéos de remerciements à l'équipe.

« Allô Tchanchès ? » : vignette ethnographique issue du journal de bord (9.12.2020)

J'observe l'envers du décor de l'initiative « Allô Tchanchès ? ».

Dès 14h le téléphone sonne et Anthony Ficarrota emprunte la voix de Tchanchès jusqu'à 16h.

Anthony demande le prénom des enfants, comment ils se portent, ce qu'ils ont reçus par Saint-Nicolas et leur demande si tout se passe bien à l'école. Parfois aussi, Anthony reconnaît les enfants de l'initiative « Allô Saint-Nicolas ? ». D'ailleurs de nombreux enfants demandent si Saint-Nicolas est là et le marionnettiste fait parfois intervenir Saint-Nicolas dans la conversation. Les conversations tournent beaucoup autour des cadeaux reçus à Saint-Nicolas, Anthony pose alors de nombreuses questions sur le sujet.

La première petite fille téléphonant est timide, un adulte aide en parlant en premier à Tchanchès. La petite fille ose ensuite lui parler, lui demande comment il va et si Nanesse est là : Anthony change alors de voix et devient Nanesse.

Nanesse intervient souvent lors des appels : un dialogue émerge alors entre Nanesse, les enfants et Tchanchès. Ce dialogue est amusant car nous retrouvons l'humour piquant de ce couple emblématique que nous avons l'habitude d'entendre durant les spectacles de marionnettes.

Tout comme au théâtre, les appels téléphoniques sont rythmés par des expressions wallonnes ainsi que par l'humour de Tchanchès.

Les enfants parlent « sans filtre » m'explique Anthony entre deux appels. Ils se confient réellement à Tchanchès et parfois expliquent des anecdotes hors sujet ou imaginent toute une histoire que nous comprenons très vite qu'elle est fautive. Ces échanges amusent beaucoup le marionnettiste qui parfois doit s'empêcher de rigoler. Ce qui ajoute à l'interaction et s'avère amusant est l'intervention des adultes : eux-mêmes rigolent des histoires racontées par leurs enfants. Les enfants rigolent beaucoup aux blagues de Tchanchès autour du *péket* ou avec Nanesse. Nous sommes dans une ambiance conviviale, amusante et surprenante.

2.2.3. Le Théâtre de marionnettes : Tchanchès confiné

Au début du confinement, Anthony Ficarrota a écrit et joué une courte pièce filmée annonçant la fermeture du musée et expliquant les gestes barrières⁴³⁵. La vidéo est intitulée « Tchanchès vous informe ! Message d'utilité publique de Tchanchès : Faites preuve de sagesse, contre le Coronavirus, faites pas les biesses ! ». Elle a rencontré un énorme succès sur la toile avec plus de 40.000 vues en l'espace de deux semaines. Tchanchès, personnalité connue et reconnue, a tout d'abord été mobilisé pour faire passer un message important à la population de manière humoristique.

⁴³⁵ Vidéo annonçant la fermeture du musée : <https://fb.watch/5IELMHeGhI/>

L'idée de filmer d'autres vidéos émerge avec « Tchanchès al Mohone » (Tchanchès à la maison). Nous retrouvons, au sein de ces vidéos, Tchanchès en confinement avec son épouse, Nanesse. Chez Monsieur Ficarrotta, ces vidéos prennent vie, il les tourne avec des innovations techniques. Il ne manipule pas les marionnettes par le haut et tente de rendre les scénettes davantage vivantes. Ce dynamisme se ressent également, explique Anthony Ficarrotta, grâce à des *travelling* fait maison⁴³⁶. Citons par exemple la vidéo de Tchanchès appelant ses amis et sa famille sur Skype. Avec humour, cette vidéo montre la difficulté d'être en confinement et de communiquer avec ses proches à distance⁴³⁷. Cela a permis, selon le marionnettiste, de « garder le lien avec le public »⁴³⁸ car il était en interaction avec lui de façon différée – Anthony pouvant lire et réagir aux commentaires par la suite. Ces vidéos postées sur la page Facebook du musée s'invitent dans le quotidien des internautes.

2.3. La réouverture du musée

Dans cette section, nous utilisons les réponses aux questionnaires et entretiens des guides du musée, à savoir Irène, Julie, Karim et Tiffany, ainsi que les observations rédigées au fur et à mesure du terrain.

Précisons que le port du masque était physiquement éprouvant. Il a fallu s'habituer, pour certains, à la sensation d'« étouffement », pour d'autres aux migraines, ainsi qu'à la chaleur de l'été. Il est alors nécessaire de faire des pauses régulièrement à l'extérieur pour permettre aux guides d'enlever leur masque. De nouvelles routines ont dû être mises en place avec les enfants. Il faut prendre leur température lors d'un stage, leur désinfecter les mains et s'assurer qu'ils se lavent également les mains au savon afin de ne pas utiliser uniquement le gel hydroalcoolique qui irrite la peau de certains. Par conséquent, le lieu principal des activités de médiation a été déplacé au sous-sol juste à côté des toilettes. Le premier déconfinement correspond pour le MVW au 21 mai 2020 avec de nombreuses annulations de la part des groupes. Ce n'est qu'à partir du 8 juin que les classes d'école sont autorisées à revenir au musée avec prise de température, port du masque, vestiaires non accessibles et distanciation sociale

⁴³⁶ Selon Anthony Ficarrotta (Communication personnelle, le 9 décembre 2020) dans : annexe I, p.145.

⁴³⁷ Exemples de l'initiative « Tchanchès al Mohone » du Musée de la Vie wallonne en ligne : « Quand Tchanchès fait des Skype » : <https://fb.watch/5IDPVNcliN/> (mis en ligne le 5.05.20) et « Quand Tchanchès doit faire les courses » : <https://fb.watch/5IEgt0ywHH/> (mis en ligne le 25.04.20).

⁴³⁸ Selon Anthony Ficarrotta (Communication personnelle, le 9 décembre 2020) dans : annexe I, p.143.

Ci-dessous, figure le descriptif des activités prévues qui ont dû être adaptées :

Activité prévue	Description	Adaptation
Les événements autour de l'« Expo Moto » (avril 2020)	<ul style="list-style-type: none"> · « Motard en Herbe » · « Découverte de Liège à scooters électriques » 	Annulés.
L' « Année Wallonie Nature » (juin 2020)	Invitant l'Hexapoda de Waremme avec l'événement « Mini-foules » – exposition d'insectes locaux, exotiques et de vivariums le temps d'un week-end du musée universitaire de Waremme.	Reportée.
« Les Estivales » (été 2020), 8 ^e édition	<ul style="list-style-type: none"> · « Les Contes » : double activité mêlant une histoire contée et une visite du musée. · « À petits pas » : activité invitant les enfants à se déguiser en souris pour retrouver les animaux de Wallonie dissimulés dans le musée. · « Du sculpteur à la sculpture » : double activité proposant une visite guidée et un atelier de sculpture. · « Dis-moi Tchanchès » : activité passant en revue la pratique théâtrale à Liège autour du célèbre Tchanchès. 	Maintenues en s'adaptant aux mesures sanitaires.
« Info ou Intox » (été 2020)	Visite guidée truffée d'erreurs et interrogeant l'esprit critique du public.	Adaptée par l'utilisation d'un livret proposant aux visiteurs de s'approprier le musée en semi-autonomie.
« Liège African Market » (été 2020)	Événement invitant de nombreux partenaires extérieurs.	Reporté.
Les « Fêtes de Wallonie » (septembre 2020)	Événement autour de spectacles de marionnettes, d'ateliers de restaurations d'objets par le public lui-même et autres festivités.	Annulées dès le mois d'août par les impositions communales.
Les « Journées du Patrimoine » (septembre 2020)	Événement international qui se tient chaque année sur un thème défini permettant aux visiteurs de découvrir la richesse du Patrimoine.	Maintenues dans un premier temps à condition de ne pas faire de médiation humaine : le musée prévoit alors une visite guidée sur plusieurs sites liégeois avec l'application « Izitravel ». Les mesures s'assouplissent ensuite et la visite peut être envisagée si toutes les réservations passent par l'« AWaP » (Agence wallonne du Patrimoine) et non par le personnel du musée : les réservations étant transmises au musée la veille de l'événement.
La « Nuit des Macralles » (octobre 2020)	Événement fêtant « Halloween » avec des balades contées dans le musée invitant des comédiens professionnels. Les comédiens incarnent des personnages du parcours permanent. Cette co-création entre le musée et les comédiens invite également tout le personnel du musée à se déguiser et à se grimer.	Réduction tout d'abord de la jauge de 35 à 20 personnes ainsi que nécessitant un encadrement de la balade par des guides pour veiller à ventiler les groupes et éviter les croisements. Cet événement a malheureusement ensuite été annulé.

« Noël au Musée » (décembre 2020)	Une collaboration était prévue avec l'ASBL « Carol'or » pour la Saint-Nicolas avec une variété d'activités. En ce qui concerne Noël, un spectacle d'improvisation faisant participer les enfants était organisé : l'« Atelier du Père Noël ».	Toutes les festivités ont été annulées et le musée décide alors d'être présent sur les réseaux sociaux en proposant des tutos-bricolages à réaliser à la maison (annexe XIV).
« Tout en briques » (décembre 2020-janvier 2021)	Une double découverte du musée : les créations uniques par les « AFOL » (Association de Fans de Lego), dissimulées partout dans les vitrines du musée. C'est un très grand événement dont la deuxième édition comptait plus de six mille personnes.	Le musée décide de reporter l'événement car malgré la possibilité de dissimuler les œuvres dans les vitrines et de réduire les jauges de visiteurs, l'événement aurait perdu son charme et son intérêt. Le noyau même de cet événement est en effet le partage et les échanges entre les visiteurs et les créations de Lego : « Cela papote dans tous les coins » ⁴³⁹ .
L'exposition photo temporaire « LOVE – Animal Stories » (prévue en novembre 2021)	Une exposition temporaire exprimant, à travers des photographies, l'amour des humains envers leurs animaux de compagnies.	Inaugurée au printemps 2021 et toutes les conférences et ateliers prévus autour de l'exposition sont annulés.

⁴³⁹ Selon Alexandre Lambrette (Communication personnelle, le 28 août 2020) dans : annexe I, p.136.

Durant l'été 2020, le musée se tient prêt aux potentielles annulations de dernière minute. En outre, à ce moment-là, les sorties culturelles du niveau secondaire n'étaient pas encore autorisées. La signalétique du parcours permanent est renforcée, avec une seule personne autorisée dans l'ascenseur, un sens de visite imposé pour éviter les croisements et l'impossibilité de manipuler les dispositifs de médiation présents dans le musée.

Le Théâtre de marionnettes n'a pas réouvert ses portes au public car il est impossible de respecter le nombre de spectateurs autorisés tout en préservant les valeurs du théâtre. De plus, l'espace étroit derrière la scène ne permet pas de respecter les mesures sanitaires.

Nous allons à présent nous concentrer sur les activités qui ont été maintenues durant l'été et qui ont été adaptées aux mesures sanitaires (annexe XV).

2.3.1. Les Contes

En juillet 2020, j'ai assisté à plusieurs activités des « Estivales », dont l'activité « Les contes », le vendredi 17 juillet. Cette initiative est celle qui a le mieux fonctionné auprès du public⁴⁴⁰.

Le médiateur propose une double activité au public : une ou plusieurs histoire(s) contée(s) choisie(s) par le groupe ainsi qu'une visite guidée autour de la thématique privilégiée.

Le groupe est composé de deux adultes et de quatre enfants. La médiatrice, Irène, me présente et j'explique la raison de ma venue. Avant la crise sanitaire, cette activité était proposée à plus de personnes et s'adressait à des familles ou des groupes scolaires. Les activités des « Estivales » sont réduites aux bulles sociales imposées par le gouvernement. Par conséquent, les visites sont intimistes et personnalisées. Avant l'arrivée du groupe, nous installons le matériel à l'étage : des coussins éparpillés devant Irène, une petite lampe d'ambiance qui sera la seule allumée et les livres. Ces livres abordent la plupart du temps des stéréotypes.

⁴⁴⁰ *Id.*, p.127.



Une fois les livres choisis par les enfants, l'activité commence avec une lecture durant laquelle les ouvrages sont tournés vers les enfants. Il existe alors un échange grâce aux questions de la médiatrice. Au début, les enfants sont timides et n'osent pas répondre. Puis, très vite, ils répondent spontanément et demandent même la parole. Malgré le masque, la médiatrice tente de parler distinctement et parvient à montrer son enthousiasme. Il est important de préciser qu'avant la crise sanitaire, l'animation ne prévoyait pas de montrer les illustrations du livre aux enfants. La méthodologie a été adaptée afin d'aider la médiatrice à animer cette activité contée.

Avant de passer à la suite de l'activité, la médiatrice rappelle les règles sanitaires à respecter. La deuxième partie de l'activité est une visite guidée du musée réalisée de façon très libre. La médiatrice passe par toutes les pièces du musée en s'arrêtant sur les objets de collection en lien avec les histoires lues pour prolonger celles-ci. Toutefois, elle s'arrête également devant des objets susceptibles d'éveiller la curiosité des enfants. Par des anecdotes et des éléments contextuels, sont abordés l'usage d'anciens jouets et d'anciens bancs d'école ou encore l'évolution vestimentaire.



Après la visite, j'aide à désinfecter l'espace à l'étage et, spontanément, Irène propose de répondre à mes premières questions. Elle explique ne plus avoir animé une activité seule depuis le confinement : sa première activité de médiation est celle du 17 juillet avec « Les Contes ». Selon elle, le sens de visite imposé qu'elle décrit de « sens giratoire comme à Walibi »⁴⁴¹ et le port du masque réduisent le charme des visites libres. Avec son collègue Karim, au lendemain du confinement, ils ont animé le premier stage pour enfants dans un nouvel espace adapté aux mesures sanitaires. L'espace est plus grand et permet une distanciation sociale. Il est également proche des toilettes permettant aux enfants de se laver les mains. Elle explique qu'aborder autrement son métier est un véritable défi. Selon elle, il est également difficile de penser en permanence aux gestes barrières⁴⁴² tout en exerçant convenablement son métier. En juillet 2020, Irène insiste sur la difficulté de porter un masque dans une médiation humaine :

Le/la guide doit doubler de positive attitude pour tenter de pallier cet énorme frein visuel⁴⁴³.

La communication via l'expression du visage participe à « la bonne organisation d'une visite guidée/d'une animation »⁴⁴⁴. Le port du masque, selon Irène, freine cette expression qui constitue un élément essentiel dans son métier pour communiquer avec son public⁴⁴⁵.

J'ai également assisté à deux autres représentations de l'animation « Les Contes » : le 5 août 2020 avec Julie et le 13 août 2020 avec Tifany (couplée avec l'animation « À petits pas »).

Nous sommes le 5 août, durant le dernier mois des « Estivales », et le groupe du jour est constitué de deux adultes et de quatre enfants. Les enfants participent à un programme d'activités prévu par une école d'été de Huy. Ce programme propose de garder le contact entre les enfants et les accompagnants. Nous apprenons nos prénoms respectifs et nous partons à l'étage pour écouter les thèmes du jour : Princesse et Chevalier, Stéréotypes autour des jouets et Peur des sorcières. Les enfants sont agités et

⁴⁴¹ Selon Irène (Communication personnelle, le 17 juillet 2020) dans : annexe I, p.146.

⁴⁴² Irène témoigne également la difficulté de ne pas être en contact physique avec les enfants, dans : *id.*, p. 147.

⁴⁴³ *Ibid.*

⁴⁴⁴ Selon Irène (réponses personnelles au questionnaire, le 26 octobre 2020).

⁴⁴⁵ Selon Irène (Communication personnelle, le 17 juillet 2020) dans : annexe I, p.147.

disent ne pas comprendre ce qu'explique Julie avec le masque. La médiatrice explique la difficulté de porter le masque de manière ludique en comparant le masque à l'un des thèmes du jour :

Le masque c'est un peu comme une armure de chevaliers, qu'ils portent pour défendre le peuple et pour se défendre eux-mêmes, mais c'est beaucoup moins lourd qu'une armure ! Donc nous sommes des chevaliers courageux avec une armure beaucoup plus légère qu'avant⁴⁴⁶.

La médiatrice a capté l'attention des enfants avec cette métaphore et l'animation commence dans le calme. Les enfants semblent intrigués par les illustrations et veulent les voir de plus près. Ils pourront le faire après la lecture afin de respecter la distance sociale. La guide exagère ses intonations et les enfants sont surpris. À la troisième histoire, deux des enfants ne semblent plus attentifs et font du bruit. À la fin, Julie leur demande ce qu'ils ont retenu des histoires, ce qu'ils ont aimé ou à l'inverse moins apprécié : de manière générale, les enfants retiennent le contenu des histoires.



Après cet échange, nous passons à la visite dans le musée. Malheureusement, les enfants parlent en même temps que la guide, ne répondent pas aux questions posées et courent dans le musée lors de nos déplacements d'une vitrine à une autre. Les deux accompagnants n'arrivent pas à cadrer les enfants malgré des haussements de voix récurrents. Julie propose alors de ne pas faire la visite guidée prévue. Elle propose aux enfants de parcourir le musée et de répondre aux éventuelles questions de ceux-ci. Arrivés à l'Arbre à clous, elle fait asseoir les enfants tout autour. Elle explique l'histoire de cet arbre et les enfants écoutent attentivement. Contrairement à la visite guidée du 17 juillet, où la reconstitution de la salle de classe a eu énormément de succès, les enfants n'ont pas écouté les anecdotes de Julie. Ils semblent mieux percevoir les propos de la

⁴⁴⁶ Propos de Julie retranscrits dans mon carnet de bord (le 5 août 2020).

médiatrice lorsque nous sommes tous immobiles et qu'ils peuvent la regarder attentivement.



Après la visite, j'interroge Julie sur son ressenti. Selon elle, dans ce métier (et à l'adresse d'un jeune public), l'essentiel est de faire découvrir le musée, et si elle y parvient, de faire passer un message. Elle ignore si ces objectifs ont atteint le public lors de cette activité car le masque impacte sa guidance :

c'est extrêmement difficile de faire passer un langage corporel avec un masque. Il faut miser sur l'expression des yeux (...) je me sens bridée (...) ça ne change rien avec les adultes, ça ne pose pas problème car on est entre adulte et là, la communication physique et la communication non verbale est beaucoup moins présente qu'avec les enfants (...) ⁴⁴⁷.

Finalement, j'observe une dernière animation « Les Contes » le 13 août 2020. Le groupe est composé d'une classe de maternelle de douze enfants participant à un stage de vacances, de deux institutrices et d'un cameraman filmant la journée pour une séquence de la Fédération du Tourisme de la Province de Liège. Je décide de me placer en retrait afin de mieux observer l'activité, de ne pas déranger cette dernière et de noter aisément. Il a fait très chaud ce jour-là, le masque ainsi que l'impossibilité de prendre l'ascenseur semblaient peser sur nous tous. Nous sommes au sous-sol car la pièce prévue pour l'activité n'est pas viable avec cette chaleur. Tiffany parle fort et distinctement en montrant les illustrations des livres aux enfants. Ceux-ci sont très attentifs à l'histoire racontée. À la fin de chaque histoire, des interactions avec les enfants prennent place.

⁴⁴⁷ Selon Julie (Communication personnelle, le 5 août 2020) dans : annexe I, p.149.



Après les quatre histoires et les moments d'échange sur les morales de celles-ci, une pause à l'extérieur est prévue. Cette pause permet d'enlever notre masque et de prendre l'air.

2.3.2. À petits pas

Cette deuxième activité du 13 août invite les enfants à se déguiser en souris pour retrouver les animaux de Wallonie dissimulés au sein du musée. Avant de commencer le jeu de piste, les enfants fabriquent des masques de souris. En attendant que les enfants créent leurs masques comme ils le souhaitent, nous découpons les élastiques nécessaires à la réalisation finale du bricolage. Cette activité permet aux enfants d'être actifs, après une activité davantage passive. Un enfant me dit : « maintenant nous avons un masque comme vous ». Cette remarque m'a semblé pertinente pour la recherche, je l'ai donc noté.



Nous commençons l'activité. À chaque animal trouvé, nous nous asseyons autour de Tiffany qui pose des questions sur cet animal et explique les éléments principaux de son environnement. Cette activité est dynamique et les enfants semblent apprécier. Vers

la fin de l'activité, les enfants ont très chaud et commencent à ne plus être attentifs. Par cette chaleur, les enfants enlèvent leurs masques de souris et expliquent que nous devrions nous aussi enlever nos masques. Cette remarque, une fois de plus, me surprend par sa spontanéité et sa simplicité.



Selon Tiffany, porter un masque longtemps est difficile car elle se sent essouffée. Lorsqu'il fait très chaud, le masque colle. Au cours d'une activité, elle est à bout de souffle car il est nécessaire de parler et de marcher en même temps. Comme l'exprimaient d'autres guides avant elle, la communication – principalement avec les enfants – n'est pas facile car beaucoup d'informations passent par l'expression du visage entier :

J'ai vraiment l'impression que seule une partie de mes messages passent... Ce n'est pas facile de créer du lien avec des personnes inconnues dont on ne voit pas le visage. Pareil pour les enfants, ça les perturbe beaucoup, c'est comme si on n'apprenait pas réellement à connaître l'autre. Il m'est arrivé plusieurs fois d'avoir des enfants qui m'ont demandé si je voulais bien leur montrer mon vrai visage. Ça m'a assez ému⁴⁴⁸.

Ainsi, « voir le visage de l'autre » est essentiel dans sa guidance et dans sa relation avec le public.

2.3.3. Du sculpteur à la sculpture

Le vendredi 28 juillet, j'assiste à l'activité « Du sculpteur à la sculpture », animé par Karim. Cette visite guidée se profile autour du célèbre sculpteur liégeois Léopold Harzé et est suivie d'un atelier de sculpture.

Le groupe est composé de deux personnes : une grand-mère et son petit-fils, Adrien. Cette deuxième activité des « Estivales » possède elle aussi un caractère personnalisé.

⁴⁴⁸ Selon Tiffany (réponses personnelles au questionnaire, le 3 décembre 2020).

Karim décrit ce caractère comme étant « vraiment exceptionnel » car avant la crise, il animait de très grands groupes. Cette visite guidée fort personnalisée est rythmée par des anecdotes sur le sculpteur et sur la ville de Liège. Karim pose de nombreuses questions à Adrien pour susciter sa curiosité. Adrien, seul enfant interrogé, n'est pas réceptif et semble mal à l'aise par toute cette attention envers lui. Au fil de la visite, il répond parfois aux questions et en pose à son tour⁴⁴⁹.



Une heure plus tard, nous commençons l'atelier de sculpture : chacun possède son matériel afin de respecter les règles sanitaires. Karim m'explique qu'il est bizarre de constater le calme dans la pièce. Habituellement, un « brouhaha » constant anime l'espace ainsi qu'une compétition entre les personnes du groupe pour élire celui qui sculpte le plus rapidement et le plus joliment. Adrien m'explique qu'il a « l'habitude » d'écouter quelqu'un avec un masque et ne trouve pas ça dérangeant, mais qu'il aurait aimé rencontrer d'autres enfants. Sa grand-mère affirme que la visite était très agréable car le guide prend bien le temps d'expliquer chaque vitrine. Elle est enseignante et pense qu'un enseignement est plus riche lorsqu'il y a moins d'élèves. Elle ajoute qu'elle a apprécié suivre une visite avec « un guide rien que pour eux »⁴⁵⁰.

⁴⁴⁹ En tant que « chercheuse », je garde mes distances pour observer. Tel évoqué dans la méthodologie, je me permets toutefois de parler à Adrien lorsque je perçois qu'il souhaite me parler. Par après, je décide de participer à l'atelier de sculpture.

⁴⁵⁰ Au cours de l'atelier de sculpture nous avons discuté de la crise, des mesures sanitaires ainsi que de leur ressenti face à la situation.



Malgré les mesures sanitaires imposées, Karim explique que, majoritairement, ses animations se sont bien déroulées. Il ajoute que certains sont déçus de cette limitation de personnes par bulle sociale et d'autres, en revanche, sont ravis de ce « côté privé ». Il ajoute que le port du masque a été un frein pour « Les Contes » et pour les groupes de primo-arrivants. Ces groupes ont besoin d'une bonne articulation de la part du guide ainsi que d'une lecture labiale. Selon lui tout de même, les émotions, la proximité et l'humour peuvent parvenir à passer malgré le masque, spécialement avec les adultes.

2.3.4. Les savants fous

Ce stage d'été est encadré par deux médiatrices : Tiffany et Émilie. Le groupe est composé de neuf enfants, qui ont entre neuf et douze ans. Le stage prend place du lundi 17 au vendredi 21 août 2020, de 9h à 16h avec une garderie de 8h30 à 9h et de 16h à 17h.

Je suis présente dès la garderie du matin et c'est Alexandre Lambrette qui surveille habituellement les enfants. Nous faisons connaissance avec les parents et les enfants. Chaque matin, le surveillant désinfecte les mains des enfants et prend leur température. À chaque garderie et pauses durant la journée, des jouets sont mis à disposition des enfants.



J'ouvre la description ethnographique de ce stage par une phrase qu'un enfant m'a adressé à plusieurs reprises : « C'est bizarre Madame de ne pas voir quand vous souriez ». Cette phrase m'a surprise et j'ignore quelle réponse donner à cet enfant. Je décide alors de lui répondre que je pense aussi que la situation est étrange.

Le stage se déroule au sous-sol, à l'Auditorium. Pour rappel, il s'agit d'une grande pièce permettant la distanciation sociale. Cette pièce est composée de tables, de chaises, d'un rétroprojecteur et de tout le matériel nécessaire pour le stage. De plus, cette pièce est juste à côté des toilettes et des vestiaires du musée.

Chaque matin, nous nous asseyons et nous faisons un tour de parole pour se présenter, expliquer comment nous nous portons, évoquer ce que nous apprécions durant le stage ou ce que nous attendons de celui-ci. Cette activité brise la glace, permet d'apprendre les prénoms de chacun et de faire plus ample connaissance. Cette routine conviviale est une façon de commencer calmement la journée. Le lundi, l'une des animatrices explique la semaine et les règles sanitaires à respecter.

Ce stage a pour thème la science et les expériences. Tout au long de la semaine, les enfants sont des « savants fous », prêts à réaliser eux-mêmes les expériences. Je participe également aux activités et aide les enfants.

Le premier jour, nous visitons le musée sur le thème des inventeurs wallons et cette visite est enrichie par des anecdotes des animatrices ainsi que par les questions des enfants. Ils sont très curieux et semblent apprécier la visite.

La première expérience du stage est la création d'une lampe à lave à l'aide d'ingrédients présents à la maison. Pour chaque expérience, les guides expliquent aux enfants qu'il est nécessaire d'être précis, patient et attentif. De manière générale, toutes

les expériences ont bien fonctionné et les enfants étaient très contents de les réaliser eux-mêmes.



Les récréations à l'extérieur sont essentielles tant pour les enfants que pour les adultes. Nous pouvons enlever notre masque et respirer aisément. Au cours des récréations, je fais plus ample connaissance avec les animatrices et les enfants.



Le mercredi, une sortie est prévue aux Coteaux de la Citadelle pour y manger et ramasser des feuilles pour l'herbier prévu l'après-midi. Nous réalisons avant cette balade un « volcan » à base de mousse à raser. Les enfants apprécient cette expérience et sont curieux de voir le résultat.



Après le repas, les enfants ont un temps libre et ayant beaucoup de ressources et d'imagination, m'expliquent les guides, les enfants s'ennuient rarement : ils jouent et s'amuse tous ensemble. Ces moments de totale liberté semblent essentiels dans une semaine entière de stage. De retour au musée, nous créons les herbiers. Cette activité, contrairement aux autres, instaure un moment de calme et de concentration.



Nous passons ensuite à la dernière activité du jour dans la cuisine du musée : la création de pierres de lait. Pour cette activité, nous expliquons tout d'abord l'origine et l'usage de cet objet mystérieux. Il s'agit d'un accessoire, très utilisé durant la guerre comme boutons de vestes ou encore comme poignées de portes. Nous créons ainsi des pierres de lait dans des coquillages et nous les laissons sécher toute la nuit.



Le dernier jour du stage, nous réalisons les dernières expériences comme un message à l'encre invisible et une invention de Léonard de Vinci. Sur la demande du groupe, nous visitons également l' « Expo Moto ». Après la finalisation des dernières expériences, le stage touche à sa fin.



2.4. Quand s'adapter devient le maître-mot

Pour conclure ce chapitre, nous constatons que s'adapter à la situation a été vitale pour le MVW. S'adapter à la fermeture du musée et du théâtre, repenser les actions de médiation prévues autour des expositions ainsi que celles prévues autour des offres estivales. S'adapter durant le confinement en tentant d'éviter le mutisme du musée. Il était essentiel de continuer à faire vivre le musée. Ludovic Modave résume la situation par le mot de « solitude »⁴⁵¹. Il était difficile, durant le confinement, de ne plus voir ses collègues ainsi que les visiteurs. S'adapter c'est également innover et diversifier les publications sur la page Facebook. Anthony Ficarrota résume la situation par le mot « opportunité » :

⁴⁵¹ Selon Ludovic Modave (Communication personnelle, le 9 décembre 2020) dans : annexe I, p.140.

Quand on est face à une situation, il faut pouvoir s'adapter car une situation qui change, qui est nouvelle [elle] va créer des opportunités nouvelles. (...), [et] on a su saisir des opportunités comme 'Allô Tchanchès ?' (...) [on a su] diversifier notre travail, notre approche et notre rapport au public⁴⁵².

Enfin, s'adapter à la réouverture progressive et non sans difficultés du musée. Il a fallu faire face aux mesures sanitaires qui entravent la guidance. Irène affirme que la relation entre le médiateur et le public est entravée :

La nécessité de maintenir une distance minimale avec les enfants me minaient le moral. Un moment m'a plus touché que les autres : une petite fille de 8 ans m'a demandé un câlin auquel je ne pouvais répondre et elle en connaissait les raisons. Après plusieurs demandes insistantes, j'ai trouvé la solution : placée l'une en face de l'autre à un mètre de distance, on se regardait droit dans les yeux et on pratiquait « l'auto-câlin » en essayant de se communiquer notre énergie respective par le regard ; cette petite fille en est venue à me demander ce type de câlin trois fois par jours durant le reste du stage et je reconnais que cela m'a mis du baume au cœur⁴⁵³.

Elle répond à la question « en un mot comment résumerez-vous la situation de la crise sanitaire au Musée de la Vie wallonne ? » par les mots : « gérer au mieux ». C'est donc en tentant de s'adapter au mieux à cette situation inédite que le musée continue d'avancer. Selon Karim, les médiateurs tentent « malgré tout »⁴⁵⁴ de continuer à créer des moments spéciaux pour le public.

Depuis plus d'un an, ce climat d'incertitude nous touche tous. Julie illustre la situation par le terme « délicat » étant donné que les guides souhaitent continuer leur travail, mais qu'il est délicat de « satisfaire tous les acteurs entrant en jeu dans la médiation »⁴⁵⁵. Les guides doivent faire preuve d'une perpétuelle adaptation aux mesures sanitaires, aux changements de dernière minute tout en conservant la bonne ambiance, malgré tout, au sein du groupe. Ce n'est pas une tâche facile et Tiffany récapitule la situation par le mot « énergivore »⁴⁵⁶.

Finalement, s'adapter c'est explorer. Alexandre Lambrette résume la situation par le terme d'exploration. L'exploration est associée à l'aventure, c'est une expédition au sein de laquelle il est nécessaire de s'adapter aux péripéties et de continuer d'avancer⁴⁵⁷. Depuis le début de la crise sanitaire, le MVW avance et encaisse les coups sur la route

⁴⁵² Selon Anthony Ficarrotta (Communication personnelle, le 9 décembre 2020) dans : annexe I, p.144.

⁴⁵³ Selon Irène (réponses personnelles au questionnaire, le 26 octobre 2020).

⁴⁵⁴ Selon Karim (réponses personnelles au questionnaire, le 4 janvier 2021) : réponse à la question « en un mot comment résumerez-vous la situation de la crise sanitaire au Musée de la Vie wallonne ? ».

⁴⁵⁵ Selon Julie (réponses personnelles aux questions posées ultérieurement afin de compléter la recherche, le 12 juillet 2021).

⁴⁵⁶ Selon Tiffany (réponses personnelles au questionnaire, le 3 décembre 2020).

⁴⁵⁷ Lexique en ligne Les Marcheurs de la Terre, « exploration ».

de l'expédition.

Nous destinons le prochain et dernier chapitre à l'analyse de cette « expédition ». Nous analyserons les grandes thématiques émergentes du terrain d'enquête et tenterons de dégager ce qu'elles impliquent sur la médiation culturelle.

CHAPITRE 4 : L'analyse du terrain

Le Musée de la Vie wallonne face à la crise

Le terrain d'enquête permet de s'interroger sur des thématiques d'analyse liées à la médiation culturelle. Ces thématiques n'ont de sens qu'en regard aux principes théoriques qui guideront ce dernier chapitre.

Tout d'abord, nous analyserons la communication à distance. Cette communication se divise en deux catégories que nous empruntons à Bernard Lamizet. La première est la communication « médiatée » via les réseaux sociaux et la deuxième est « interpersonnelle » via le téléphone.

Dans la continuité de notre réflexion, nous étudierons l'impact des mesures sanitaires sur les pratiques de médiation : du port du masque à l'impossibilité de manipuler les objets de médiation en passant par l'injonction de la bulle sociale réduite⁴⁵⁸. Dans cette optique, nous nous interrogerons sur ce que révèlent ces obstacles sur la médiation.

Préambule

Le terme « médiation » provient du champ juridique et est associé au « conflit potentiel »⁴⁵⁹. Si la médiation culturelle est avant tout reconnue comme « un ensemble de pratiques (...), entre certaines offres culturelles et une partie du public à qui elles sont destinées »⁴⁶⁰, nous pouvons aujourd'hui parler de conflit dans le secteur culturel. Le médiateur culturel tente de le résoudre grâce à « l'animation culturelle, l'action culturelle, le développement culturel » et « les services pédagogiques »⁴⁶¹. C'est grâce à l'ingéniosité de ces actions de médiation que la relation avec le public n'est pas brisée – entièrement – par les confinements et déconfinements consécutifs.

En 2017, les activités relatives à la médiation culturelle dans les musées vont des visites guidées, aux expériences en ateliers en passant par les expositions temporaires et par les actions dédiées aux enfants⁴⁶². Depuis lors, les musées débordent d'inventivité et

⁴⁵⁸ 25.05.20 - Arrêté ministériel portant des mesures d'urgence pour limiter la propagation du coronavirus COVID-19.

⁴⁵⁹ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition, p.7.

⁴⁶⁰ *Ibid.*

⁴⁶¹ *Ibid.*

⁴⁶² *Id.*, p. 9.

tendent à chaque projet de surprendre les visiteurs. Il ne s'agit donc plus d'une simple « transmission d'informations »⁴⁶³. La médiation culturelle est au contraire « une mise en relation, avec soi, avec l'autre, avec le monde »⁴⁶⁴. Cette mise en relation est menacée par la crise sanitaire. Nous allons nous intéresser de près à cette mise en relation au MVW. Puisque justement le « médiateur intervient dans un contexte qui nécessite une situation de médiation, c'est-à-dire qui suppose une mise en relation »⁴⁶⁵.

1. La communication à distance

Notre première réflexion concerne la communication à distance mise en place par le MVW à partir du premier confinement. Nous aborderons la communication médiatée via les réseaux sociaux ainsi que la communication interpersonnelle via le téléphone. Quelles sont les relations qui se sont développées à distance ? Sont-elles différentes via les réseaux sociaux et via le téléphone ? Quel est le rôle de la médiation culturelle dans cette communication à distance ? En tentant de répondre à ces questions, nous avancerons également des hypothèses quant au futur du musée et de son usage des réseaux sociaux.

1.1. La communication médiatée via les réseaux sociaux

Nous allons dans cette première section nous intéresser à la communication médiatée et à la relation que cette communication implique. La communication médiatée, au sens de Bernard Lamizet, passe par un tiers, un média, qui sert de lien entre l'individu et la dimension collective de la société⁴⁶⁶. Nous ne distinguons pas réellement les individus, ce qui les caractérise est qu'ils font partie d'un collectif : le groupe est reconnu uniquement en tant que groupe. Les individus font partie d'une relation d'appartenance. Sur les réseaux sociaux, nous sommes donc dans une communication médiatée.

Lors du confinement, le musée a été confronté à deux questions : « comment faire vivre un musée alors qu'il est fermé ? » et « comment maintenir les liens avec les publics ? ». L'équipe du musée a dû réagir rapidement et proposer du contenu sur les réseaux sociaux. Alexandre Lambrette et Ludovic Modave ont envisagé des publications qui montrent que justement le musée vit encore. L'équipe a opté pour une publication

⁴⁶³ *Id.*, p.10.

⁴⁶⁴ *Ibid.*

⁴⁶⁵ *Id.*, p. 69.

⁴⁶⁶ SERVAIS, Christine et VANDENINDEN Élise, « Médiation esthétique et communication » (notes prises lors du cours COMU0011-1). Université de Liège, 2018-2019 : sur base des propos de LAMIZET Bernard.

par jour valorisant les collections du musée et proposant aux internautes de participer via notamment des devinettes. C'est en « s'appuyant sur les échanges avec leurs abonnés » qu'un musée favorise l'émergence de véritables actions de médiation culturelle⁴⁶⁷. Ces actions étaient vitales en période de confinement, car « la médiation devient indispensable dès lors que l'on reconnaît l'éloignement potentiel des locuteurs et la nécessaire intermédiation, le relais qui vient comme un corps intermédiaire servir de mise en relation »⁴⁶⁸. La relation présente dans cette communication médiatée est une relation en « différé » : via la page Facebook, les internautes peuvent communiquer avec l'institution. Cependant, la mise en relation n'est pas directe, ni à proprement dit personnelle.

Dès lors, il est intéressant de comprendre la manière dont l'institution s'adresse au collectif. En ligne, constate Sébastien Magro, les institutions mobilisent généralement l'humour pour communiquer avec leurs abonnés⁴⁶⁹. C'est la technique adoptée par le MVW notamment avec l'intervention de Tchanchès et « Les citations des visiteurs ». Toutefois, « Les objets mystères » et « Les focus » proposés par le MVW favorisent une rigueur scientifique⁴⁷⁰. Les réseaux sociaux « permettent la mise en place de nouvelles dynamiques entre les institutions et leurs publics »⁴⁷¹. Il est alors possible que les réseaux sociaux réussissent à diminuer l'effet différé en axant leur communication sur des « relations de proximité, de confiance et de complicité avec leurs publics en ligne »⁴⁷².

Cette complicité est présente dans les vidéos de « Tchanchès à la maison ». Il a fallu s'adapter à cette interaction non directe avec le public, s'adapter au média et adapter également la marionnette elle-même qui n'est ni fort expressive, ni fort mobile. Anthony Ficarrota a décidé de ne plus manipuler la marionnette par le haut et d'innover totalement. Il a privilégié l'usage d'accessoires et a créé des ambiances différentes grâce à des *travelling* improvisés. La marionnette est globalement inerte. Elle « ne possède

⁴⁶⁷ MAGRO, Sébastien, « De l'usage des réseaux socio-numériques comme supports d'une médiation culturelle en ligne », *La Lettre de l'OCIM*, n°162, décembre 2015. URL : <http://journals.openedition.org/ocim/1593>, p.2.

⁴⁶⁸ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition, p.127.

⁴⁶⁹ MAGRO, Sébastien, « De l'usage des réseaux socio-numériques comme supports d'une médiation culturelle en ligne », *La Lettre de l'OCIM*, n°162, décembre 2015. URL : <http://journals.openedition.org/ocim/1593>, p.3.

⁴⁷⁰ *Ibid.*

⁴⁷¹ *Ibid.*

⁴⁷² *Ibid.*

pas de mouvement propre »⁴⁷³ : habituellement, c'est l'animation – par le haut, par une tringle attachée à la tête de la marionnette – qui lui donne vie, les « sources d'énergies vocales et motrices (qui) lui sont extérieures »⁴⁷⁴. Ces capsules vidéo permettent au public d'entrer dans l'intimité du couple de marionnettes, de s'identifier aux situations présentées et de passer un bon moment. Chaque semaine pendant le confinement, une vidéo est proposée avec une thématique différente.

Maintenir le contact avec le public est l'objectif premier, mais à travers ces vidéos, il existe également la volonté de valoriser les marionnettes de manière contemporaine et amusante⁴⁷⁵, ainsi qu'un savoir-faire « qui tend à disparaître »⁴⁷⁶. Tel qu'expliqué antérieurement, les marionnettes sont plus que des objets de musée. En effet, « leur pratique nécessite de la part du marionnettiste un grand nombre de savoirs et de savoir-faire spécialisés en matière de procédés de fabrication, de style de jeu, de manipulation ou encore de répertoire »⁴⁷⁷. Cet art fait partie du PCI et il est essentiel de le « sauvegarder, en tant que vecteur de traditions orales, art du spectacle, pratique sociale, et enfin en raison du savoir-faire artisanal »⁴⁷⁸. Un savoir-faire relatif à une communauté : celle « des sculpteurs-artisans, des montreurs et du public »⁴⁷⁹. En tant que musée de société, il est important de valoriser ce patrimoine et de le perpétuer. Les réseaux sociaux sont propices à cette valorisation pour plusieurs raisons. Citons-en quelques-unes. Le public éloigné qui découvre Tchanchès par des vidéos amusantes aura vraisemblablement l'envie d'en savoir plus. Alors, il pourra se rendre sur le catalogue en ligne du musée et le cas échéant se rendre au Théâtre de marionnettes pour

⁴⁷³ HOUTTEMAN-FLABAT, Françoise, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p.34

⁴⁷⁴ *Id.*, p.35.

⁴⁷⁵ CRESPIEN, Jean-Michel, DH Les Sports, publié le 20.04.20, « Tchanchès et Nanesse : leur vie de confinés ! », https://www.dhnet.be/regions/liege/tchanches-et-nanesse-leurs-vie-de-confiner-5e9d5df77b50a64f9cf0653f?fbclid=IwAR0-pGHj-SCfNbgxqGhDHL_ue_w0ewV4NzbcWNrnlZGR_CoLoTPxdBx8GBo.

⁴⁷⁶ LEDOUX, Samuel et MONET, Chantal, RTL Info, publié le 24.11.20, « Liège : privé de représentations, il en profite pour inventer de nouvelles marionnettes et spectacles », https://www.rtl.be/info/regions/liege/liege-privs-de-representations-ils-en-profitent-pour-inventer-de-nouvelles-marionnettes-et-spectacles-1260910.aspx?fbclid=IwAR0-f8ZX_ludZxCI6mTivKn_V5tbx5IhlL_tZdh6a9YA-Fs6d5p5lhryIEQ.

⁴⁷⁷ POSTULA, Jean-Louis, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p.83.

⁴⁷⁸ *Ibid.*

⁴⁷⁹ LEMPEREUR, Françoise, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p.151.

découvrir cet art « en vrai ». De plus, ces vidéos sont modernes et permettent de découvrir autrement cet art qui est ancien et qui ne se prête pas habituellement à ce format. Ces vidéos ont été vitales durant la crise sanitaire comme en témoigne le nombre de réactions positives des internautes. Les réseaux sociaux sont ainsi le « vecteur » de ce patrimoine et aident à la valorisation de celui-ci.

Dans la continuité, la crise sanitaire a également mis en lumière l'attractivité des coulisses : les médias et le public apprécient beaucoup l'envers du décor. Anthony Ficarrota l'a compris et a participé à des capsules vidéo dans son atelier pour montrer son savoir-faire. Après la crise sanitaire, il serait intéressant de s'interroger sur l'intérêt de montrer davantage les coulisses du Théâtre de marionnettes et également les réserves du musée à Ans⁴⁸⁰. Cela renforcera l'inclusion de la population dans les démarches du musée de société. L'appel à la collecte d'objets permet en effet au musée de société d'inviter la population à faire partie de la démarche de recherche. Il intègre les témoins et les expériences vécues qui accompagnent les objets⁴⁸¹. Cet « essai à plusieurs voix »⁴⁸² peut être renforcé par la visite des coulisses.

L'utilisation intensive de la page Facebook du musée a montré l'ingéniosité de mêler l'humour et la rigueur scientifique. En proposant des vidéos mettant en scène Tchotchès, le musée réduit l'effet différé avec son public. Nous constatons également l'importance de montrer l'envers du décor aux publics, de les inclure davantage et de leur faire vivre différemment les contenus muséaux : « le patrimoine n'est pas exhibé, il est (simplement) vécu »⁴⁸³.

⁴⁸⁰ Auparavant, le MVW a proposé des visites de ces lieux à destination des étudiants de l'Université de Liège.

⁴⁸¹ PROVENCHER ST-PIERRE, Laurence « Le contemporain : objet de collection et de réflexion dans les musées de société ». *Muséologies*, volume 7, n°2, mai 2015. URL : <https://doi.org/10.7202/1030248ar>, p.37.

⁴⁸² DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p.194.

⁴⁸³ WINKIN Yves, 2020 : « Réinventer les musées », suivi d'un dialogue sur le musée numérique avec Milad Doueïhi, MKF Editions, p.159.

1.1.1. Au-delà de la relation différée ?

Avant la crise sanitaire, le MVW communiquait avec son public via la page Facebook et le site internet à des fins événementielles. Or, pour maintenir les relations avec le public et ainsi créer de véritables outils de médiation, il est nécessaire de favoriser une « authentique co-construction du propos et des contenus, dans laquelle le musée continue de fournir son expertise scientifique sur les collections »⁴⁸⁴. Les réseaux sociaux, en tant qu'outils de médiation, veilleront à laisser une place importante aux publics, à leur parole et à leur créativité⁴⁸⁵.

La crise permet de s'interroger sur l'avenir de l'usage des réseaux par le MVW. Selon Ludovic Modave, la gestion des réseaux sociaux est une tâche importante et il serait intéressant d'engager un *community manager*⁴⁸⁶. Après le premier confinement, le public n'a pas cessé d'être réactif aux publications. Dès lors, l'équipe du musée envisage une utilisation croissante des réseaux à l'avenir.

Le *community management* « a pour objectif d'animer une communauté réunie autour d'un centre d'intérêt ou d'une passion »⁴⁸⁷. Les individus de cette communauté sont uniquement reconnus comme faisant partie de celle-ci : ils sont anonymes et entretiennent une relation d'appartenance. Afin de favoriser des actions de médiation sur les réseaux sociaux et y inclure cette communauté, il serait intéressant que le *community management* réunisse plusieurs profils différents⁴⁸⁸ :

Cette diversité des profils permet d'aborder plusieurs thématiques tout en s'exprimant avec la même voix : tour à tour, les comptes publient informations pratiques, coulisses de montage d'exposition, œuvres sorties des réserves. Plusieurs actions de médiation in situ sont fidèlement adaptées en ligne, en profitant de fonctionnalités propres aux plateformes, avec un ton léger et décalé (...)⁴⁸⁹.

⁴⁸⁴ MAGRO, Sébastien, « De l'usage des réseaux socio-numériques comme supports d'une médiation culturelle en ligne », *La Lettre de l'OCIM*, n°162, décembre 2015. URL : <http://journals.openedition.org/ocim/1593>, p.7.

⁴⁸⁵ *Ibid.*

⁴⁸⁶ *Community manager* : « Personne dont le métier consiste à fédérer et animer des communautés d'internautes pour le compte d'une entreprise, d'une marque, etc., dans le but d'attirer de nouveaux clients et de les fidéliser », dans : dictionnaire LaRousse en ligne.

⁴⁸⁷ MAGRO, Sébastien, « De l'usage des réseaux socio-numériques comme supports d'une médiation culturelle en ligne », *La Lettre de l'OCIM*, n°162, décembre 2015. URL : <http://journals.openedition.org/ocim/1593>, p. 5.

⁴⁸⁸ *Ibid.*

⁴⁸⁹ *Id.*, p. 6.

Afin d'inclure la communauté, il est nécessaire que le MVW invite les internautes à participer à « l'élaboration du discours »⁴⁹⁰.

Cette dynamique coïncide avec les missions de la médiation culturelle au sein des musées⁴⁹¹ et nous permet de nous interroger sur l'avenir du MVW. De nouvelles opportunités s'offrent à lui. Il est possible de développer des outils de médiation socio-numériques complémentaires aux pratiques de médiation existantes. Par exemple, grâce au réseau social Instagram, qui touche un public plus jeune et propose une plus grande participation des internautes. Nous pouvons citer les stories à choix multiples comme le « sticker question » (annexe XVI) permettant aux internautes de répondre directement et spontanément à l'institution. L'interaction est directe et elle réduit la relation induite par la communication médiatée. Une nouvelle relation émerge, faisant place à une « promesse de l'appropriation des thématiques par les visiteurs, les invitant à participer à la création du propos qui entoure collections et expositions »⁴⁹².

Autour des contenus muséaux, les internautes pourront partager des publications et devenir actifs⁴⁹³. Au-delà des murs du musées, les visiteurs du MVW posteront des photographies, écriront des articles et s'approprièrent les contenus. Cette appropriation est soulignée par Michèle Gellereau, étudiant les enjeux de la médiation culturelle et de la place du public. Elle propose de parler d'amateurs, de passionnés, de fans et explique qu'ils sont « co-producteurs d'interprétations ou (comme) auteurs de pratiques créatives dans l'appropriation des œuvres »⁴⁹⁴. La collaboration dans l'élaboration du discours⁴⁹⁵ évoquée par Sébastien Magro se caractérise chez Michèle Gellereau par l'importance du rôle de ces amateurs. L'« activité de médiation se partage avec les publics et peut aussi être développée par les amateurs [et cela] entre pleinement dans les enjeux de démocratie culturelle »⁴⁹⁶. Le public, invité de plus en plus à participer sur les réseaux

⁴⁹⁰ *Id.*, p. 7.

⁴⁹¹ *Ibid.*

⁴⁹² *Id.*, p. 2.

⁴⁹³ *Id.*, p. 4.

⁴⁹⁴ GELLEREAU, Michèle, Chapitre 5 « Médiations culturelles et patrimoniales : partager des expériences culturelles pour construire du commun ? » dans : « La médiation. Théorie et terrains » SERVAIS Christine (dir.), Bruxelles : De Boek, Coll. « Ouvertures sociologiques ». Manfred Peters., 2016, p.107

⁴⁹⁵ MAGRO, Sébastien, « De l'usage des réseaux socio-numériques comme supports d'une médiation culturelle en ligne », *La Lettre de l'OCIM*, n°162, décembre 2015. URL : <http://journals.openedition.org/ocim/1593>, p.7.

⁴⁹⁶ GELLEREAU, Michèle, Chapitre 5 « Médiations culturelles et patrimoniales : partager des expériences culturelles pour construire du commun ? » dans : « La médiation. Théorie et terrains » SERVAIS Christine (dir.), Bruxelles : De Boek, Coll. « Ouvertures sociologiques ». Manfred Peters., 2016, p.108.

sociaux, fait partie des pratiques de médiation⁴⁹⁷.

Ces évolutions numériques proposeraient de « nouvelles formes d’appropriation culturelle »⁴⁹⁸ grâce à leur « part créative » permettant d’échanger autour des interprétations de chacun⁴⁹⁹. Ainsi, ces « amateurs » sont invités à participer à la création du discours « sur la base d’un savoir développé par curiosité ou par passion »⁵⁰⁰.

Par passion ou par curiosité, les internautes s’approprient et prolongent une exposition grâce à un réseau social comme Instagram. Les internautes créent et favorisent la diversité des modalités de rencontres⁵⁰¹ entre eux, avec le musée et parfois avec d’autres institutions culturelles. Les interactions entre les internautes sont favorisées par les *hashtags*, qui regroupent les publications par mots-clés « cliquables » directement sur le réseau social⁵⁰². C’est par les amateurs eux-mêmes que de nouvelles formes de médiation plus spontanées se développent. Cela est d’autant plus important dans un musée de société qui n’est pas ancré dans le passé mais tourné vers le futur. De plus, le MVW, en laissant place à cette collaboration, renforcera ses démarches d’inclusion du public (cf. *infra*, p. 94).

De surcroît, cette collaboration est à saisir comme située entre les deux notions « essentielles aux politiques culturelles »⁵⁰³ : celles de démocratie culturelle et de démocratisation de la culture⁵⁰⁴. En premier lieu, la médiation spontanée sur les réseaux sociaux est située du côté de la création et donc du côté de la démocratie culturelle. Celle-ci se développe dans une démarche horizontale où chacun est producteur de

⁴⁹⁷ *Id.*, p. 110.

⁴⁹⁸ *Ibid.*

⁴⁹⁹ *Id.*, p.111.

⁵⁰⁰ MAGRO, Sébastien, « De l’usage des réseaux socio-numériques comme supports d’une médiation culturelle en ligne », *La Lettre de l’OCIM*, n°162, décembre 2015. URL : <http://journals.openedition.org/ocim/1593>, p.5.

⁵⁰¹ GELLEREAU, Michèle, Chapitre 5 « Médiations culturelles et patrimoniales : partager des expériences culturelles pour construire du commun ? » dans : « La médiation. Théorie et terrains » SERVAIS Christine (dir.), Bruxelles : De Boek, Coll. « Ouvertures sociologiques ». Manfred Peters., 2016, p. 110.

⁵⁰² Dictionnaire LaRousse en ligne

⁵⁰³ ROMAINVILLE, Céline. Démocratie culturelle & démocratisation de la culture, *Repères n°4-5*, Vol. 4-5, juin 2014, p.3.

⁵⁰⁴ La démocratie culturelle se situe du côté de la création, dans une démarche horizontale invitant le public à participer activement. La démocratisation de la culture, elle, se situe dans une démarche davantage descendante et tente de favoriser une accessibilité de la Culture au public, dans : GRAWEZ, Stephan, « Politique de l’éducation permanente en Belgique » (notes prises lors du cours MEDC0012-1). Université de Liège, 2020-2021.

culture⁵⁰⁵. En second lieu, la présence quotidienne du musée sur la page Facebook a permis à une majorité de la population d'accéder à des contenus patrimoniaux, ludiques et pédagogiques. En cela, nous nous situons dans une volonté de démocratisation de la culture visant une accessibilité des contenus muséaux. La collaboration permet une

mise en relation avec des contenus, des œuvres, des savoirs, mise en relation de ceux-ci avec soi-même, avec d'autres savoirs et avec d'autres œuvres, avec d'autres soi-même, pour une mise en relation généralisée⁵⁰⁶.

Le médiateur culturel, en tant qu'« éveilleur de conscience, sensibilisateur, accoucheur d'émotions, agitateur d'idée (...) »⁵⁰⁷, évolue avec la société elle-même. Ainsi, sur les réseaux sociaux, il favorise la rencontre avec autrui en laissant les internautes s'exprimer autour des publications. Nous nous situons dans « une matrice plus complexe d'échanges simultanés »⁵⁰⁸ et non au sein d'un « schéma descendant où des savoirs concoctés par quelques savants » se déploient⁵⁰⁹. Au sein de cette matrice, les individus appartiennent à un même groupe (celui des internautes de la page Facebook du musée). À travers le réseau social, ils échangent sur des sujets qui les intéressent, les touchent et les animent. La page Facebook du musée est le tiers qui permet à cette relation d'exister et c'est à partir de celle-ci que « la vision descendante et hiérarchisée de la production des savoirs scientifiques »⁵¹⁰ se voit totalement renversée.

1.1.2. Le musée de société liégeois à la rencontre de son public

Nous proposons d'approfondir la réflexion sur les réseaux sociaux et d'y apporter de nouvelles ouvertures. Tel qu'évoqué dans le premier chapitre, les finalités du musée de société se rapprochent de celles de l'écomusée. Le musée de société « s'ouvre pour donner la parole »⁵¹¹ aux témoins et l'écomusée invite la population à participer à ses démarches⁵¹². Dans l'optique de (re)valoriser le territoire, l'écomuséologie est caractérisée comme un « musée hors les murs »⁵¹³. Nous rapprochons ces finalités aux

⁵⁰⁵ BLAIRON, Jean, « Pauvre démocratie culturelle », *InterMag*, RTA asbl, janvier 2020. URL : www.intermag.be/687, p.1.

⁵⁰⁶ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition., p.63.

⁵⁰⁷ *Id.*, p.131.

⁵⁰⁸ *Id.*, p. 134.

⁵⁰⁹ *Ibid.*

⁵¹⁰ *Ibid.*

⁵¹¹ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, pp. 171-172.

⁵¹² *Id.*, p. 80.

⁵¹³ *Id.*, p. 137.

opportunités que le MVW peut saisir sur les réseaux sociaux. Ceux-ci favorisent, tout comme les écomusées, un « autre mode d’approche du public qui est invité à développer une réflexion et pas seulement à accepter passivement les explicitations apportées par des spécialistes »⁵¹⁴.

L’usage des réseaux sociaux permettra au MVW d’inclure le public « dans la construction du propos de l’institution »⁵¹⁵. Comme exprimé antérieurement, la participation déjà présente à travers les collectes d’objets et de témoignages sera renforcée par la mobilisation des réseaux. Dans un musée de société, il est essentiel de donner la parole aux témoins en interrogeant les objets⁵¹⁶. Ce rapprochement entre les finalités des écomusées et des musées de société « en ligne » nous amène à réfléchir sur la « redistribution des cartes de la médiation culturelle »⁵¹⁷. Nous empruntons cette expression à Michèle Gellereau qui souligne l’importance du rôle des collectionneurs et des donateurs-héritiers d’objets⁵¹⁸ : les collectionneurs permettent une redistribution des cartes de la médiation dans la mesure où ils sont invités à « se mettre en position de médiateurs des objets »⁵¹⁹. Ce faisant, ils participent à la « transmission de la mémoire » qu’ils détiennent⁵²⁰. Cette transmission, dévoilant « les traces » d’un objet⁵²¹, permet de participer « au processus de patrimonialisation de biens matériels et de récits en considérant la parole de l’amateur comme légitime »⁵²². Le MVW peut saisir les réseaux sociaux ainsi que les futures rencontres au sein des coulisses pour favoriser ce partenariat. Par exemple, les donateurs d’objets de la collection peuvent prolonger une exposition ou une thématique en « dévoilant les traces »⁵²³. Les objets-témoins seront également

⁵¹⁴ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition., p.149.

⁵¹⁵ MAGRO, Sébastien, « De l’usage des réseaux socio-numériques comme supports d’une médiation culturelle en ligne », *La Lettre de l’OCIM*, n°162, décembre 2015. URL : <http://journals.openedition.org/ocim/1593>, p.3.

⁵¹⁶ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l’exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p. 184.

⁵¹⁷ GELLEREAU, Michèle, Chapitre 5 « Médiations culturelles et patrimoniales : partager des expériences culturelles pour construire du commun ? » dans : « La médiation. Théorie et terrains » SERVAIS Christine (dir.), Bruxelles : De Boek, Coll. « Ouvertures sociologiques ». Manfred Peters., 2016, p.113.

⁵¹⁸ Elle détaille le projet collectif réalisé par les chercheurs du laboratoire GERiiCO (Groupe d’Etudes et de Recherche interdisciplinaire en Information et Communauté) de l’Université de Lille 3. Ce projet valorise « la mémoire des témoins et des collectionneurs d’objets des deux guerres » (dans : *id.*, p.112).

⁵¹⁹ GELLEREAU, Michèle, Chapitre 5 « Médiations culturelles et patrimoniales : partager des expériences culturelles pour construire du commun ? » dans : « La médiation. Théorie et terrains » SERVAIS Christine (dir.), Bruxelles : De Boek, Coll. « Ouvertures sociologiques ». Manfred Peters., 2016, p.112.

⁵²⁰ *Ibid.*

⁵²¹ *Id.*, p.113.

⁵²² *Ibid.*

⁵²³ *Ibid.*

interrogés sur les réseaux et la parole des donateurs sera mise en avant. En ce qui concerne les coulisses, Anthony Ficarrota a compris l'importance de montrer au public l'envers du décor. La relation avec le public peut être renforcée par l'initiative et ainsi ouvrir autrement le musée au public.

Toutes ces considérations démontrent l'importance de s'interroger sur les possibilités énormes qu'offrent les réseaux sociaux aux pratiques de médiation culturelle.

1.2. La communication interpersonnelle via le téléphone

La communication interpersonnelle génère une relation de reconnaissance mutuelle : les individus font partie d'une communication « face à face » à travers laquelle ils ne sont pas anonymes⁵²⁴. Nous proposons de rapprocher la communication téléphonique à la communication interpersonnelle de Bernard Lamizet⁵²⁵ à la différence que nous ne sommes pas dans un « face à face » réel, mais plutôt imagé.

L'une des idées qui a contribué activement à maintenir la relation avec le public est l'initiative « Allô Tchanchès ? ». Ces permanences téléphoniques ont permis aux enfants et à leurs parents de discuter avec Tchanchès. L'initiative, à travers l'humour et le partage de banalités, remplit une fonction importante en cette période isolée : l'interaction avec autrui.

La relation de reconnaissance mutuelle est présente lors des appels. Les enfants connaissent Tchanchès et ce dernier apprend à les connaître en demandant tout d'abord leurs prénoms. De plus, le montreur reconnaît fréquemment les enfants d'un appel antérieur.

Selon Anthony Ficarrota, la réelle magie des spectacles de marionnettes se situe dans l'interaction avec son public. Cet art vivant, caractérisé par la possibilité d'être en « direct », permet au montreur d'être attentif aux réactions des spectateurs et d'improviser l'histoire. Pour tenter de maintenir les liens à distance, Anthony réinvente son métier via une communication interpersonnelle.

Contrairement à la communication médiatée qui implique une relation différée (par

⁵²⁴ SERVAIS, Christine et VANDENINDEN Élise, « Médiation esthétique et communication » (notes prises lors du cours COMU0011-1). Université de Liège, 2018-2019 : sur base des propos de LAMIZET Bernard.
⁵²⁵ *Ibid.*

exemple les vidéos de Tchanchès en confinement), la communication interpersonnelle de cette initiative suscite une relation en direct avec le public. Les interlocuteurs discutent par téléphone et échangent avec Tchanchès sur des sujets du quotidien.

Cette possibilité d'interagir directement avec les enfants favorise la magie mentionnée par Anthony. Au cours des spectacles de marionnettes, les enfants parlent honnêtement et pour reprendre les termes du montreur, ils sont « sans filtre ». Cette spontanéité est présente par téléphone : les enfants parlent librement d'anecdotes amusantes ou sérieuses et le montreur s'adapte, rebondit, tout comme lors des spectacles, à ce que disent les enfants.

De surcroît, l'humour piquant du couple de marionnettes instaure une ambiance « bon enfant », régnant dans la salle de spectacle. Cette initiative maintient les liens avec le public voire les renforce. Nous constatons en effet une seconde relation qui émerge de la communication interpersonnelle : une relation privilégiée avec Tchanchès. Les enfants se confient à Tchanchès, racontent leur journée et rigolent avec lui. Cette relation, qui n'était pas présente au Théâtre de marionnettes, permet au musée de s'ouvrir autrement au jeune public. Habituellement, les activités de médiation qui créent ce « rapport privilégié entre un médiateur et un public »⁵²⁶ sont des actions organisées au sein de l'institution culturelle avec des petits groupes, par exemple lors d'un atelier créatif. De plus, l'institution culturelle est le premier vecteur d'une bonne médiation et il se doit d'être un lieu de vie et de convivialité⁵²⁷. Lors des échanges téléphoniques, les enfants sont la plupart du temps chez eux. Les adultes participent à la conversation et dévoilent leur quotidien par des anecdotes. Ainsi, nous constatons que la convivialité est présente malgré la distance et permet à la relation privilégiée de s'épanouir. Par exemple, lorsqu'un enfant raconte sa journée à Tchanchès et en arrière-son, la maman le corrige ou rigole de ce qui a été dit.

Cette relation privilégiée est comprise comme étant une mise en relation entre l'institution muséale et les locuteurs éloignés⁵²⁸. La médiation culturelle « est ce qui advient, ce qui surgit »⁵²⁹ des initiatives. En fonction des ressources mises à disposition

⁵²⁶ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition., p.11.

⁵²⁷ *Id.*, p.51.

⁵²⁸ *Id.*, p.127.

⁵²⁹ *Id.*, p. 58.

et des objectifs visés⁵³⁰, la médiation s'efforcera d'atteindre ces objectifs. Les spectateurs ne peuvent pas se rendre au théâtre et le MVW souhaite maintenir la relation avec eux. Dès lors, le montreur saisit les ressources disponibles afin de proposer une interaction avec son public. Ces conversations, d'apparence simples, révèlent, font advenir, font surgir une relation inédite et privilégiée avec Tchanchès.

Cette communication interpersonnelle soulève des questionnements quant au futur de cette relation privilégiée. Il serait intéressant de réfléchir au développement d'activités de médiation accordant une place centrale à la parole des enfants, car après tout :

Libérer la parole pour faire advenir le ressenti, parvenir à l'exprimer, enrichir l'expérience et en échanger les formes, voilà très certainement un noble objectif assigné à la médiation (...) ⁵³¹.

2. La médiation culturelle face aux obstacles de la crise

Nous aborderons tout d'abord les conséquences du port du masque sur la guidance et sur la relation avec le public, spécialement avec les enfants. Nous allons nous intéresser par après à l'impossibilité de manipuler les objets durant une pratique de médiation. Finalement, nous analyserons l'impact de l'injonction de la bulle sociale réduite.

2.1. Le port du masque

Si le port du masque a impacté la guidance des médiateurs du MVW, il a tout autant impacté la relation avec le public. Le médiateur doit, rappelons-le, « doubler de positive attitude pour tenter de pallier cet énorme frein visuel »⁵³². Irène évoque le frein à l'expression du visage, qui constitue un élément essentiel à la communication entre la médiation et le public. L'émotion, avec le port du masque, passe alors uniquement par l'expression des yeux et par l'intonation de la voix.

Le médiateur doit en effet parler plus fort, articuler distinctement, changer d'intonation et demander également aux visiteurs – portant un masque – de parler, à leur tour, plus fort. Les médiateurs du musée évoquent ces zones d'ombres comme des défis qu'il faut tenter de relever. À titre d'exemple, ils ont relevé le défi pour l'activité « Les Contes », qui a été adaptée aux mesures sanitaires. Pour rendre cette activité plus

⁵³⁰ *Id.*, p. 63.

⁵³¹ *Id.*, p. 143.

⁵³² Selon Irène (Communication personnelle, le 17 juillet 2020) dans : annexe I, p. 147.

dynamique, il ne s'agit plus de raconter une histoire, mais bien de donner un support visuel aux mots en tournant le livre vers les enfants et de la rendre vivante à travers les images.

Il est d'autant plus difficile de relever ces défis lorsqu'on s'adresse à des enfants. En effet, selon les médiateurs du musée, s'adresser aux enfants demande une grande interaction, au sein de laquelle les médiateurs doivent en permanence capter l'attention des enfants. Selon Irène, il est nécessaire de conserver une « ambiance conviviale »⁵³³ avec eux. Elle ajoute que la communication passe par les expressions du visage qui régissent la bonne conduite de l'animation⁵³⁴. Dans la continuité, Julie constate cette difficulté de « faire passer un langage corporel avec un masque »⁵³⁵ et l'impérativité de « miser sur l'expression des yeux »⁵³⁶. Tiffany communique avec son public par les expressions de son visage : « pour faire des blagues, pour exprimer de la compassion ou de l'empathie ou au contraire pour ramener le calme dans les groupes »⁵³⁷. Par conséquent, elle a l'impression que ces messages ne sont pas perçus entièrement par le public et, de diminuer la qualité de sa médiation.

En outre, les médiateurs du musée situent la relation avec les enfants dans une sphère privée où le lien est essentiel. Ce lien est tout autant émotionnel que physique. La médiation culturelle nécessite en effet un « échange perpétuel »⁵³⁸. Or, la distanciation sociale imposée par les mesures génère au contraire une « froideur ou en tout cas un climat non favorable »⁵³⁹ aux pratiques de médiation. Par exemple, la demande des enfants de faire des câlins aux médiateurs à la fin d'une longue visite ou d'un stage d'une semaine. Irène a dû refuser cette demande à plusieurs reprises, mais a su s'adapter en proposant « l'auto-câlin ». Ce câlin à distance fonctionne sur le principe de l'énergie véhiculée par le regard. Tiffany ajoute que la distanciation sociale et le port du masque l'empêchent de « réellement connaître l'autre »⁵⁴⁰. De même, à plusieurs reprises, les enfants lui ont demandé d'enlever son masque pour voir son « vrai » visage.

Ce premier obstacle révèle l'importance de la communication dite non verbale au

⁵³³ Selon Irène (réponses personnelles au questionnaire, le 26 octobre 2020).

⁵³⁴ *Ibid.*

⁵³⁵ Selon Julie (Communication personnelle, le 5 août 2020) dans : annexe I, p.149.

⁵³⁶ *Ibid.*

⁵³⁷ Selon Tiffany (réponses personnelles au questionnaire, le 3 décembre 2020).

⁵³⁸ Selon Irène (Communication personnelle, le 17 juillet 2020) dans : annexe I, p.146.

⁵³⁹ *Ibid.*

⁵⁴⁰ Selon Tiffany (réponses personnelles au questionnaire, le 3 décembre 2020).

sein de l'interaction entre le guide et son public.

Pendant longtemps, la communication « explicite »⁵⁴¹ – la communication verbale – était la seule considérée comme capable de véhiculer un message officiel, comme l'indique Jacques Cosnier dans la revue « Psychologie Médicale »⁵⁴², dans laquelle il étudie la communication non verbale⁵⁴³. L'auteur développe les résultats principaux de plusieurs recherches en éthologie humaine et en sciences de la communication⁵⁴⁴.

Il décrit les éléments essentiels à l'interaction et y inclut notamment le contact visuel – le regard – et le hochement de tête⁵⁴⁵. Ces éléments, appelés « synchronisateurs de l'interaction »⁵⁴⁶ sont vitaux pour Jacques Cosnier. Si l'on supprime l'un des éléments de cette communication, le discours peut en souffrir⁵⁴⁷. Ce fut le cas au MVW puisque le port du masque cache le bas du visage, ce qui implique l'altération de l'interaction.

Lorsque nous portons le masque, nous sommes principalement dans du verbal car nous ne voyons pas les expressions accompagnant la parole : le sourire, les mimiques drôles ou fâchées de l'animateur lors d'une visite guidée. Seul le regard est visible et pourra communiquer non verbalement. L'importance et l'intérêt du regard ont déjà été étudiés par de nombreux auteurs, notamment par Véronique Nahoum-Grappe, qui s'est intéressée à l'échange des regards dès 1998⁵⁴⁸. Dans son ouvrage, elle ne considère pas la vue uniquement comme un « moyen de s'informer »⁵⁴⁹, mais également comme un « événement dans la communication sociale »⁵⁵⁰. Le regard a une place centrale dans l'interaction avec autrui dans le sens où il rend possible un « jeu social non verbal de communication »⁵⁵¹. De ce fait, le regard ne sera jamais anodin au sein d'une interaction sociale : il sera toujours actif⁵⁵². Nous pouvons par exemple fixer une personne dans les yeux pour capter son attention ou au contraire détourner notre regard pour lui signifier

⁵⁴¹ COSNIER, Jacques, Chapitre 2 « Communication non verbale et langage » dans : « Psychologie Médicale », Paris : S. P. E. I., Coll., tome 9, n°11, 1977, p. 2033.

⁵⁴² *Id.*, pp. 2033-2049.

⁵⁴³ *Id.*, p.2033.

⁵⁴⁴ *Ibid.*

⁵⁴⁵ *Id.*, p.2039.

⁵⁴⁶ *Ibid.*

⁵⁴⁷ *Ibid.*

⁵⁴⁸ NAHOUM-GRAPPE, VÉRONIQUE, « L'échange des regards », *Terrain*, n°30, mars 1998. URL : <http://journals.openedition.org/terrain/3375>, p.1.

⁵⁴⁹ *Ibid.*

⁵⁵⁰ *Ibid.*

⁵⁵¹ *Id.*, p. 2.

⁵⁵² *Id.*, pp. 3-4

notre indifférence. Dans tous les cas, le regard n'est pas passif. De plus, l'échange des regards accompagne l'échange des paroles⁵⁵³. Ces échanges sont complémentaires : le regard nécessite l'intervention des lèvres⁵⁵⁴. Le visage entier est sollicité pour favoriser l'intensité de l'interaction. Nous avons pu observer ce phénomène : Tiffany explique que la bonne conduite de sa guidance coïncide avec son humour. Elle utilise entièrement son visage en réalisant des grimaces ou en changeant de mimique pour rythmer la visite afin d'éviter qu'elle ne soit monotone. Le « jeu social » de sa communication est favorisé par l'usage de son visage entier.

Un des obstacles exprimés par les guides est également l'impossibilité de sourire. Ce fut une entrave à leurs relations avec le public, spécialement avec les enfants. Lorsque nous sommes en interaction avec quelqu'un, le sourire intervient comme un élément indispensable dans la « stratégie interactionnelle »⁵⁵⁵ qu'il ne faut pas négliger. Il « illumine » les yeux⁵⁵⁶ et fréquemment l'interlocuteur initie une relation par le sourire. Dans notre enquête de terrain, nous avons observé que le sourire rassure les enfants. Par exemple, lors du stage « Les savants fous », les enfants demandaient à plusieurs reprises de voir notre sourire. Ils exprimaient être tristes de ne pas savoir lorsque nous sourions. Prenons un second exemple, lors d'une visite « Les Contes », deux mamans affirment que le masque n'a pas posé problème lors de l'activité car il était possible de deviner le sourire par les expressions des yeux. Le sourire est alors tout aussi important que la parole qui accompagne le regard dans l'interaction. Cependant, il n'est pas facile pour un jeune public de percevoir le sourire avec le masque.

Ce premier obstacle à la médiation culturelle a tout de même révélé des aspects positifs. En premier lieu, les guides ainsi que les visiteurs parviennent à s'adapter en faisant passer davantage d'émotions par les yeux et la voix. Ensuite, la présence des visiteurs au musée après le confinement montre que le masque ne freine pas totalement l'entrée au musée. Ils décident de se déplacer malgré cet élément contraignant, de continuer à se rendre au musée et de rechercher des interactions avec autrui. Depuis le début de la crise, la médiation – la relation – humaine est, plus que jamais, essentielle,

⁵⁵³ *Id.*, p. 2.

⁵⁵⁴ *Id.*, p. 3.

⁵⁵⁵ COSNIER, Jacques, Chapitre 2 « Communication non verbale et langage » dans : « Psychologie Médicale », Paris : S. P. E. I., Coll., tome 9, n°11, 1977, p. 2039.

⁵⁵⁶ NAHOUM-GRAPPE, VERONIQUE, « L'échange des regards », *Terrain*, n°30, mars 1998. URL : <http://journals.openedition.org/terrain/3375>, p.15.

en particulier dans les musées.

2.2. L'interdiction de toucher

Dans la continuité de l'impact des mesures sanitaires sur la médiation du MVW, nous retrouvons l'importance de manipuler des objets pour apprendre, comprendre, saisir l'aura des objets.

Avant la crise, la manipulation des objets était souvent possible. Par exemple, lors des stages pour enfants comprenant des manipulations de marionnettes ou par la possibilité d'assister un conservateur dans l'emballage d'objets de collection durant les « Fêtes de Wallonie ». Le public est également invité, dans le parcours permanent du musée, à manipuler des dispositifs sensoriels qui permettent d'appréhender autrement le musée : tiroirs, panneaux interactifs ou encore tubes sonores. Comme nous l'avons expliqué précédemment, cette volonté de laisser le public manipuler les objets coïncide avec la création du service de médiation en 2008. Les échanges et les interactions autour des manipulations deviennent les finalités centrales du musée. Avec la crise sanitaire et ses mesures de sécurité, les manipulations sont autorisées uniquement pour les guides.

Les manipulations ont souvent lieu sous la forme d'atelier. Cela « permet de stimuler tous les sens »⁵⁵⁷. Le public, habitué à mobiliser uniquement l'ouïe et la vue dans un musée, stimule le toucher et fait lui-même l'expérience. Cela donne de ce fait « libre cours à leur imagination créatrice »⁵⁵⁸ et permet par la même occasion une appropriation de la part du public de manière active⁵⁵⁹. Cette dimension est d'autant plus importante pour les plus jeunes où justement la médiation culturelle se base quasiment exclusivement sur la stimulation : c'est l'enfant qui fait l'expérience⁵⁶⁰. Au MVW, nous l'avons vu, cette stimulation – cette mise en relation – est favorisée par les stages à destination des enfants et par les expositions temporaires. Le musée invite alors le public à découvrir autrement le lieu, à s'approprier les thématiques, en manipulant lui-même les dispositifs sensoriels.

⁵⁵⁷ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition, p.11.

⁵⁵⁸ GOB, André et DROUGUET, Noémie, 2003 : « La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels », Paris : Armand Colin, pp. 178-179.

⁵⁵⁹ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition, p.11.

⁵⁶⁰ GOB, André et DROUGUET, Noémie, 2003 : « La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels », Paris : Armand Colin, p.179.

Durant la crise, certaines activités sont restées « manipulables » comme « Du sculpteur à la sculpture » et le stage d'été « Les savants fous » durant lesquels les manipulations ont été possibles car chacun avait son propre matériel.

Ce deuxième obstacle met l'accent sur l'importance de l'interaction entre le guide et le visiteur qui découle de cette manipulation. Les mesures sanitaires ont en effet révélé l'importance de la relation humaine qui émerge de la relation avec les objets du musée. C'est autour des manipulations d'objets que les interactions se créent avec le public, spécialement avec le jeune public.

De plus, cela a permis de comprendre l'importance des coulisses du musée et du théâtre⁵⁶¹. Proposer au public d'accéder aux coulisses, de manipuler des objets et de réaliser eux-mêmes l'expérience permet « la participation des publics et leur capacité à inventer de nouvelles formes de médiation et de pratiques culturelles »⁵⁶². Ces nouvelles formes sont « plus spontanées (...) parfois mises en place par les amateurs eux-mêmes »⁵⁶³. Elles s'éloignent donc d'une « médiation institutionnalisée qui fonctionne de haut en bas »⁵⁶⁴. Au contraire, dans cette médiation « circulaire »⁵⁶⁵, une « diversité des modalités de rencontres entre œuvres, publics, amateurs et artistes »⁵⁶⁶ est rendue possible. L'impossibilité de manipuler n'encourage pas la spontanéité et la participation du public lors d'une activité de médiation. Le « contact sensible avec l'objet »⁵⁶⁷ permet de saisir et d'apprendre ce qui se faisait autrefois. Pour saisir le passé, le public découvre le musée – en fait l'expérience – grâce à des dispositifs sensoriels, des témoignages, des activités de médiation humaine pensés autour des interactions et des manipulations. Saisir le passé de manière active permet au musée de transmettre un patrimoine vivant et d'inclure le public dans sa démarche « de société ».

La découverte des coulisses peut se réaliser également par une exposition temporaire. À titre d'exemple, nous pouvons citer l'exposition « Super Marionnettes »

⁵⁶¹ Selon Anthony Ficarrotta (Communication personnelle, le 9 décembre 2020) dans : annexe I, p.144.

⁵⁶² GELLEREAU, Michèle, Chapitre 5 « Médiations culturelles et patrimoniales : partager des expériences culturelles pour construire du commun ? » dans : « La médiation. Théorie et terrains » SERVAIS Christine (dir.), Bruxelles : De Boek, Coll. « Ouvertures sociologiques ». Manfred Peters., 2016, p. 110.

⁵⁶³ *Ibid.*

⁵⁶⁴ *Ibid.*

⁵⁶⁵ *Id.*, p.112.

⁵⁶⁶ *Id.*, p.110.

⁵⁶⁷ GELLEREAU, Michèle, « Paroles et gestes dans la visite guidée », *Communication et organisation*, n°18, 2000. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2442>, p.4.

au sein de laquelle le public découvre à la fois l’histoire de cet art vivant et participe activement à l’exposition grâce à un jeu de piste et à de nombreuses manipulations d’objets. Cela permet de rompre la distance entre les objets dans les vitrines et le public⁵⁶⁸. Ce dernier découvre l’envers du décor par la thématique de l’exposition et par les dispositifs de médiation. Avec la crise sanitaire, nous sommes, en quelque sorte, dans un musée composé de barrières et de conventions que le MVW tente depuis 2008 de supprimer⁵⁶⁹.

Avant la crise sanitaire, certains musées employaient parfois une médiation où le médiateur ne touchait pas et ne faisait pas toucher les objets⁵⁷⁰. Dans ce type de médiation, le discours verbal prime et souvent le regard du public se focalise sur le médiateur pour mieux l’écouter⁵⁷¹. Le masque freine l’expression du visage du guide et par la même occasion empêche la focalisation du public. En outre, l’impossibilité de manipuler freine le public à « entrer en relation avec le lieu de manière sensorielle »⁵⁷². La parole qui accompagne le geste permettrait au public d’entrer en dialogue avec l’objet et par la même occasion avec le musée⁵⁷³. De plus, dans un musée de société l’objet occupe une place tout aussi importante que le geste qui l’accompagne⁵⁷⁴.

L’obstacle amène une réflexion quant à la manière de s’adresser aux publics et à la relation que le public entretient avec le musée. Il serait intéressant d’envisager, dans le futur, un élargissement des activités de médiation permettant aux visiteurs de se rendre dans les coulisses du Théâtre de marionnettes, de soupeser les marionnettes ou d’apprendre les gestes qui accompagnent l’objet. Cela permet de s’interroger sur le devenir de cette médiation spontanée : une médiation ascendante et « circulaire » où chacun participe.

Ainsi, Yves Winkin dans son récent ouvrage, invente douze rituels dans les musées.

⁵⁶⁸ HOUTTEMAN-FLABAT, Françoise, dans : Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège, p. 41.

⁵⁶⁹ GOB, André et DROUGUET, Noémie, 2003 : « La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels », Paris : Armand Colin, p.178.

⁵⁷⁰ GELLEREAU, Michèle, « Paroles et gestes dans la visite guidée », *Communication et organisation*, n°18, 2000. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2442>, p.5.

⁵⁷¹ *Ibid.*

⁵⁷² *Ibid.*

⁵⁷³ *Ibid.*

⁵⁷⁴ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l’exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p. 166.

Il définit le rituel comme « quelque chose d'un peu rare, qui amènera sans doute les participants à s'en souvenir longtemps » et au sein duquel « la réalité quotidienne »⁵⁷⁵ sera différente. Cette notion de rituel est à comprendre comme « recadrage/décadrage, du rituel qui modifie notre vision du monde, (donc) du rituel qui nous entraîne dans des changements d'habitudes (...) »⁵⁷⁶. Dans son septième rituel, qu'il nomme « Le dérèglement de tous les sens »⁵⁷⁷, il imagine un rituel innovant et risqué à faire vivre aux visiteurs : une véritable expérience sensorielle au musée. Il suggère de les surprendre en proposant des dégustations de *lacquemants* au sein du musée, en invitant à marcher à pied nus ou en mettant à disposition des objets en lien avec les thématiques du musée, chinés sur une brocante. Les visiteurs, les yeux bandés, doivent reconnaître l'objet et par après en discuter entre eux⁵⁷⁸. Ce rituel montre la possibilité de transformer éphémèrement un musée et de transmettre les thématiques de l'institution par la participation physique des visiteurs. Loin d'une médiation culturelle descendante, ce type de rituel permet une médiation circulaire comme l'indiquait déjà Michèle Gellereau. Il ne s'agit pas d'un « acte de transmission »⁵⁷⁹ par un médiateur culturel vers le public, mais bien dans une « co-construction de sens et de savoir »⁵⁸⁰.

Avant la crise, le MVW s'approchait déjà de ce septième rituel avec les stages pour les enfants. Ces derniers découvraient autrement le musée : ils cuisinaient, goûtaient des préparations traditionnelles liégeoises, manipulaient des objets et créaient à leur tour. Aujourd'hui, la crise limite les possibilités de ces activités. Dès lors, nous nous interrogeons sur la suite de cette crise sanitaire, sur les moyens pour remédier à ces obstacles physiques qui restent actuellement présents, mais également sur le futur de l'interaction autour des objets au sein de ce musée de société. Le MVW renforcera-t-il le « puissant décadage »⁵⁸¹ qu'Yves Winkin suggère de réaliser ? Le fera-t-il en continuant à proposer des idées innovantes pour les stages à destination des enfants ou en osant « multisensorialiser »⁵⁸² le musée pour les publics, en accentuant les pratiques

⁵⁷⁵ WINKIN, Yves, 2020 : « Réinventer les musées », suivi d'un dialogue sur le musée numérique avec Milad Doueïhi, Paris : MKF Editions, p.19.

⁵⁷⁶ *Id.*, p.179.

⁵⁷⁷ *Id.*, p. 90.

⁵⁷⁸ *Id.*, pp. 92-96.

⁵⁷⁹ SCIEUR, Philippe et VANNESTE, Damien, « La médiation artistique et culturelle : cadrage théorique et approche sociologique », *Repères* n°6, O.P.C, mars 2015, p.16.

⁵⁸⁰ *Ibid.*

⁵⁸¹ WINKIN Yves, 2020 : « Réinventer les musées », suivi d'un dialogue sur le musée numérique avec Milad Doueïhi, MKF Editions, p.97.

⁵⁸² *Ibid.*

de médiation autour des offres calendaires ?

Dans tous les cas, cette mesure sanitaire a montré que « l'effet produit » prime sur le « contenu transmis »⁵⁸³. La « médiation est caractérisée (ce faisant) comme mise en relation ou vecteur de transmission de contenus à des fins d'enrichissements interpersonnels »⁵⁸⁴. Ces derniers émergent grâce à une médiation humaine plaçant « la parole et le geste qui accompagnent l'objet »⁵⁸⁵ au cœur de ses pratiques. Le médiateur invite le public à manipuler l'objet, à participer et en cela à favoriser le « dérèglement de tous les sens »⁵⁸⁶.

2.3. Les bulles sociales

Abordons dès à présent la troisième mesure sanitaire : l'injonction de la bulle sociale réduite. Elle a créé des situations tout à fait inédites de médiation sur-mesure, ce qui s'est manifesté dans le musée par des activités à destination des personnes appartenant à la même bulle sociale. Cette idée a bien fonctionné et les visiteurs étaient ravis de pouvoir retourner au musée en petit groupe et en famille.

Cette idée possède des aspects positifs et négatifs. Toutefois, elle ne constitue pas un véritable obstacle, mais plutôt un changement.

Les rencontres entre les visiteurs ne sont pas favorisées. Le risque que « la sauce ne prenne pas »⁵⁸⁷ au sein du petit groupe est grand. Avant la crise sanitaire, c'est justement l'effet de groupe qui permettait de relancer une activité qui ne fonctionnait pas. En revanche, le caractère personnalisé, individuel, exclusif lié à cette réduction de participants est positif. Le médiateur va pouvoir s'adapter aux envies et aux aspirations du petit groupe. Il a la possibilité de prendre le temps lors des activités et d'accomplir la médiation autrement. Alors que le masque est un frein à la communication, le caractère personnalisé aide le médiateur à s'adapter aux inconvénients du port du masque et à coller parfaitement aux demandes du petit groupe.

⁵⁸³ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition, p.151.

⁵⁸⁴ *Ibid.*

⁵⁸⁵ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p. 164.

⁵⁸⁶ WINKIN Yves, 2020 : « Réinventer les musées », suivi d'un dialogue sur le musée numérique avec Milad Doueïhi, MKF Editions, p.90.

⁵⁸⁷ Selon Alexandre Lambrette (Communication personnelle, le 28 août 2020) dans : annexe I, p.126.

À titre d'exemple illustrant cette médiation sur-mesure : l'adaptation de l'activité « Les Contes » durant le déconfinement. Cette activité invite peu de participants à se plonger dans la pénombre d'une pièce à l'étage du musée, éclairée uniquement par une petite lampe posée à même le sol. Cet espace *cosy* invite les participants à s'asseoir sur des petits coussins. Cette activité se rapproche de la notion de rituel d'Yves Winkin. Milad Doueïhi, dans son dialogue avec Yves Winkin, souligne que le musée, grâce aux rituels n'est plus « exclusivement un espace habité – par les objets, les conservateurs ou les médiateurs –, mais un musée habitable (...) »⁵⁸⁸.

Le nombre peu élevé de participants – souvent de la même famille – et l'aspect convivial de l'activité contée du MVW permet de s'inscrire dans cette dynamique de rituel. Pendant un instant, les visiteurs font partie de ce musée habitable. Ce faisant, les habitudes du quotidien sont modifiées ainsi que les perceptions et les habitudes au sein d'un musée. Cette idée est renforcée bien évidemment par l'impact du confinement et l'isolement de la crise sur nos manières de penser et de faire. Le confinement a chamboulé notre quotidien et de nombreuses personnes ont changé de comportement face à des choses simples de la vie comme se rendre au musée ou au restaurant. L'ordinaire est devenu extraordinaire.

Dès lors, Yves Winkin propose dans son ouvrage de suivre les douze rituels qu'il a inventé « pour les musées de demain »⁵⁸⁹. Il s'inspire d'éléments déjà existants dans des musées. En particulier, il mobilise son imagination pour créer « ces choses un peu rares » qui permettront de (re)créer une expérience collective⁵⁹⁰, durant laquelle le public est actif et vit une expérience. Selon lui, il est possible d'inventer des « expériences collectives au sein des musées (...) fondées sur des activités non pas simplement passives (...), mais au contraire, sur des « coalitions » spontanées très dynamiques, très créatives, autant intellectuelles qu'émotionnelles et sensorielles »⁵⁹¹.

Nous proposons de rapprocher le sixième rituel « Ma petite cabane au fond du musée » à l'activité « Les Contes » du MVW. Yves Winkin envisage des cabanes

⁵⁸⁸ DOUEIHI, Milad, dans : WINKIN Yves, 2020 : « Réinventer les musées », suivi d'un dialogue sur le musée numérique avec Milad Doueïhi, MKF Editions, p.174.

⁵⁸⁹ WINKIN Yves, 2020 : « Réinventer les musées », suivi d'un dialogue sur le musée numérique avec Milad Doueïhi, MKF Editions, p. 22.

⁵⁹⁰ Notion d'« expérience collective » qu'il emprunte à Chris Dercon.

⁵⁹¹ WINKIN Yves, 2020 : « Réinventer les musées », suivi d'un dialogue sur le musée numérique avec Milad Doueïhi, MKF Editions, p.15.

installées dans un musée dans lesquelles se trouvent des œuvres. Les visiteurs sont amenés à y entrer, parfois à quatre pattes pour observer les œuvres et invités à s'y installer. Le lieu culturel en lui-même, le musée dans ce cas-ci, doit être le « premier dispositif permettant l'accueil du public »⁵⁹². Le public doit percevoir ce lieu comme « un lieu de vie »⁵⁹³ où il se sentira comme chez lui⁵⁹⁴. Lorsque ces éléments sont réunis, la médiation sera couronnée de succès⁵⁹⁵ et une mise en relation émergera. Yves Winkin explique que ce rituel permettra de « faire en sorte que les visiteurs, petits et grands, puissent se lover dans des espaces protégés au sein du musée et y vivre une expérience (...) fondée sur un rapport très personnel avec les objets »⁵⁹⁶. Comme souligné par Yves Winkin, les visiteurs participants à l'activité « Les Contes » sont intellectuellement, émotionnellement et sensoriellement impliqués⁵⁹⁷.

Le rapport personnel aux objets se déroule dans la deuxième partie de l'activité contée avec une visite guidée personnalisée dans le musée. Les médiateurs prennent le temps de s'arrêter sur les objets et sur les questions du petit groupe de visiteurs. Ils sont invités à participer de manière spontanée et dynamique. Nous pouvons constater que l'adaptation de l'activité « Les Contes » a permis une nouvelle forme de médiation.

Dès lors, interrogeons-nous sur la pérennité de cette médiation intimiste après la crise du coronavirus : Serait-il envisageable de continuer ce type d'activité personnalisée, ce « rituel » ? Lequel modifie le « contrat »⁵⁹⁸ entre le médiateur et le visiteur par la possibilité d'une « complicité inédite entre le musée et ses publics »⁵⁹⁹.

Cette nouvelle pratique de médiation, qualifiée dans ce travail d'« intimiste », permet une nouvelle dynamique et une nouvelle relation avec les visiteurs. Le musée devient habitable. Les visiteurs sont installés dans un petit espace chaleureux en écoutant les histoires contées. Ils sont par la suite actifs au sein du parcours permanent. À cet instant, le guide continue la personnalisation de l'activité et les visiteurs découvrent le musée autrement. Cette mesure sanitaire qui impacte la médiation nous révèle la

⁵⁹² CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition, p.48.

⁵⁹³ *Id.*, p. 51.

⁵⁹⁴ *Ibid.*

⁵⁹⁵ *Ibid.*

⁵⁹⁶ WINKIN Yves, 2020 : « Réinventer les musées », suivi d'un dialogue sur le musée numérique avec Milad Doueihy, MKF Editions, p.87.

⁵⁹⁷ *Id.*, p.15.

⁵⁹⁸ *Id.*, p. 46.

⁵⁹⁹ *Ibid.*

possibilité de s'adresser autrement au public et permet de le convier au musée comme un « invité » et non un simple visiteur. En Irlande, dans certains musées⁶⁰⁰, le personnel qualifie le public d'« invité » qu'il faut recevoir de manière conviviale comme s'il venait à la maison. Dans la mesure du possible, il serait intéressant de se demander quotidiennement ce qui peut être proposé aux invités. Dans tous les cas, la « complicité inédite »⁶⁰¹ avancée par Yves Winkin est complémentaire aux démarches de la médiation culturelle et la crise nous permet de repenser les aspects de la médiation qui jusqu'alors semblaient aller de soi.

3. Les capacités d'innovation de la médiation culturelle

En définitive, la médiation, associée au départ à la résolution des conflits, prend de plus en plus d'ampleur dans le secteur culturel. La médiation culturelle, au fil des années, propose une immense variété d'activités et de dispositifs de médiation. Ces pratiques visent entre autres les objectifs d'interagir avec le public, de le faire participer, de lui faire vivre une expérience et par-dessus tout de créer une « mise en relation »⁶⁰². L'expérience du visiteur et son appropriation de l'activité sont au cœur de la médiation humaine. À partir des années 1980, l'animation devient importante dans les institutions culturelles⁶⁰³ et la communication avec le public se « présente comme affaire de proximité »⁶⁰⁴. À l'inverse, lorsqu'on envisage une médiation « sans agent ou portée par du matériel (...), l'interactivité s'avère nulle et la parole est à sens unique, descendante »⁶⁰⁵. Ces échanges sont favorisés par des pratiques de médiation qui invitent les visiteurs à participer. Le MVW comprend l'importance d'inclure le public dans ses démarches et installe une « collaboration active »⁶⁰⁶ avec lui.

Notre enquête de terrain démontre la nécessité d'interagir avec autrui. Les mesures sanitaires ont modifié la guidance des médiateurs et ont apporté des interrogations sur

⁶⁰⁰ À titre d'exemple, nous pouvons citer le Little Museum of Dublin. Musée d'histoire, collectant également des objets auprès du public. Le public est appelé *guest* (invité).

⁶⁰¹ WINKIN Yves, 2020 : « Réinventer les musées », suivi d'un dialogue sur le musée numérique avec Milad Doueïhi, MKF Editions, p. 46.

⁶⁰² CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition, p. 10.

⁶⁰³ *Id.*, p. 121. Notamment en France et en Belgique.

⁶⁰⁴ *Id.*, p. 123.

⁶⁰⁵ *Id.*, p. 124.

⁶⁰⁶ Dictionnaire encyclopédique de muséologie (sous la dir. de MAIRESSE, François), Paris, Armand Colin, coll, 2011, p.169.

les relations aux publics. Ces changements « réinventent le musée »⁶⁰⁷ et génèrent des questionnements quant à l'avenir du musée.

Cette nécessité d'interaction est également présente sur les réseaux sociaux lorsque le MVW est contraint de communiquer à distance avec son public. Depuis dix ans, les réseaux sociaux se développent exponentiellement et les institutions culturelles les sollicitent de plus en plus. En mars 2020, la page Facebook devient la vitrine du MVW. Ce musée de société liégeois en montrant les coulisses du musée, partage le processus créatif de l'institution et inclut conséquemment le public dans celui-ci. Les réseaux sociaux, en tant que terrain de communication, sont aussi un terrain de création et de médiation culturelle au sens où :

La médiation culturelle s'efforce de mettre en présence et d'éclairer les relations que nous pouvons déployer avec les contenus, artistiques ou scientifiques, et ce qu'ils produisent en chacun de nous. C'est par le partage et l'échange que vont se concrétiser les modalités de la médiation culturelle⁶⁰⁸.

⁶⁰⁷ J'emprunte ici le titre de l'ouvrage d'Yves Winkin, dans : WINKIN, Yves, 2020 : « Réinventer les musées », suivi d'un dialogue sur le musée numérique avec Milad Doueihi, Paris : MKF Editions.

⁶⁰⁸ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition., p.58.

Conclusion

Ce travail témoigne de l'actualité de la crise sanitaire du Covid-19. À travers un terrain d'enquête vivant le quotidien du MVW, nous avons observé les changements induits par la crise. En mêlant nos observations, les témoignages du personnel et des conceptions théoriques, nous nous sommes également interrogés sur l'avenir. Il était important de raconter le vécu d'un musée de société qui lui-même place le passé, le présent et l'avenir au centre de ses démarches. Depuis le 13 mars 2020, le quotidien du musée est bouleversé et la médiation culturelle a dû être totalement repensée.

Nous nous sommes interrogés sur les types de communication à distance utilisés par le musée dès le premier confinement ainsi que sur l'impact des mesures sanitaires sur les pratiques de médiation.

Les relations avec le public sont mises à mal par la crise et la fermeture imposée. Les initiatives « à distance » développées sur la page Facebook du musée tentent de les maintenir. Au début de l'enquête, plusieurs questions sont posées concernant ces initiatives. Ces dernières peuvent-elles être considérées comme des pratiques de médiation ? Vont-elles faire émerger d'autres pratiques ? Quels types de relations avec le public naissent sur la page Facebook ? De quelle manière le musée communique-t-il avec le public ? Nous avons porté notre attention sur les relations induites par ces communications à distance et sur l'avenir de l'utilisation des réseaux sociaux par le musée. Le musée fait preuve d'innovation et d'imagination en tentant de créer une parenthèse à la vie confinée, spécialement à celle des enfants : les objets de collection sont détournés avec humour, les coulisses muséales sont dévoilées et l'envie d'interagir avec le public se fait grandement sentir. Sur les réseaux sociaux, le musée utilise une communication médiatée impliquant une relation différée avec son public. C'est en mobilisant l'humour que le musée tente de se rapprocher des « locuteurs éloignés »⁶⁰⁹. Afin d'améliorer la relation en différé, il tente également de créer une relation de complicité⁶¹⁰ en partageant des vidéos de Tchotchou en confinement. Ces vidéos valorisent autrement le savoir-faire et permettent de divertir le public.

⁶⁰⁹ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition., p.127.

⁶¹⁰ MAGRO, Sébastien, « De l'usage des réseaux socio-numériques comme supports d'une médiation culturelle en ligne », *La Lettre de l'OCIM*, n°162, décembre 2015. URL : <http://journals.openedition.org/ocim/1593>, p.3.

Au-delà de ces relations, les réseaux sociaux, en incluant la communauté, en établissant une collaboration avec elle, sont de véritables outils de médiation. La crise sanitaire a permis de s'interroger sur l'usage, dans le futur, d'autres réseaux sociaux plus interactifs, accordant une plus grande place à la participation du public et à l'appropriation par ce public du contenu muséal. En cela, le MVW pourra être davantage tourné vers le futur et, favorisera de nouvelles formes de médiation spontanée.

La médiation culturelle, tout comme le musée de société, évolue avec la société elle-même⁶¹¹, et crée une mise en relation avec le public. Les contenus muséaux partagés sur les réseaux, et la communication médiatée avec et entre les internautes développent une médiation ascendante. L'inclusion du public dans la démarche « de société » du MVW, déjà présente avec les collectes d'objets et de témoignages, est renforcée avec l'usage intensif de sa page Facebook ainsi qu'avec l'initiative « Allô Tchanchès ? ». La communication interpersonnelle qui en découle crée une relation privilégiée et « en direct » avec la marionnette. Malgré la distance, la convivialité, l'humour et la spontanéité sont présents et rappellent l'ambiance des spectacles de marionnettes. La parole des enfants est au cœur de cette initiative et génère des questionnements concernant l'évolution des pratiques de médiation à destination des enfants.

Ce terrain d'enquête interrogeait également l'impact des mesures sanitaire sur la médiation. Au cœur des réflexions, les questions se posaient autour de l'évolution de la médiation résultante de ces mesures, sur la transformation des relations avec le public et sur les capacités d'adaptation des médiateurs face à ces obstacles. Ce travail a mis en lumière le ressenti du personnel du musée. Leurs précieux témoignages, constituant d'une certaine manière leur mémoire collective de la crise sanitaire, ont permis de mieux comprendre la situation du musée. Dès l'annonce du déconfinement, le personnel doit continuellement adapter ses pratiques de médiation. C'est dans le brouillard qu'avancent les médiateurs et c'est au fur et à mesure que les décisions concernant les activités se prennent. Pour répondre aux questions posées, nous avons analysé les mesures sanitaires qui ont directement impacté la bonne conduite de l'interaction entre le médiateur et le public.

⁶¹¹ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p.220.

Alors que le port du masque cache les expressions du visage et empêche les enfants de distinguer le sourire, l'impossibilité de manipuler les objets freine les interactions induites par ces manipulations. Ce deuxième obstacle condamne la stimulation des sens nécessaire à un contact privilégié avec le musée⁶¹² et favorisant une médiation circulaire et spontanée. Les médiateurs tentent de s'adapter à ces deux obstacles. Ils passent l'entièreté du message par le regard, parlent plus fort, accentuent les intonations, manipulent les objets eux-mêmes et lorsque cela est possible proposent aux visiteurs d'utiliser leur propre matériel lors d'une activité. Ces deux mesures sanitaires mettent à mal les relations des visiteurs avec les médiateurs et le musée. Là où le « rituel » au sens d'Yves Winkin modifie « notre vision du monde »⁶¹³ et nos habitudes, la crise sanitaire du Covid-19 renouvelle la vision des relations avec le public et les habitudes au sein du musée.

Finalement, l'imposition d'un nombre réduit de personnes issues d'une même bulle sociale modifie la mise en relation avec le public. Nous avons constaté le développement d'une médiation sur-mesure. Le musée devient habitable et une nouvelle dynamique émerge. Cette dynamique favorise une relation privilégiée entre le médiateur et les visiteurs. Ainsi, nous avons observé que le médiateur prend le temps et s'adapte pleinement au petit groupe. Étonnement, cette mesure sanitaire constitue moins un obstacle à la médiation qu'une « complicité inédite »⁶¹⁴ entre le musée et le public.

Dans ce climat d'incertitude, il est certain que les idées d'actions à distance ne manquent pas et que les médiateurs ne cessent d'avancer et de trouver des solutions aux obstacles induits par les mesures sanitaires. Quotidiennement, ils tentent de s'adapter au mieux afin de maintenir les relations avec le public. Dès le début du déconfinement, le public refranchit les portes du musée malgré les restrictions imposées. Les pratiques de médiation culturelle se voient modifiées par la crise sanitaire, mais ne sont pas réduites à néant.

⁶¹² GOB, André et DROUGUET, Noémie, 2003 : « La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels », Paris : Armand Colin, p.177.

⁶¹³ WINKIN, Yves, 2020 : « Réinventer les musées », suivi d'un dialogue sur le musée numérique avec Milad Doueïhi, Paris : MKF Editions, p.179.

⁶¹⁴ *Id.*, p. 46.

La communication à distance constitue une forme de médiation culturelle car une mise en relation se développe. Les initiatives en ligne interrogent le futur des formes de médiation sur les réseaux sociaux : De quelle façon le MVW va-t-il communiquer avec son public ? Va-t-il s'étendre à d'autres réseaux sociaux et favoriser ainsi la participation des internautes ? Dès lors, il serait intéressant d'étudier « l'après-covid » au MVW. D'une manière manifeste, nous constatons en tout cas que les réseaux sociaux, en tant qu'outils de médiation, ne remplaceront pas le rôle essentiel du médiateur humain⁶¹⁵. Ces outils en ligne sont complémentaires aux pratiques de médiation au sein du musée.

Avant la crise sanitaire, la médiation culturelle était déjà caractérisée par deux éléments : la polyvalence et l'adaptation⁶¹⁶. Ces éléments sont plus que jamais d'actualité. La crise révèle et accélère les capacités de la médiation à se réinventer pour atteindre le public, l'amener à s'interroger, à s'appropriier le contenu partagé, à vivre une expérience et à donner vie au musée⁶¹⁷.

En outre, en intégrant les témoignages de la crise sanitaire, le MVW conserve l'histoire « à plusieurs voix »⁶¹⁸. Il participe à la transmission de la mémoire collective, ravive les souvenirs et invite la population à témoigner. En perpétuant la collecte du patrimoine matériel et immatériel, ce musée de société liégeois tend à ne pas exposer un « passé fossilisé »⁶¹⁹. Il ressent l'urgence, comme à sa création, de collecter les traces de l'actualité qui deviendront l'histoire. En collectant les objets de la crise sanitaire, il collecte notre histoire : celle d'une période bouleversante.

Les conséquences de la crise sanitaire sur le secteur muséal sont et seront nombreuses. Cette enquête de terrain met en lumière le vécu d'un musée et émet des hypothèses quant au futur de la médiation. Ce travail apporte des réponses sur l'importance d'une médiation humaine, d'une relation avec le public au sein du musée, mais également à travers les réseaux sociaux. L'importance également de laisser une place considérable voire centrale à la parole du public et à sa participation active. J'ai ressenti un sentiment d'urgence de collecter les témoignages d'un musée traversant une

⁶¹⁵ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition., p.286.

⁶¹⁶ *Id.*, p.23.

⁶¹⁷ *Id.*, p.27 ; pp.47-48 et p. 51.

⁶¹⁸ DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin, p. 194.

⁶¹⁹ GELLEREAU, Michèle (dir.), 2017 : « Témoignages & médiations des objets de guerre en musée ». Presses Universitaires du Septentrion, Information et Communication, p. 35.

crise sanitaire mondiale. Ce travail, en tant que trace matérielle et immatérielle de la crise, démontre que grâce à la médiation culturelle, les interactions s'épanouissent et les rencontres sont possibles⁶²⁰.

⁶²⁰ CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition., p. 62.

Bibliographie

Articles de presse

CECA-ICOM, « Le COVID-19, une terrible menace pour la médiation dans les musées », publié le 28.04.20, <http://ceca.mini.icom.museum/fr/le-Covid-19-une-terrible-menace-pour-la-mediation-dans-les-musees/>, consulté le 5.05.20.

CLIC Belgique⁶²¹, « Tour de Belgique des initiatives musées & monuments dans un contexte de confinement », publié le 7.05.20, http://www.club-innovation-culture.fr/tour-Belgique-initiatives-musees-monuments-confinement/?fbclid=IwAR2yx-1Ua3gb2tno4wQe1KLPRDVvRfO_IMxz-QrDeNQseSde0aFyWnnsM9g, consulté le 12.06.20.

CRÉSPIN, Jean-Michel, DH Les Sports, publié le 20.04.20, « Tchatchès et Nanesse : leur vie de confinés ! », https://www.dhnet.be/regions/liege/tchatches-et-nanesse-leurs-vie-de-confinement-5e9d5df77b50a64f9cf0653f?fbclid=IwAR0-pGHj-SCfNbgxqGhDHL_ue_w0ewV4NzbcWNrnlZGR_COLoTPxdBx8GB0, consulté le 27.04.20.

DOUGADOS, Mathilde et KUBLER, Bénérice, « Les musées post confinement de nouvelles pratiques ? », The Conversation, publié le 13.05.20, <https://theconversation.com/les-musees-post-confinement-vers-de-nouvelles-pratiques-137114?fbclid=IwAR1K3IrfLgXDi-CR-80FbEUgCKy1F6XsDb1GTCRr7A5pKvkBz35b-KoneWk>, consulté le 5.06.20.

Escòla Gaston Febus, « L'école 'Des mots et des choses et la Gascogne' », publié le 17.05.21, <https://escolagastonfebus.com/societe/lecole-des-mots-et-des-choses-et-la-gascogne/>, consulté le 2.06.21.

GEORGES, Annabelle, « En confinement, le Muséum d'Angers rouvre ses portes sur le jeu vidéo Animal Crossing », Le Figaro, publié le 22.04.2020, <https://www.lefigaro.fr/jeux-video/en-confinement-le-museum-d-angers-rouvre-ses-portes-sur-le-jeu-video-animal-crossing-20200422>, consulté le 5.06.20.

HOREL, Tangui, « Réouverture timide des musées », RTBF, publié le 1.06.20, https://www.rtbf.be/info/societe/onpdp/detail_reouverture-timide-des-musees?id=10511916&utm_source=rtbfinfo&utm_campaign=social_share&utm_medium=fb_share&fbclid=IwAR3brDg65UX3v-GL-Igi_DqS3FIfy8VhinUc_gosGzfm8waKgs8R6v5mz0, consulté le 11.06.2020.

ICOM, « Musées et déconfinement : assurer la sécurité du public et du personnel, une priorité », publié le 12.05.20, <https://icom.museum/fr/news/musees-et-deconfinement-assurer-la-securite-du-public-et-du-personnel-une-priorite/?fbclid=IwAR1X3l-zpY1ZakjoHANKDk3nVFDVqQm0zIKAb4Rllkk1hGnZPUeYAs-Jmh4>, consulté le 5.06.20.

ICOM, « Musées, professionnels des musées et COVID-19 : l'ICOM et l'UNESCO publient leurs rapports complets », publié le 26.05.20, https://icom.museum/fr/news/musees-professionnels-des-musees-%e2%80%a8et-Covid-19-resultats-de-lenquete/?fbclid=IwAR0pa-uUKT8EM_2giqUjRFVZY-AyNOERbEs37eNQZanImq1y0AiV-R2373o, consulté le 5.06.20.

ICOM, « WEBINAIRE ICOM, rester en contact : la transformation numérique des musées en temps de COVID-19 », publié le 16.10.20, <https://icom.museum/fr/news/webinaire-transformation-numerique-musees/>, consulté le 20.10.20.

LEDOUX, Samuel et MONET, Chantal, RTL Info, publié le 24.11.20, « Liège : privé de représentations, il en profite pour inventer de nouvelles marionnettes et spectacles »,

⁶²¹ CLIC France : Club innovation & culture France, l'innovation et le numérique au service du patrimoine et de la culture.

https://www.rtl.be/info/regions/liege/liege-privés-de-representations-ils-en-profitent-pour-inventer-de-nouvelles-marionnettes-et-spectacles-1260910.aspx?fbclid=IwAR0-f8ZX_ludZxCI6mTivKn_V5tbx5Ih1L_tZdh6a9YA-Fs6d5p5lhryIEQ, consulté le 2.12.20.

MESSOUDI, Himad et GROUTARS, Elisabeth, RTBF, publié le 17.03.20, « Coronavirus : la Belgique en confinement à partir de ce mercredi midi, avec quelles mesures ? », https://www.rtf.be/info/Belgique/detail_coronavirus-un-conseil-de-securite-a-16h?id=10460292, consulté le 5.04.20.

MORAN, GARCIA Sarah, 7 sur 7, publié le 23.04.20, « Le Musée de la Vie wallonne veut collecter les traces de la crise sanitaire du Covid-19 », https://www.7sur7.be/dossier-liege-et-sa-region/le-musee-de-la-vie-wallonne-veut-collecter-les-traces-de-la-crise-sanitaire-du-Covid-19~a480938d/?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=socialsharing_web&fbclid=IwAR3U9zDqHQb2FwtWaT23V8igdGAcFl6JeYd14az0XyXyo_yK1JT9Gev2ryw&referrer=https%3A%2F%2Ffacebook.com%2F, consulté le 29.04.20.

UNESCO, « Culture et COVID-19 : Impact et réponse », publié le 15.04.20, <https://fr.unesco.org/news/culture-Covid-19-impact-reponse>, consulté le 9.05.20.

Articles de périodiques

BLAIRON, Jean, « Pauvre démocratie culturelle », *InterMag*, RTA asbl, janvier 2020, pp.1-6. URL : www.intermag.be/687.

CHAUMIER, Serge, « Les écritures de l'exposition », *Hermès*, La Revue, n°61, mars 2011, pp.45-51. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-3-page-45.htm>

COSNIER, Jacques, « Communication non verbale et langage » dans : *Psychologie Médicale*, tome 9, n°11, Paris : S. P. E. I., Coll., 1977, pp. 2033-2049.

CÔTÉ, Michel, « Les musées de société : le point de bascule ». C.N.R.S Editions, Hermès, *La Revue*, n°61, mars 2011, pp. 113-118. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2011-3-page-113.htm>.

GELLEREAU, Michèle, « Paroles et gestes dans la visite guidée », *Communication et organisation*, n°18, 2000, pp. 1-10. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2442>.

LAPASSADE, Georges, « Observation participante », Jacqueline Barus-Michel éd., Vocabulaire de psychosociologie. Toulouse, *Érès*, « Hors collection », 2002, pp. 375-390. URL : <https://www.cairn.info/vocabulaire-de-psychosociologie—9782749206851-page-375.htm>.

LEMPEREUR, Françoise, « Et le patrimoine immatériel ? », *Les cahiers de l'urbanisme* n°56, septembre 2005, pp. 77-79.

MAGRO, Sébastien, « De l'usage des réseaux socio-numériques comme supports d'une médiation culturelle en ligne », *La Lettre de l'OCIM*, n°162, décembre 2015. URL : <http://journals.openedition.org/ocim/1593>.

NAHOUM-GRAPPE, VÉRONIQUE, « L'échange des regards », *Terrain*, n°30, mars 1998, pp. 1-20. URL : <http://journals.openedition.org/terrain/3375>.

NAVARRO, Nicolas et RENAUD, Lise, « La médiation numérique au musée en procès », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°16, mai 2019. URL : <https://journals.openedition.org/rfsic/5592>.

PROVENCHER ST-PIERRE, Laurence « Le contemporain : objet de collection et de réflexion dans les musées de société ». *Muséologies*, volume 7, n°2, pp.19-30, mai 2015. URL : <https://doi.org/10.7202/1030248ar>.

QUOILIN, Cécile et POSTULA, Jean-Louis, « Rendre compte de la société d'aujourd'hui », *Les Cahiers de Muséologie*, n°0 Dans la marge, mars 2017, pp. 1-17. URL : <https://popups.uliege.be/2406-7202/index.php?id=158>.

RÉMY, Catherine, « Accepter de se perdre. Les leçons ethnographiques de Jeanne Favret-Saada », *SociologieS*, 2014. URL : <http://journals.openedition.org/sociologies/4776>.

ROMAINVILLE, Céline. Démocratie culturelle & démocratisation de la culture, *Repères n°4-5*, Vol. 4-5, juin 2014, pp. 1-36.

SCIEUR, Philippe et VANNESTE, Damien, « La médiation artistique et culturelle : cadrage théorique et approche sociologique », *Repères n°6*, O.P.C, mars 2015, pp.1-32.

Autres sources

Propos d'Anthony Ficarrota lors d'une visite guidée dans le cadre du cours d'« Introduction au Patrimoine culturel immatériel » dispensé par Françoise Lempereur (le 13 mai 2021).

Réponses d'Irène, de Karim et de Tiffany au questionnaire (envoyé par mail le 24 septembre 2020).

Colloques

LEMPEREUR, Françoise, 2009 : « L'arbre dans le patrimoine culturel immatériel ». Communication du colloque « Ces arbres, témoins de notre Histoire », Namur.

Musée de la Vie wallonne – Province de Liège, 2018 : « La marionnette, objet de musée et patrimoine vivant ». Actes du colloque, Liège, Les éditions de la Province de Liège.

Encyclopédies

Dictionnaire en ligne LaRousse.

Lexique en ligne Les Marcheurs de la Terre.

Dictionnaire encyclopédique de muséologie (sous la dir. de MAIRESSE, François), Paris, Armand Colin, coll, 2011.

Ouvrages

BEAUD, Stéphane et WEBER, Florence, 2010 : « Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques », Paris : La Découverte (4ème édition).

CAILLET, Élisabeth, 1995 : « À l'approche du Musée, la médiation culturelle », collab. Lehalle Evelyne. Lyon : Presses universitaires de Lyon.

CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, 2017 : « La médiation culturelle ». Paris : Armand Colin, collection U, 2^e édition.

DROUGUET, Noémie, 2015 : « Le Musée de société : De l'exposition de folklore aux enjeux contemporains », Paris : Armand Colin.

GELLEREAU, Michèle, Chapitre 5 « Médiations culturelles et patrimoniales : partager des expériences culturelles pour construire du commun ? » dans : « La médiation. Théorie et terrains » SERVAIS Christine (dir.), Bruxelles : De Boek, Coll. « Ouvertures sociologiques ». Manfred Peters., 2016, pp. 103-127.

GELLEREAU, Michèle (dir.), 2017 : « Témoignages & médiations des objets de guerre en musée ». Presses Universitaires du Septentrion, Information et Communication.

GOB, André et DROUGUET, Noémie, 2003 : « La muséologie : histoire, développements, enjeux actuels », Paris : Armand Colin.

LEMPEREUR, Françoise (dir.), 2017 : « Patrimoine culturel immatériel – Manuel ». Liège : Presses Universitaires de Liège.

LEJEUNE, Christophe, 2014 : « Manuel d'analyse qualitative. Analyser sans compter ni classer », Louvain-la-Neuve : De Boeck.

WINKIN, Yves, 2020 : « Réinventer les musées », suivi d'un dialogue sur le musée numérique avec Milad Doueihy, Paris : MKF Editions.

Réseaux sociaux

Exemples de l'initiative « Tchanchès al Mohone » du Musée de la Vie wallonne en ligne : « Quand Tchanchès fait des Skype » : <https://fb.watch/5IDPVNcliN/> (mis en ligne le 5.05.20) et « Quand Tchanchès doit faire les courses » : <https://fb.watch/5IEgt0ywHH/> (mis en ligne le 25.04.20).

L'initiative « Allô Saint-Nicolas ? » du Musée de la Vie wallonne en ligne : <https://fb.watch/5ICeh44j2D/> (mis en ligne le 8.12.20).

L'initiative « Allô Tchanchès ? » du Musée de la Vie wallonne en ligne : <https://fb.watch/5IEdxY83Yw/> (mis en ligne le 28.04.20).

Publications sur la page Facebook du Musée de la Vie wallonne : <https://www.facebook.com/223431595384/posts/10165099973050385/?d=n> (mis en ligne le 18.03.21) et <https://www.facebook.com/museeviewallonnes/posts/10165253476390385> (mis en ligne le 26.04.21).

Vidéo annonçant la fermeture du musée : <https://www.facebook.com/watch/?v=614079286109590> (mis en ligne le 26.03.20).

Sources officielles

13.03.20 - Arrêté ministériel portant des mesures d'urgence pour limiter la propagation du coronavirus COVID-19

25.05.20 - Arrêté ministériel portant des mesures d'urgence pour limiter la propagation du coronavirus COVID-19

Circulaire ministérielle, « Coronavirus Covid-19 : mise à jour des protocoles de déconfinement », 23.07.2020.

Circulaire ministérielle « Coronavirus Covid-19 : mise à jour des protocoles de déconfinement », 27.07.2020.

Document de référence ICOM International, 2014 : « Projet d'exposition, le guide des bonnes pratiques » de la Fédération des entreprises publiques locales, Association Scénographes.

Panneaux explicatifs au sein du parcours permanent du Musée de la Vie wallonne.

Rapport officiel de l'ICOM, « Musées, professionnels des musées et Covid-19 », mai 2020, <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Rapport-mus%C3%A9es-et-COVID-19-1.pdf>, 22 pages.

Source officielle du Musée de la Vie wallonne (« Document de travail pour les guides »), 79 pages.

Sites Internet

Les collections en ligne du Musée de la Vie wallonne : http://collections.viewallonne.be/?fbclid=IwAR1bxa_s5MuQQtEj8c768uuQkl0HnQ2M29tCJV2p4WmyTt9_nHJv8EP3SvE.

Site officiel du Musée de la Vie wallonne : <https://www.provincedeliege.be/fr/node/833>.

Site officiel du Parc d'aventures scientifiques : <https://pass.be/>.

Supports de cours

DUARTE, Cândido Manuelina, « Conception des expositions » (notes prises lors du cours HAAR0138-1). Université de Liège, 2019-2020.

GRAWEZ, Stephan, « Politique de l'éducation permanente en Belgique » (notes prises lors du cours MEDC0012-1). Université de Liège, 2020-2021.

LEMPEREUR, Françoise, « Introduction au Patrimoine culturel immatériel » (syllabus du cours ANTH0038-1). Université de Liège, 2020-2021.

SERVAIS, Christine et VANDENINDEN Élise, « Médiation esthétique et communication » (notes prises lors du cours COMU0011-1). Université de Liège, 2018-2019 : sur base des propos de LAMIZET Bernard.

SERVAIS, Christine et VANDENINDEN Élise, « Aspects de la profession de médiateur culturel » (notes prises lors du cours MEDC0010-2). Université de Liège, 2019-2020.

Annexe

I.	Retranscriptions des entretiens.....	123
I.1.	Entretien approfondi avec Alexandre Lambrette, le Responsable Médiation culturelle (le 28 août 2020)	123
I.2.	Entretien semi-directif avec Ludovic Modave, le Responsable Communication (le 9 décembre 2020).....	139
I.3.	Entretien semi-directif avec Anthony Ficarrota, le marionnettiste/montreur du musée (le 9 décembre 2020).....	143
I.4.	Conversation ethnographique avec Irène, animatrice/guide/médiatrice du musée (le 17 juillet 2020).....	146
I.5.	Conversation ethnographique avec Julie, animatrice/guide/médiatrice du musée (le 5 août 2020)	149
II.	Exemples d'objets détournés par le revival folklorique exposés au Musée de la Vie wallonne	150
III.	Le Théâtre de marionnettes du Musée de la Vie wallonne en 2021.....	150
IV.	Vitrine comparative au Musée de la Vie wallonne dans l'espace « Vie de l'esprit ». ...	150
V.	« Le séjour » au Musée de la Vie wallonne dans l'espace « Jour après jour ».	151
VI.	Vitrine exposée à l'accueil du MVW exposant les objets collectés durant la crise du Covid-19 auprès de la population (© MVW).....	151
VII.	« Super marionnettes, l'expo dont tu es le super héros » (2019) : univers vidéoludique. 151	
VIII.	« Super marionnettes, l'expo dont tu es le super héros » (2019) : exemples de dispositifs de médiation.....	152
IX.	L'initiative « Allô Tchanchès ? » en ligne (© Page Facebook du MVW).....	152
X.	La publication « Les challenges » avec un lien vers le catalogue en ligne (© Page Facebook du MVW).....	152
XI.	La publication « Un truc de flou » (© Page Facebook du MVW).	153
XII.	La publication « La chanson déformée » (© Page Facebook du MVW).	153
XIII.	Les publications « Les proverbes wallons » (© Page Facebook du MVW).	153
XIV.	L'initiative en ligne des tuto-bricolage remplaçant « Noël au Musée » (© Page Facebook du MVW).....	154
XV.	Les premières mesures sanitaires au Musée de la Vie wallonne.....	154
XVI.	Exemple d'un « sticker question » sur le réseau social Instagram	154

I. Retranscriptions des entretiens

I.1. Entretien approfondi avec Alexandre Lambrette, le Responsable Médiation culturelle (le 28 août 2020)

Léa Di Francesco : « Voilà on va pouvoir commencer, merci encore de me recevoir. Donc pouvez-vous expliquer vos activités en temps normal, avant la crise ? ».

Alexandre Lambrette : « Il n'y a pas de soucis, alors oui bon ça risque d'être long [petit rire] ... Voilà globalement il faut considérer qu'on a environ 25 activités des classes d'accueils (2 ans et demi) jusqu'aux seniors en passant par les personnes porteuses de handicap qui couvrent à la fois des activités sur le parcours permanent en lien avec nos collections, mais aussi en lien avec le Théâtre de Marionnettes car on a des activités croisées avec le théâtre et en plus de ça des activités en lien avec les expos temporaires.

Donc en partant du principe qu'on est sur une analyse avant-pendant et après confinement et bien du coup, en expo temporaire à ce moment-là n'on avait plus que « Super marionnettes » qui devait fermer le 19 avril. Alors par rapport à ça, c'est assez simple, au niveau des activités on n'a pas eu d'impacts dans un premier temps car cela s'est fait subitement donc la première grosse modification c'est quand on a commencé à avoir des annulations des groupes eux-mêmes.

Nous, de notre côté, on a dû reconfirmer tout notre planning fin février et puis début mars donc nous notre démarche a été « est-ce que vous continuez de venir ? » et puis au confinement il a fallu lister ceux qui avaient réservé jusqu'à d'abord fin mars, puis avril et mi-mai. C'était pour voir s'ils souhaitaient toujours venir. Et surtout en période de confinement informer aussi les groupes d'école que le musée était fermé. On a été confiné donc on n'a pas pu accueillir les groupes forcément.

Et au déconfinement, le musée a réouvert le 21 mai (le week-end de l'ascension). La plupart des groupes avaient annulé et on a vu au niveau des réservations des modifications au moment où on a pu recommencer les visites guidées – donc le 8 juin – et à ce moment-là quand les classes ont repris plus ou moins normalement. D'abord la phase prise de température, écartement et distanciation entre enfants etc. Et puis basculement les 2,3 dernières semaines où il n'y avait plus de distanciation etc et là on a plusieurs classes qui sont revenues et ça fait partie du listing que je t'ai envoyé avec Karim et Tiffany notamment. La en termes d'activités c'est vraiment ça qu'on peut citer comme aménagement en sachant évidemment qu'à la reprise, pour les visites guidées en juin les guides devaient maintenir les distances et porter un masque, plus de passages dans les vestiaires (ils sont fermés pour le moment) ce sont les gros aménagements durant la fin de l'année scolaire que nous avons pris.

Et ici depuis le 17 août (qui correspond un peu quand même à une reprise sur le terrain de la part des enseignants), on a pas mal de demandes toujours avec une mention des profs que ce sera en fonction des mesures prises au fur et à mesure. Maternel et primaire rien n'interdit les sorties pour le moment mais potentiellement une annulation de dernière minute : soit du musée à cause de nouvelles mesures du fédéral, soit de l'école avec changements de couleurs de zones etc.

La deuxième info dans les modalités pratiques c'est au niveau du secondaire, les sorties culturelles et extra scolaires ne sont pas autorisées donc il y a eu des cartes blanches, il y a eu des pétitions du milieu culturel et associatif pour condamner je vais dire cette mesure car cela ne va faire que maintenir à distance des ados qui pourtant ont besoin de la culture et surtout continuer du côté des associations et institutions une difficulté de maintenir un contact avec ce type de public.

Ce que nous on a aménagé aussi depuis le déconfinement et la reprise des visites guidées c'est le contrat de réservation. Normalement c'est juste fixer les termes (date, heure, nombre d'enfants pour la tarification et nombre de guides etc), à cela on a ajouté un canevas de modalités pratiques du covid qui reprend toutes les mesures mises en place au musée qui impose que seule la responsable du groupe entre à l'accueil et paye etc, demander aux enfants : pas de vestiaires donc pas beaucoup d'effets personnels, gel désinfectant à disposition, etc.

Au niveau des commodités, des déplacements dans le musée, on est dans toute une signalétique pour rappeler : une seule personne dans l'ascenseur, le sens de visite qui existait avec l'audioguide qu'on a dû aménager pour réellement éviter les croisements. Dans ce document on a rappelé que même si l'institution s'engage à la mise en place de ces mesures sanitaires c'est l'organisateur du groupe qui s'engage à ce que son groupe respecte les mesures et impose la bonne tenue de ces mesures. C'est du donnant-donnant. C'est toujours cette question de respect civil (si tu vois que la personne regarde une vitrine tu attends et tu ne colles pas pour regarder aussi par exemple, maintenir la distance quoi). Ça c'est au niveau général, au niveau des visites. Je ne sais pas si ça correspond ce que je te dis ? Tu souhaiterais un détail de ce qu'on propose peut-être ? »

Léa Di Francesco : « Oui Oui c'est très bien merci, et oui si possible ce serait intéressant d'avoir plus d'informations »

Alexandre Lambrette : « Oui bien sûr alors en fait toutes nos activités nous les avons faites évoluer, il y a quelques activités qui restent et datent de la réouverture en 2008 qui sont plus ou moins inchangées, mais par contre d'autres qu'on a fait évoluer car le rapport au public a évolué en 10 ans, moi je suis arrivé en 2010... En 2008, le service de médiation a été créé deux mois avant la réouverture et donc il n'y a pas eu cette possibilité d'un impact de la médiation sur

l'établissement du parcours, c'est un musée qui parle énormément aux classes et aux instits primaires et maternelles, mais il n'y a rien, voire rien du tout envisagé pour eux dans le parcours donc c'est compliqué en visites guidées et en animation car on a un public hyper important au niveau du scolaire. Il faut toujours mettre le musée à leur hauteur avec une médiation humaine, car il n'y a rien mis en place pour eux dans le musée de manière physique pour s'adresser à eux. Hormis des bornes, des onglets avec un petit explorateur mais qui est incomplet, inabouti et complètement insuffisant donc nous dans nos pratiques de médiation on a amené progressivement des choses.

À la fois beaucoup plus de dynamisme : au départ on était dans quelque chose de très transmissif même dans une démarche à la réouverture d'analyser de vieux extraits vidéo d'enquêtes du musée, d'analyses photographiques de nos collections où là il y avait beaucoup plus d'échanges même si on était vraiment comme tu vois dans un côté très descendant comme information. On a voulu renforcer le caractère dynamique de nos activités et animations donc renforcer les manipulations soit d'objets de collection par nos guides soit d'objets achetés par le service médiation dans le cadre de ces activités.

Moi quand j'ai commencé, il n'y avait pas de budget spécifique à la médiation maintenant on en a un de l'ordre de 5000 € couvrant l'achat de matériels pour les stages pour les bricolages, les décors de marionnettes, le bois pour les marionnettes, les livres pour les contes. Et là en plus depuis presque 3 ans l'équipe a été fusionnée avec les chargés de projet, on glisse certains trucs dans le budget exposition parce que tout ce qui concerne des besoins en médiation pour le temporaire alors c'est sur le budget de l'expo.

Donc là au niveau de nos pratiques, cela a changé ces 10 dernières années car on s'est rendu compte de certaines faiblesses de nos médiations, de certains besoins naturels d'enfants mais même aussi pour les adolescents et adultes. Je pars du principe qu'on peut faire la même chose avec un adulte qu'avec un enfant, c'est la manière de l'aborder qui est différente. Les adultes il ne faut pas forcément leur parler de manière fort scientifique, car tout le monde a besoin de se sentir *en sécurité* dans un musée. Si tu étales uniquement ta science et ton savoir c'est prendre le risque de perdre le public, ils vont se sentir bêtes et c'est la pire des choses en médiation [perdre le public] : il faut un propos adapté. Je vais te donner un exemple : en ce qui concerne les expos temporaires, souvent produit pour école primaire puis adolescents/adultes, nous avons des armoires pour les différentes catégories de publics. Si on remarque que le groupe avec lequel on est n'est pas à l'aise ou au contraire très calé, hop on passe dans une autre armoire chercher une autre caisse d'animation. C'est cette mobilité là et ce dynamisme là qu'on tente de rechercher dans nos activités. Ce qui a impliqué en période de covid, et évidemment ça peut paraître anecdotique, que les guides ont été totalement marqués. Leur métier est totalement

différent. On est fort sur l'accessibilité, donc les manipulations des guides et des publics. Rapport au matériel totalement différent qui a demandé un aménagement.

Aussi au niveau du théâtre, je dois te dire qu'en temps de covid, il n'y a plus du tout de spectacles de théâtre. Et la réouverture du musée n'a pas relancé le théâtre. Ni pendant l'été (capacité 65 personnes), on est limité avec 30% du public, c'est bizarre et compliqué du point de vue du public d'être 10/15 et à l'arrière un moniteur et deux aides, avec un fond de scène de 180 cm pas possible de respecter les distanciations pour eux aussi. Là ce qu'on a comme autorisation : les groupes scolaires (car bulle classe, enfants qui ont le droit d'être mélangé sauf le responsable et en coulisse port du masque). Donc on verra ce qu'on décide prochainement à ce niveau-là. C'est un peu les gros changements en gros, ça te va comme récap ? ».

Léa Di Francesco : « Oui oui très bien merci beaucoup. Et l'été alors ? »

Alexandre Lambrette : « Oui donc l'été comme tu sais on fait « Les Estivales ». Donc tu as le programme que je t'ai imprimé. On nous demande au départ (et c'est quelque chose que je coordonne avec le Responsable Communication) de faire la programmation plus ou moins 8 à 9 mois à l'avance. En plein hiver on travaille sur l'été et inversement pour proposer au public familial toujours cette idée de famille, de convivialité, d'espaces d'accueil en diversifiant nos offres sous différents angles pour aborder nos collections. La plupart du temps que ce soit « Les Estivales » et « Noël au Musée » on passe par des ateliers culinaires, des ateliers extérieurs, des concerts, des spectacles, des balades contées. Cette année on avait fait notre programmation en février on a du tout mettre en arrêt total dans un premier temps vu qu'on ne savait pas où on allait.

Au déconfinement, sachant qu'il était possible de faire des activités avec de petits groupes guidés et d'autres contraintes on a dû aménager et supprimer d'autres choses. Notre point de vue pendant « Les Estivales » : on ne peut pas mélanger les bulles donc on va proposer uniquement des bulles, on a axé toute notre offre sur la famille et les bulles (même uniquement pour deux personnes). « On a la possibilité de vous accueillir », mais on ne savait pas comment ça allait être pris. Ça a vraiment bien marché au mois de juillet surtout, tout ne s'est pas fait, mais un de chaque a vu le jour et on a eu des retours positifs sur ce caractère spécifique d'activités personnalisées, individuelles. Puisque le guide se retrouve avec parfois deux personnes seulement : il y a un côté hyper exclusif. Les guides ont trouvé ça enrichissant dans leur travail, mais aussi déstabilisant car ce qui est vrai pour un groupe est vrai aussi pour une ou deux personnes : parfois on a peur que la sauce ne prenne pas ou difficilement, il faut un peu ramer et c'est parfois l'effet de groupe qui fait qu'on a de la ressource et qu'on peut relancer etc. Ce n'est pas pour autant que l'expérience est négative, mais cela est totalement différent et il faut s'en rendre compte. Le Théâtre de Marionnettes et les concerts reportés aussi. Et nos ateliers annulés ».

Léa Di Francesco : « D'accord c'est super intéressant ! Donc les activités durant « Les Estivales » tu disais ont bien fonctionné ? ».

Alexandre Lambrette : « Oui très bien. Et donc tu as pu suivre nos Contes, tu sais donc qu'il y a 4 thématiques (avec des livres niveaux des maternelles et d'autres primaires). En plus d'avoir quelque chose d'hyper personnalisé, on a essayé d'ouvrir au niveau des choix comme ça si les gens aiment ils reviennent et ils l'ont fait ! Donc on s'est dit que ce n'était pas un mauvais choix. Ce sont « Les contes » qui ont le plus fonctionné pendant « Les Estivales ». On a senti un basculement au niveau des réservations avec le CNS qui, fin juillet, annonce le retour de la bulle de 5. Le mois d'août a été beaucoup plus calme et « Les Contes », eux, continuaient de bien marcher. Après confinement : notre réflexion qu'on va travailler ces 15 jours-ci, on pense que ces formules de bulles ont bien fonctionné et donc on va les proposer sur toute la saison (les mercredis et les week-ends) sur d'autres thématiques et d'autres contes pour avoir quelque chose de récurrent pour les publics. Cette formule de contes sera normalement au programme cette année-ci donc ». Ensuite, « À petits pas », activité qui au départ est une prise de sensations, je ne sais pas si tu as suivi celle-ci ? ».

Léa Di Francesco : « Oui je l'ai suivi et c'était très chouette, les enfants étaient très contents ».

Alexandre Lambrette : « Ah ben voilà, c'est vraiment pour que les enfants se familiarisent avec le musée, ce grand bâtiment impressionnant pour eux. C'est parfois frustrant, mais c'est super enrichissant car ça permet de constater que pour faire un outil de médiation, il faut se mettre à la place de ton public et de ta cible. Quand tu fais une visite d'une heure et demie avec des enfants de 2 ans, 3 ans ils ont retenu – si tu leur demandes à la fin – que l'ascenseur était vert, toi tu viens de leur parler de plein de trucs et ce n'est pas grave au final qu'ils retiennent ça, mais dans ce cadre-ci avec cette activité il n'y a pas vraiment un fond très fouillé et c'est volontaire. C'est une activité où 4 animaux sont dans le musée, cela permet de mettre en avant quelques objets de collection et de faire des jeux de sensibilisation de puzzle, d'histoire, de cache-cache autour de ces animaux-là pour leur montrer que le musée est abordable pour tous et comique. Ce qui change d'avant-covid est évidemment les manipulations uniquement par le guide. Ensuite, « Du Sculpteur à la sculpture » : il y en a eu quelques-uns, on a essayé de maintenir un max de distance et c'est une visite guidée ciblée sur le sculpteur L. Harzé suivi d'un atelier de sculpture où chacun avait son bloc de terre dont pas de soucis à ce niveau-là. Tu l'as suivi aussi non ? ».

Léa Di Francesco : « Oui et j'ai créé le Perron enfin plus ou moins [petit rire] »

Alexandre Lambrette : « [Petit rire] Oui hein pas facile du tout. Donc voilà une visite guidée intimiste et un atelier respectant les règles avec un bloc de terre par personne, ensuite il y a « Dis-moi Tchanchès » : il y en a eu qu'un. À défaut de ne plus avoir l'expo Marionnettes

qu'on a fermé pendant le confinement, c'est une activité qu'on faisait avant et qu'on a aménagée pour l'expo qui brasse l'historique et la pratique théâtrale à Liège autour de Tchantchès finissant par un spectacle au Théâtre de Marionnettes. En fin de visite Anthony, notre marionnettiste venait avec un Tchantchès et un chevalier pour montrer la voix, la manipulation etc. Parfois, ils viennent voir la salle de théâtre pour leur montrer les lieux. Ça va je ne vais pas trop vite ? ».

Léa Di Francesco : « Non ça va merci ».

Alexandre Lambrette : « Nickel, donc je vais passer à l' « Expo Moto » alors, qui a ouvert le 4 juillet seulement, on propose des *events* tout au long de l'expo pour la rendre visible, pour lui donner vie et la faire vivre autrement. Ici pour la clôture des « Estivales », on a proposé « Motard en herbe » dans la cour du musée (circuit gonflable) permettant aux enfants dès 6 ans de tester des motos électriques : sous réservation (30 min avec 3 enfants max de la même bulle). En faisant sous réservation les gens viennent sur tranche horaire et on évite les croisements et cela permet aux organisateurs de l'*event* d'avoir le temps de désinfecter les motos etc pour les manipulations, ils ont prévu du matériel de motard adapté avec des cagoules jetables et port du masque imposé ».

Léa Di Francesco : « D'accord ça a l'air chouette comme événement, et en termes de visites guidées en général ? ».

Alexandre Lambrette : « Avant le covid tu veux dire ? ».

Léa Di Francesco : « Oui ! »

Alexandre Lambrette : « Oui alors pour les visites adolescents et adultes on a « Info/Intox », je vais un peu t'expliquer c'est intéressant de voir comment un produit évolue ici en médiation. Alors en fait j'ai créé il y a 3 ans une activité dans le cadre du Poisson d'avril, à savoir un produit fun pour les adultes où les guides mènent en bateau le public (avec une info parfois légèrement fausse ou vraie pour montrer la nuance). Donc au départ c'est quelque chose d'hyper léger qui a vraiment bien fonctionné. On avait eu tellement de réservations qu'on a dû doubler les guides et groupes. Une professeure du secondaire a demandé si c'était possible à titre personnalisé de le faire pour sa classe car c'était fun pour les ados et intelligent. C'était intéressant de montrer que souvent le rapport à l'autorité (qu'on soit enfant, ado ou adulte) nous fasse tendance à tout croire. Donc on a eu l'idée de développer quelque chose de plus structuré autour des *Fake News* et les trois grands niveaux d'influence : la famille, l'école et les médias. La plupart du temps les enfants sont scolarisés jusqu'à au moins un âge adulte et ça montre l'impact, l'influence que peuvent avoir les institutions. Et un apport aux médias aussi, il y a un peu de modération sur internet, on se rend compte de toute la dangerosité d'une info sur les réseaux sociaux qu'on prend telle quelle, pour acquis (il faut toujours multiplier les sources !). On a donc

travaillé l'activité, mais le fond reste le même (on brasse le musée avec des vrais et faux mais toute une partie avec cette sensibilisation de vérifier les sources, la connotation des sources, etc). Ça marche assez bien, on avait pas mal de demandes et on va s'associer à la Maison des Sciences pour faire un combiné, car ils ont une activité sur le Darwinisme et sur le Classicisme où les classes de secondaire doivent vérifier les infos et créer un discours de différentes théories d'évolution ou pas. Donc ça oui, avant le covid, ça fonctionnait très bien ».

Léa Di Francesco : « D'accord merci ! ».

Alexandre Lambrette : « Pas de soucis, alors aussi on a une visite combinée avec le Palais Provincial, dans le cadre des « Journées du Patrimoine ». Cette année, la thématique se porte sur les parcs et jardins, on a donc pensé que c'est intéressant de faire un combiné avec notre institution provinciale pour parler de notre architecture passée et présente (évolution du musée) jusqu'au Palais en passant par des lieux typiques de Liège comme la Place du Marché, la Place Saint-Lambert, les Coteaux, etc. Montrer son architecture passée, avec les jardins d'avant, les décorations des différents salons. On l'a fait deux fois sur l'été globalement ça s'est bien passé. Mais on verra comment ça se passe pendant les « Journées du Patrimoine », j'y reviendrai, mais je m'épargne un peu [petit rire]. Je reviens sur l' « Expo Moto », on a la « Découverte de Liège en scooter électrique » : Fédémot propose cette visite, avec des chauffeurs Fédémot faisant des arrêts et donnant des anecdotes insolites sur la ville de Liège. On en a eu qu'une seule demande tant que maintenant, il y en a encore ce week-end avec 4 réservations. Pour « Motard en Herbe », j'ai oublié de dire la journée de samedi est full ! Voilà pour « Les Estivales », as-tu des questions ? ».

Léa Di Francesco : « Non pas à ce stade-ci, merci beaucoup pour ce récap ».

Alexandre Lambrette : « Avec plaisir, on continue alors. Donc je te propose de prendre ce document-là avec le calendrier interne, créé avec Ludovic [Responsable Communication], pour ventiler les budgets et la répartition événementielle pour une programmation la plus équilibrée possible, il y a des trucs qui ne te concernent pas vraiment mais voilà je passe en revue avec toi ».

Léa Di Francesco : « D'accord parfait ».

Alexandre Lambrette : « Alors en février, on a « Le Bal Masqué » (le 26 février) il s'est fait, oui on parlait déjà covid, mais cela paraissait tellement lointain. Si tu te souviens pendant les vacances de carnaval : l'Italie avait quelques cas, les médias nous disaient qu'il ne fallait pas s'inquiéter et qu'on pouvait partir en vacances etc. Donc on a maintenu et on a eu un bal qui a fonctionné comme les deux éditions d'avant avec chapiteau chauffé dans le cloître ; 400

personnes environ sur toute l'après-midi ; avec sculpteurs de ballons ; grimeuses ; DJ et petites restaurations. Donc voilà ça s'est bien passé, sans soucis.

Ensuite, on arrive en mars, on n'a rien envisagé dans un premier temps, par contre on arrive à cheval avec d'autres trucs dont déjà l'« Expo Moto » annoncée pour le 4 avril au 4 octobre. Vu qu'on a été confiné d'un point de vue expo on ne savait pas quoi faire : difficulté car deux semaines de montage à faire, toutes les motos en prêts-extérieurs étaient en réserve à Anso ainsi que les socles sur-mesure. Certaines motos étaient déjà à l'expo (qu'on ne pouvait plus sortir) et d'autres donc en réserve qu'on ne peut plus accéder du tout car on est confiné. Lorsqu'on était chez nous, il était forcément impossible de rendre les motos aux prêteurs, donc on a dû contacter tous les prêteurs extérieurs pour savoir s'ils étaient ok dans un premier temps qu'on prolonge le prêt : ils ont tous dit oui sans aucun souci. Il y en a deux qui ont souhaité récupérer les motos, mais ce n'était pas possible, on leur a expliqué. Pendant le confinement on n'a donc rien fait autour de l'expo moto, on a continué nous à travailler sur la publication qui normalement sera disponible à la rentrée pour une mise à disposition et vente fin d'année et début année 2021.

Alors, je continue, en mai maintenant – reprise le 18 mai – et on était dans le rush total avec l'« Expo Moto », dans le sens où les équipes étaient débordées, surtout au niveau du montage où tout s'était arrêté du jour au lendemain, il fallait rapidement faire une remise en route du montage. On a relancé sans savoir quand on allait ouvrir l'expo, sans trop aussi savoir ce qu'on allait pouvoir faire dans le musée et dans l'expo (car ok on réouvre mais dans quelle mesure le musée réouvre ?). Cela a été décidé le 4 juillet jusqu'au 4 avril 2021, expo de 10 mois alors que c'était prévu de 6 mois. En termes d'événementiel au tour de l'expo cela nous a demandé de déplacer, d'ailleurs rappelle-moi je te donnerai un formulaire, on avait prévu la « Journée de la Moto » (qui est la journée internationale de la moto) la semaine de l'ouverture en avril qui sera postposée comme une fin d'expo, dévernissage.

Les conférences déplacées avec les intervenants extérieurs aussi. Vu le propos et la cible de l'expo (plutôt adulte) on n'a développé qu'un seul produit en termes de guidance. La guide qui travaille dessus a eu plus de temps pour le faire. On a notre première visite guidée moto le 17 septembre à 13h30 c'est un groupe de 10 personnes... Toute la difficulté de cette expo en termes de réouverture c'est qu'on est obligé d'avoir une concentration maximale de public dans les parcours cela impose une jauge de 6 personnes dans le quart d'heure dans le parcours permanent et toutes les 20 minutes dans l'expo. Cela se fait en réservation en ligne, dans un premier temps c'était très strict et là on a pu augmenter la jauge de 6 personnes sans réservation aussi qui se présenteraient à l'accueil. Surtout les personnes de pays étrangers par exemple qui se présentent et demandent s'ils peuvent visiter, tout dépend bien évidemment du nombre de personnes déjà présent dans le parcours. On regarde ça alors et les gardiens autorisent ou pas l'entrée du public.

Donc je te dis ça car du coup en termes de visite guidée il y a un impact car si on a une visite guidée ce jour-là on ne peut pas autoriser les 6 personnes se présentant spontanément sans réservation. Les règles concernant le covid en Belgique on est sur une distanciation d'1m50 le problème c'est que toute la scénographie de l'expo moto est pensée pour une distance d'1m20 pour l'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite. Donc imposition aussi pour ça d'une jauge du parcours car la distance est difficile là. En termes de guidance on l'a vu avec la conférence de presse et accueil des institutions partenaires à défaut du vernissage on a remarqué qu'il y a certains espaces dans l'expo moto où on va devoir jouer pour maintenir la distanciation. Aussi, formations de quelques guides la semaine avant pour qu'ils suivent la visite qu'Irène fera. Pas de vernissage donc et on s'était dit dans un premier temps, quand on a ouvert en juillet, qu'en septembre on profitera des « Fêtes de Wallonie » pour faire le vernissage et marquer le coup, mais l'idée a été abandonnée forcément suite à l'actualité du covid alors qu'on avait prévu un concert etc.

Pendant les fêtes de Pâques, depuis des années on fait une chasse aux œufs pour les petits (depuis 18 mois > 4 ans). Deux séances où on place des cotillons dans le musée, ils ont un panier et on échange leurs cotillons contre du vrai chocolat comme ça on n'a pas des œufs en chocolat fondu partout sur les vitrines. On propose aussi une photo-souvenir sur un décor de Pâques : on a dû annuler. On a annulé aussi les ateliers de Pâques cette année, c'était des décorations d'œufs (œufs naturels cuits-dur avec colorants naturels à base de betterave, de carottes etc comme on faisait à l'époque et artificiel pour une comparaison entre les deux) et décoration de paniers. Je continue si c'est bon pour toi ? ».

Léa Di Francesco : « Oui bien sûr, tout est ok pour l'instant ! ».

Alexandre Lambrette « D'acc, alors depuis 6 ans aussi on organise « la Cité de la Bière » (CDLB) et on a dû annuler. Dans un premier temps reporté puis placé au premier week-end de septembre puis on l'a annulé il y a presque un mois car 6000 personnes sur le week-end normalement avec tout le cloître rempli d'animations – DJ, micro brasseries belges et étrangères (stands en palette taille d'une table donc proximité énorme entre chaque stand et passage des gens) – et avec ton entrée tu reçois un verre (verres nettoyés dans la même eau etc). Donc bien sûr on avait essayé d'aménager l'événement et le parcours pour éviter toute cette grosse concentration dans les galeries du cloître, on a pensé aux gobelets jetables. Mais pour finir, pas de solution convenable et donc tout a été abandonné pour ne pas prendre de risque. En mai également, les conférences autour de l' « Expo Moto » sont reportées en novembre.

Ensuite, « La Fête de la Musique » : on avait prévu des mini concerts en wallon avec des liens dans le parcours, les chanteurs viennent aussi faire un projet à Noël autour des chants de Noël. Donc ça a été annulé aussi. Alors je ne préfère pas toujours parler d'annulation car en fait

ça ne revient pas cette année mais la chasse aux œufs, l'édition la vraie édition numéro 3 ce serait en avril 2021 si tout va bien, donc oui c'est un report on va dire. Donc je disais, oui « La Fête de la Musique » est annulée, reportée à l'an prochain si tout va bien.

Puis on arrive à « L'Année Wallonie Nature » : une Foire Artisanale, on avait envisagé dans un premier temps de faire appel à des producteurs locaux autour du fruit, fromage, des animaux, on voulait un côté *Ferme en Ville* on a pris plein de contacts puis progressivement on n'a pas fait aboutir. Par contre il y avait un truc sur lequel on avait beaucoup travaillé – toujours dans le cadre Année Wallonie Nature – c'est ce que tu vois en juillet la végétalisation du cloître (Hexapoda). En fait c'était totalement hors budget, on voulait faire transformer le cloître en espace vert. Mais ce qu'on a maintenu en lien avec l'Hexapoda de Waremmes (c'est un musée universitaire) : on avait appelé l'événement « Mini-Foules ». L'Hexapoda en fait c'est un site inder et ouder. Inder : vivarium d'insectes locaux et quelques exotiques. Et parties en extérieur avec un parcours sur certaines plantes et certains insectes avec une exposition dans la partie extérieure et intérieure sur les insectes de nos régions et ils ont toute la collection universitaire des boîtes d'études, je ne sais plus comment ça s'appelle, où les insectes sont piqués avec toutes sortes de papillons. Donc on voulait faire une expo dans le parcours permanent qui allait montrer toutes ces boîtes de différentes tailles justement d'insectes locaux et exotiques et quelques vivariums. C'était le temps d'un week-end donc ça cela n'est pas annulé mais reporté. Tant que maintenant on a reporté ça à la période de printemps et donc on verra si on peut ou pas le faire.

Donc on arrive en été, et donc « Les Estivales » on en a déjà parlé (et juste les ateliers des Estivales sont annulés aussi). Je vais te parler aussi de « Liège African Market » : accueil d'un extérieur un peu sur le principe de la « Cité de la Bière » avec de la musique, des stands de nourritures et d'animation, c'est reporté aussi. Je ne vais pas trop vite ? ».

Léa Di Francesco : « Non ça va ».

Alexandre Lambrette : « Ok ok tu enregistres de toute façon. Donc je suis en septembre maintenant, on arrive aux « Fêtes de Wallonie », annulées également début août. Car en fait tu as les dispositions fédérales, mais aussi les impositions communales donc le bourgmestre est maître sur sa localité donc par exemple dès le confinement il a annulé le 15 août déjà alors qu'on ne savait pas où on allait. Donc pareil ici cela tombait à l'eau aussi rapidement, annoncé par les impositions communales. Dans ce cadre-là on fait plusieurs choses normalement : des séances au Théâtre de Marionnettes, des visites et des ateliers de médiation. Ça allait être la troisième fois qu'on avait changé le fusil d'épaule avec les collègues des collections. Auparavant, ces collègues faisaient des démonstrations de conservation, restauration d'objets. L'idée est bonne mais ce n'était pas dynamique, on veut montrer que le musée n'est pas un musée vieux et poussiéreux mais on est dans un moment d'échange. On a donc testé des initiatives avec un guide médiateur

à côté du conservateur pour créer du lien avec les visiteurs et depuis l'an dernier les équipes de collection aménagent leur manière de travailler pour présenter de manière participative : les visiteurs ont la possibilité de faire de « la restauration ». On s'entend de l'emballage avec des objets, des mugs, des cartes postales... qui ne sont plus des objets de collection. Les « Fêtes de Wallonie » c'est un public principalement familial donc on tente de toucher ce public avec des activités qui conviendraient pour les adultes comme pour les enfants. On a fait une première réunion *débrief* de cette édition avec ce qui a marché ou non et on a envisagé des pistes puis on s'est revu avec Ludovic et Cécile [Conservatrice du musée] au déconfinement. Ce sera valorisé à un autre moment je pense, mais voilà annulation-là.

Toujours en septembre, je te disais tantôt « Journée du Patrimoine », on a voulu tester pendant « Les Estivales ». Les seules grosses modifications c'est qu'on ne savait pas du tout si ça allait être maintenu. Puis on a été contacté tôt car pour cet événement c'est entre décembre et février qu'on réfléchit une fois qu'on a la thématique : on pensait à une visite guidée. Ils sont revenus vers nous « tant que maintenant c'est maintenu mais rien en médiation humaine ». Donc quelque que soit le site juste l'accueil de public pas d'expo guidée, pas d'ateliers... donc que faire ? On avait 10 jours pour repenser, on a vite réfléchi et pour finir nos activités prévues sont adaptées de manière numérique par Izitravel (une application) pour que le contenu soit le même. Ce sont des infos séquencées globalement c'est assez bien fait. Il y a des vidéos, sons... comme ça on utilise tout le matériel collecté par Julie Joris mais sur l'application du coup. Mais le rapport au numérique pour cette journée-là n'est pas adapté selon moi (la moyenne d'âge du public venant à cet événement annuel ? + de 70 ans). On a réfléchi à comment faire et à ce moment-là justement on reçoit les infos que les mesures se sont assouplies et qu'on peut reprendre le projet de base. Avec une seule modification c'est qu'à partir de demain les inscriptions se font en ligne et que tout est géré par eux (les organisateurs de l'événement) donc difficulté chez nous de ne pas gérer ça. Le musée est accessible gratuitement tout le week-end et là, la prise en charge entière passe par eux. On a une visibilité sur les réservations que deux jours avant : on va dire que ce n'est pas le truc le plus confortable du monde. Et surtout comment communiquer autour sur les réseaux ? Comment faire la promo ?

En octobre, il y a la « Nuit des Macralles » depuis 2012. Balades contées dans le musée (généralement 1 par an) avec des comédiens professionnels reprenant des personnages en lien avec le parcours (un mineur, une guérisseuse, un soldat de guerre, un instituteur, une botteresse, ...) partout dans le parcours faisant vivre autrement les thématiques et objets dans lesquelles ils s'inscrivaient. 35 personnes environ dans le parcours permanent et temporaire. Cela s'inscrit dans notre volonté il y a 3 ans d'intensifier l'offre aux fêtes calendaires et dans ce cadre-là toujours les mêmes comédiens avec la même compagnie. On crée ensemble : on leur donne toutes les infos et eux créent les scénarios, les répliques des comédiens. On établit une thématique et moi je me

charge de définition des personnages en fonction des besoins dans le parcours. On décore tout le musée aussi. Fausses tombes, musique d'ambiance... La déco reste toute la semaine, tout le personnel est grimé, on fait des ateliers aussi : masques, paniers pour récolter des friandises. De nouveau il faut une anticipation de 9 mois, on avait commencé avant le confinement et là tant que maintenant on a la possibilité de le maintenir. Au départ les groupes de 35 se suivent et on va réduire la jauge à 20. On fait aussi appel à nos guides, qui mèneront un groupe d'un comédien à un autre, ils seront grimés et n'auront pas de réels impacts sur la visite, mais au moins on sera sur quelque chose de plus *safe*. On va étendre, commencer plus tôt dans la journée et beaucoup moins de gens, faisable, on verra.

Deuxième gros changement dans la programmation des expositions : ouverture de l' »Exposition Photo – LOVE », prévue au 26 novembre qu'on a postposé au printemps 2021 (appel aux photographes extérieurs, on a construit les thématiques et on a fait appel aux photographes). Ateliers et conférences autour sont aussi postposés. Ça va tu as des questions pour l'instant ? ».

Léa Di Francesco : « Non pas pour l'instant ».

Alexandre Lambrette : « Ok je continue alors on est en décembre, avec « Noël au Musée ». Comme pour « Les Estivales » même principe et là c'est la 8^e édition. On a fait des aménagements : réduire le nombre d'ateliers en gardant ce qui a bien marché pendant « Les Estivales », à savoir « Les Contes » et on a « Info et Intox » de l'an dernier. On avait créé un carnet rébus avec Ludovic (vingtaine d'objets dans le parcours permanent : objet à trouver) visite fun permettant de s'approprier le musée en semi-autonomie car ils ont le carnet et cela avait bien fonctionné. Donc développer cela, mais à d'autres publics et pour respecter les bulles etc [les carnets sont disponibles à l'accueil]. Le « Monde est Flou » aussi : objets détournés, pixellisés pas besoin de savoir lire donc pour des enfants plus petits, accompagnés d'adultes.

À côté de ça, je disais donc « Noël au Musée », depuis 3 ans on fait venir le Père Noël avec l'ASBL Carol'or qui propose le Père Noël sur son trône avec un photographe qui imprime directement la photo. Il y a aussi des grimeuses, des jongleurs, des sculpteurs de ballons, des échassiers et des lutins. La spécificité qu'en haut toute la pièce ce sont des sculptures de ballons (20 mètres carré de ballons gonflés en forme de cadeau, rennes, ...) tout une ambiance de l'espace.

Et « L'Atelier du Père Noël » avec une compagnie théâtrale au 3^e étage avec un décor d'environ 5 mètres de long en semi impro. Les enfants sont installés et les comédiens sont en lutins, ils courent partout car le Père Noël est parti car il a pris congé et il faut terminer les cadeaux et appellent les enfants à venir les aider. On est sur environ 1h30 de spectacle puis le Père Noël arrive avec photographes etc. On propose aussi des concerts traditionnels de chants wallons On

va peut-être, je l'espère, maintenir mais avec une jauge réduite sauf changement. À voir. La grosse différence cette année on voulait faire appel à Carol'or pour Saint-Nicolas et pour Noël ce spectacle d'impro.

Depuis peu aussi, mais ça ne rentre pas vraiment dans ton sujet de mémoire, on a la chance d'avoir appris que toute activité et programmation exceptionnelle et ponctuelle doit faire l'objet d'une dérogation à la ville pour autoriser (on apprend ça mercredi matin). On a compris l'importance, on s'est inscrit comme chaque année aux « Journées du Patrimoine » (déplacement d'un groupe sur plusieurs sites donc dérogation obligatoire). Mais il faut 15 jours pour l'obtenir, en fait ce que je fais ici avec toi je l'ai fait avec l'inspecteur de police pour voir quelles activités nécessitaient une dérogation. En gros si cela fait appel à des organisateurs extérieurs et si on se déplace hors site, il faut des dérogations. On a rempli les demandes de dérogation on attend... Saint-Nicolas : contact rapproché ça ne va pas et les scooters électriques aussi... on doit voir ce qu'on peut faire. Pour les fêtes on avait pensé acheter des pochoirs adaptés aux fêtes avec des bombes de peinture pour peau pour ne pas réutiliser les pinceaux etc... on doit tout aménager.

Alors on arrive à « Tout en briques » : une de mes plus grosses déceptions... on allait faire la 4^e édition cela vient à l'origine de l'*event* de clôture de l' « Expo Jouet Star » avec l'AFOL (association de Fans de Lego : collectionneurs et constructeurs de Lego). C'était l'occasion de faire appel à une ASBL qui centralise les Lego au niveau belge pendant tout un week-end, une quarantaine dans le parcours avec des choses jamais vues car ce sont des créations originales et très impressionnantes en taille. 1^{ere} édition 4500 puis 2^e édition on dépasse les 6000 personnes. L'an dernier, j'ai proposé quelque chose de différent car il y a des visiteurs qui ne venaient que pour les Lego et pas pour le musée, mais n'ont pas compris le musée réellement et inversement. Donc demander aux fans : répartition des tables différemment avec Ludovic – je dis beaucoup Ludovic, mais nos deux départements travaillent ensemble sans arrêt, en binôme – dans les vitrines. C'est génial car cela permet de ventiler les gens pour ne pas avoir plein de gens devant les tables, on est dans une sorte de chasse au trésor, on a eu beaucoup de retours positifs. Totalement différent. Découvrir le musée différemment ou le découvrir : chaque Lego est associé avec les collections. On a une vraie médiation pas juste déposer les Lego dans les vitrines ça c'est important pour moi et quand c'est hors thème alors oui on voit où les mettre peut-être dans des espaces du musée aux thématiques plus adaptables et plus larges. Donc j'ai repris contact avec eux pendant le confinement en se demandant quoi faire vu le succès. On se disait que si cela n'a pas lieu, installation dès Noël comme ça double événement ils voient déjà les Lego à Noël ... pas tout d'un coup comme ça. Et la semaine dernière l'événement a été annulé suite aux dernières mesures, trop de monde. Le plus gros *event* sur ce thème c'est à Anvers début septembre ça draine entre 6000 et 7000 personnes et nous 6000 personnes c'est exceptionnel cela est devenu une référence on a toujours plus de demandes. On envisage dans l'église aussi un jour

pour accueillir des pièces plus importantes. Une certitude c'est qu'on ne sait pas où on va... Et faire quelque chose uniquement dans la vitrine pourquoi pas, mais en réalité on va perdre l'essentiel de l'événement : les échanges et le partage avec les créateurs ... cela papote dans tous les coins. Un vrai partage donc au final pas de sens sans ça. Donc reporté au printemps et/ou aux portes de l'été on verra, on ne va pas prendre le risque.

Je t'ai donc imprimé le calendrier car il faut que tu gardes en tête qu'il y a des choses répétitives, tout le calendrier se refera en 2021 donc en fonction de ton champ d'étude : avant/pendant covid ... tu pourras envisager car ça revient ou pas en fonction des mesures mais voilà le calendrier ».

Léa Di Francesco : « D'accord parfait ! Et pouvez-vous aborder les réseaux sociaux ? Votre présence sur les réseaux et les changements ... ? »

Alexandre Lambrette : « Oui bien sûr, donc en réalité la fermeture du musée coïncide avec une question essentielle qu'on gardait en tête : comment faire vivre un musée alors qu'il est fermé ? On a matraqué Facebook et là au départ c'était mon projet puis ça a été délégué. Au jour où on apprit le confinement j'ai envisagé des actions qu'on avait intérêt à faire ... Moi je n'imagine pas un musée vide... Ce n'est pas ça mon métier, je suis un médiateur dans l'âme... Un musée qui ferme est un musée qui ne parle pas. Il fallait et c'est comme ça que j'ai appelé ma note d'intention : « Le Musée vit ». Il fallait absolument qu'il se passe des choses, on est là... ça a été une campagne de valorisation des collections par différents biais à raison d'une publication par jour : on s'est réparti différentes choses.

On proposait différents formats (l'idée étant de toujours valoriser toutes les collections : sonores, objets, vidéos...). Donc on a « Les objets mystères » où l'on demande aux internautes ce que l'objet représente selon eux ; « Les trucs flous » (déclinaison numérique du carnet « Le Monde est Flou ») ; « Des Focus » : on le faisait sur le site internet avant le covid une fois par mois, et bien là les équipes de collection créent un par semaine sur un événement historique ou sur un objet historique. Alors aussi, je voulais également qu'on mette en avant le Théâtre différemment, Anthony a créé une pièce pour annoncer la fermeture autour du covid sur le ton humoristique et piquant de Tchatchès avec l'idée que « le musée ferme même Tchatchès est concerné ! ». Il a pondu le texte le matin et on a tourné le jour même, on a rappelé les six règles d'or des mesures sanitaires mais de façon détournée. En deux semaines 40.000 vues sur internet, c'était incroyable la presse nous a contacté autour de la démarche. Et cela a donné l'envie et l'idée de faire des captations vidéo. Cela est devenu des vidéos de Tchatchès à la maison : tranches de vie de son confinement chez lui. Très drôle. Cela a rencontré un succès aussi.

Léa Di Francesco : « C'est génial comme idée ! »

Alexandre Lambrette : « Incroyable vraiment toujours des vidéos très amusantes. Ensuite, j'ai remixé de vieux enregistrements sonores à deviner aussi avec le Jour A question, Jour B la réponse. Nous avons aussi revalorisé des publications anciennes de proverbes wallons également. Nous avons publié des challenges aussi (les musées artistiques ont beaucoup fait ça on s'est inspiré) : nos photos d'archives, nos peintures et autres collections d'art où ils devaient reproduire la scène, cela moins bien marché et on a arrêté par après.

Ah oui super important ça, alors un jour j'étais en visio avec Anthony et mon fils arrive on papote tous les 3 et mon fils voulait entendre Tchanchès. Mon fils a adoré lui parler. Et là une idée est apparue : et pourquoi pas proposer des appels téléphoniques avec Tchanchès ? On a donc proposé des permanences téléphoniques tous les mercredis pendant un mois et demi : c'est « Allô Tchanchès ? » de 10 à 12h pendant le confinement. On a continué 3 semaines sans venir sur site puis une fois par semaine où on venait. Une trentaine d'appels chaque mercredi. Ça a été génial. Super chouettes échanges, parfois des banalités, mais qu'est-ce que cela faisait du bien aux enfants et on a eu de supers retours des parents sur les réseaux sociaux. Des enfants qui se filmaient en train de créer des marionnettes ou des pièces nous remerciaient. Quand on a dit que c'était le dernier ... les appels continuaient. Tu pourras assister si tu le souhaites à cette activité un jour, on le refera sûrement ».

Léa Di Francesco : « Oui avec plaisir ».

Alexandre Lambrette : « Je te tiens au courant alors ! Alors vraiment l'objectif avec toutes les publications Facebook c'était vraiment de garder le rythme de dynamisme et de rapports aux publics pendant le confinement avec toute la difficulté de garder la fidélisation qu'on a trouvé. On est un musée assez reconnu d'un point de vue *muséal*, d'un point de vue de la démarche même et surtout d'un point de vue de médiation que ce soit médiation l'animation ou les expos... ça fait je dirais quelques années au niveau belge. On intervient en France notamment dans des colloques pour parler de ce qu'on fait. On est une grosse équipe qui permet une production de A à Z, l'équipe facilite les choses. On a un public fidèle depuis quelques années. Il y a un rythme vraiment calendaire comme je te disais. Et tout s'est arrêté et bien nous voulions montrer que justement tout ne s'arrête pas ! Donc il fallait les interpeller autrement.

Une autre difficulté découlant de nos actions sur les réseaux, c'est qu'elles ont bien fonctionné et donc au déconfinement que faire ? Car on a fidélisé aussi un public (un autre je pense, je ne suis pas certain mais je pense) sur les réseaux et il ne faut pas s'arrêter... Donc là par exemple j'ai créé une nouvelle rubrique « Les bons tuyaux de Nanesse » avec des conseils ménagers, des trucs et astuces avec des objets faciles qu'on a chez nous, petites manières de détourner des objets de chez nous pour une autre utilisation. À un moment donné ... on a créé une offre et maintenant il faut répondre à la demande et se renouveler. On fait toujours autre

chose dans notre travail sache-le pour toi plus tard [petit rire] et bien encore plus en cette période ».

Léa Di Francesco : « Ah ben oui je me doute bien [petit rire]. C'est impressionnant toutes vos idées ! ».

Alexandre Lambrette : « Merci ! On a tenté de s'adapter. Alors aussi ce qu'il faut garder en tête c'est qu'on est sur des reports et des annulations : on ne sait pas où on va, mais on a envie de faire des choses donc on fait des réunions avec la directrice et Ludovic en gardant en tête que l'accueil doit rester au centre de ce qu'on fait autour des expos et des *events*. Il faut se questionner sur comment le faire : comme « Les Estivales » quelque chose de réduit et donc de totalement *safe* ?

Pour continuer d'accueillir, de fidéliser les gens et de se laisser la possibilité de réévaluer notre capacité d'accueil on doit avant tout s'interroger sur la faisabilité de l'événement. En gros, je m'éloigne mais quand même c'est important, cela rejoint l'objectivisation de travail avec les objectifs SMART : s'assurer qu'il est temporellement jouable et mesurable dans des modalités pratiques et appropriées aux publics du moment (public qui a énormément de craintes) et s'assurer qu'on ne va pas dans le mur.

Oui le musée a réouvert et l'« Expo Moto » fonctionne bien pour l'instant, mais il y a un manque, on ne sait pas où on va. Les lancées sur les projets s'interrogent sans cesse : nos missions on doit anticiper de base et coordonner le travail, mais quoi anticiper et comment ? Répercussions donc directes sur notre travail, et c'est ce qu'on va faire en cette période ci, la priorité c'est d'y voir plus clair à ce niveau-là. Voilà ben écoute j'ai fait le tour de tout ce que tu m'as demandé je pense, c'était long [petit rire] mais voilà tu as tout comme ça ».

Léa Di Francesco : « [Petit rire] Non mais franchement encore un grand merci d'avoir pris le temps, c'était très très enrichissant pour mon travail merci ! ».

Alexandre Lambrette : « Avec plaisir ! ».

I.2. Entretien semi-directif avec Ludovic Modave, le Responsable Communication (le 9 décembre 2020)

Léa Di Francesco : « Bonjour Ludovic, encore merci d'avoir accepté de répondre à mes questions. Donc Alexandre vous a parlé de mon mémoire je pense ».

Ludovic Modave : « C'est normal Léa ! Oui oui je vois bien sur la médiation avant et pendant le covid ? ».

Léa Di Francesco : « Oui c'est bien ça et vraiment ce qui m'intéresse particulièrement c'est votre point de vue, la relation avec les publics, et donc sur les réseaux sociaux dans ce cas-ci ».

Ludovic Modave : « Parfait je suis prêt ».

Léa Di Francesco : « Nickel, alors tout d'abord dans quelle (s) mesure (s) votre travail a-t-il évolué ? Quel est l'impact de la situation sur votre travail ? ».

Ludovic Modave : « Oui alors du jour au lendemain on s'est retrouvé à la maison du coup le travail était totalement différent et on n'avait pas le matériel adapté au télétravail. Au niveau du contenu de notre travail, dans un premier temps il a beaucoup changé car avant de créer quoi que ce soit il a fallu annuler ce qui était en cours et ce qui allait arriver. Et puis donc il a fallu repenser la manière d'être en contact avec le public. Vu qu'il n'avait plus accès au musée. Et du coup la seule option qu'on avait : c'était les réseaux sociaux. Pour le musée on est actif que sur Facebook, on n'a pas de page Instagram. Du coup la médiation a réfléchi à plusieurs choses à mettre en place et ici là nous on s'occupe de la promotion, c'est un réel travail d'équipe. On mettait en commun nos idées ».

Léa Di Francesco : « Je vois et à tout hasard avez-vous en tête une situation qui vous a particulièrement marqué dans cette gestion de Facebook ? »

Ludovic Modave : « On a été surpris de voir pendant le confinement comment les gens étaient réactifs et réceptifs à la médiation numérique. Et ça a été évident à voir car avant on n'était pas axé beaucoup sur les réseaux avant tout ça, on faisait de l'événementiel sur les réseaux et sur place. On ne pensait pas forcément diffuser à ce point-là sur les réseaux. C'est une bonne surprise et en même temps une mauvaise entre guillemet, car maintenant on n'a plus le choix de continuer sur ce chemin là et on se rend compte que c'est hyper chronophage. Que dans notre édition promotion il manquerait d'un *community manager* assez conséquent selon moi ! Et au niveau du déconfinement, on était surpris que les gens aient suivi encore les publications du musée après le confinement et à interagir avec nous ».

Léa Di Francesco : « Oui et justement concernant le public, avez-vous fidélisé le public alors ? ».

Ludovic Modave : « Fidéliser un public je dirais que oui, mais on a fortement levé le pied avec le confinement : le travail de préparation d'activités en présentiel a dû reprendre. Le travail sur les réseaux sociaux a diminué mais les gens n'ont pas arrêté d'être réceptifs ».

Léa Di Francesco : « Ah oui d'accord et avez-vous remarqué des différences entre le premier et le second confinement ? ».

Ludovic Modave : « Le contenu des posts a évolué pendant le premier confinement on a fait beaucoup de choses moins vivantes : publications de photos, de commentaires et vidéos (ce qui a bien fonctionné) puis on a axé sur la partie plus vivante avec « Allô Tchatchès », et l'initiative « Saint Nicolas » (une capsule vidéo adaptée pour chaque participant mais on a été dépassé on pensait en avoir 50 et au bout des 24h on a dû stopper les inscriptions car on avait 1300 participants). Donc on a changé une autre formule qui a été bien perçue. Deuxième confinement : beaucoup plus dans le qualitatif que dans la quantitatif je dirais, je dirais qu'on postait moins, mais qu'on le faisait mieux ».

Léa Di Francesco : « Face aux changements y-a-t-il un aspect de la médiation qui vous paraît plus qu'essentielle à vos yeux sur les réseaux sociaux ? »

Ludovic Modave : « Clairement, sans la médiation ... les deux sont liés ... on n'a pas de contenu sans elle pour la promotion et sans la promotion la médiation ne diffuse pas. Nos deux départements, et pas que sur le numérique, doivent être ensemble sinon ça ne fonctionne pas. On travaille en binôme. Il est rare qu'on ne se parle pas de la prochaine publication. Les deux sont impliqués oui oui ».

Léa Di Francesco : « D'accord c'est vraiment intéressant cet aspect. Et en un mot comment résumerez-vous cette situation ? Votre ressenti général ? »

Ludovic Modave : « Ouf je dirais solitude. Même si on a été en contact par téléphone, par visio... Le fait de se retrouver à domicile pendant le confinement, c'est la chose la plus difficile à vivre donc quand on pouvait enfin revenir une fois par semaine au bureau, là ça fait un bien fou. Pouvoir échanger. Ne plus être en contact avec les collègues, ni avec les visiteurs c'est très difficile ».

Léa Di Francesco : « Oui c'est sûr, et y-a-t-il des « avantages » ou des « leçons » découlant de cette situation selon vous ? »

Ludovic Modave : « Oui totalement on doit se développer sur les réseaux sociaux. Notamment Instagram. J'ai suivi une formation Instagram qui ne m'a pas appris grand-chose en termes d'utilisation, mais qui m'a permis de voir qu'Instagram est un autre outil que Facebook. Et que justement nous pouvons toucher une cible plus jeune que celle de Facebook. Twitter aussi touchera une autre cible, même si je crois moins en Twitter. Instagram c'est l'occasion de travailler plus sur le contenu et le fond qu'on veut proposer aux publics. On sera à une étape plus qualitative en passant sur Instagram ».

Léa Di Francesco : « C'est très intéressant car justement les musées pendant le confinement ont été fort actifs aussi sur Instagram »

Ludovic Modave : « Oui totalement ».

Léa Di Francesco : « Et qu'est-ce que cela fait de s'adresser aux publics par le biais uniquement des réseaux sociaux ? Les liens avec les publics sont-ils possibles via les réseaux sociaux ? »

Ludovic Modave : « Oui bien sûr, mais c'est compliqué à mesurer si c'est possible uniquement via les réseaux sociaux. On ne peut pas identifier qui vient au musée : sont-ils les mêmes que ceux qui sont sur Facebook. Par rapport au Théâtre des marionnettes, oui on l'a remarqué entre nous qu'ils consommaient de base sur place l'offre culturelle puis après sur les réseaux sociaux... Pour le reste c'est compliqué à mesurer ».

Léa Di Francesco : « D'accord et une petite question concernant votre quotidien. Comment organisez-vous la gestion des réseaux sociaux ? Ce qui est essentiel et primordial à faire ? Une journée type ».

Ludovic Modave « Sur les réseaux sociaux alors on a travaillé avec un calendrier de publications pour avoir une structure en télétravail car on était plusieurs à bosser dessus comme ça cela jalonnait les choses. Quand on est sorti du confinement et maintenant encore on n'a plus de canevas particuliers on le fait en fonction de l'actualité. Les choses fixes sont surtout liées aux marionnettes comme le « Allô Tchanchès », les autres ne sont plus planifiées/programmées. Donc pas de schémas établis sur la manière de travailler sur les réseaux sociaux »

Léa Di Francesco : « Et quels sont vos objectifs dans votre travail ? Ont-ils changé avec la situation actuelle ? »

Ludovic Modave : « En fait non de la part de notre direction nos objectifs n'ont pas été changés noir sur blanc. Ce sont des choses informelles, conversation ouverte avec la direction : il faut garder le contact. Ici à la promotion les objectifs c'est de s'occuper de l'événementiel, cela représente un gros morceau et c'est une majorité qui crée notre fréquentation (événements promo pures et de médiation). Donc non pas de changements pas reformulés mais nous en interne on les a adaptés à la situation. Je dirais que les objectifs restent les mêmes càd garder/créer un lien avec le public, mais ce sont les outils qui ont été adaptés ».

Léa Di Francesco : « Et avez-vous eu des réactions des publics sur les réseaux sociaux ? Beaucoup de retours ? En bien ? En mal ? »

Ludovic Modave : « Majoritairement, ce sont des réactions très positives, ils saluent les actions qu'on propose surtout Saint Nicolas, on nous a envoyé des mails pour nous remercier, on a été ému par certains messages. Beaucoup de retours positifs. Parfois on a eu des remarques liées

aux publications : sensibles au niveau des droits de la femme par exemple, ils ont interprété telles choses mais bon voilà ça arrive sinon à part ça que du positif ».

Léa Di Francesco : « Et bien c'était vraiment très intéressant, encore merci pour ces réponses précieuses ! ».

Ludovic Modave : « De rien Léa, n'hésite pas si tu as d'autres questions par après ! ».

I.3. Entretien semi-directif avec Anthony Ficarrotta, le marionnettiste/montreur du musée (le 9 décembre 2020)

Léa Di Francesco : « Re bonjour alors cet entretien concerne votre quotidien dans votre métier dans la situation que nous traversons. Je m'intéresse aux relations avec le public, aux liens avec eux durant cette période si particulière. Encore merci d'avoir accepté de répondre à mes questions ! ».

Anthony Ficarrotta : « Avec plaisir, je t'écoute ».

Léa Di Francesco : « Merci ! Alors qu'est-ce qui a changé dans votre travail et dans les liens avec le public ? »

Anthony Ficarrotta : « Oui alors avant on était en direct avec un public et avec des possibilités d'interactions infinies avec le public. On a dû se réinventer pour maintenir le lien, et en créer de nouveaux. Car ce public veut toujours se divertir quoi qu'il arrive et nous on n'avait pas la possibilité de le faire ici.

On a fait une petite vidéo au tout début du confinement avec les gestes barrières (40 000 vues alors qu'avant la page du musée ne dépassait pas les 3000 *followers*). Le score est impressionnant.

Et en parlant avec la directrice et l'équipe, vient l'idée de faire des vidéos à la maison : garder le lien avec le public et créer un lien avec un public qu'on ne connaissait pas forcément (celui de Facebook). C'était totalement différent : j'étais en interaction mais en différé. Ils interagissaient par après.

C'est un énorme pari car ce n'est pas transposable en vidéo les marionnettes (pas fort expressives...). Il fallait s'adapter au média (Facebook ce n'est pas la télévision, la radio ni le spectacle vivant) on devait adapter la façon de jouer. Les marionnettes étaient chez moi et j'utilisais des décors et des objets de mon quotidien. Pour rendre les vidéos plus dynamiques, j'ai arrêté, dans la mesure du possible, de les manipuler par le haut, mais bien rendre plus vivant et créer des situations totalement différentes et donc innovantes ».

Léa Di Francesco : « C'est impressionnant cette adaptation ! »

Anthony Ficarrotta : « Merci [petit rire] ».

Léa Di Francesco : « Et pour parler de l'initiative que Ludovic abordait, 'Allô Tchanchès ?' C'est une offre qu'il faut continuer tellement elle fonctionne ? ».

Anthony Ficarrotta : « Oui totalement on a dû continuer l'offre, et là selon moi par contre ça se sent quand même qu'on est sur la fin. On a changé l'horaire car ils sont à l'école à nouveau, ça marche un peu moins bien que le premier confinement et le début du premier déconfinement ça s'essouffle.

Au déconfinement on avait dans un premier temps arrêté dans l'espoir que les spectacles reprennent en présentiel. Puis reconfinement, on a continué et depuis le théâtre n'a toujours pas ouvert ses portes. Les premières reprises d'« Allô Tchanchès » ont en tout cas été bien reçues.

Léa Di Francesco : « D'accord et les vidéos de Tchanchès en confinement alors fonctionnent bien ? »

Anthony Ficarrota : « Oui totalement, mais vers la fin elles devenaient compliquées car tous les thèmes du confinement sont abordés donc j'ai dû vraiment faire une réflexion plus poussée et ne pas aborder les mêmes thèmes durant le deuxième confinement surtout que les gens commençaient à se lasser et à être un peu sur les nerfs de la situation, des mesures, etc. Donc oui un travail de fond. On en refera sûrement juste il faudra vraiment réfléchir à une vraie histoire derrière, une vraie trame ».

Léa Di Francesco : « Et vous avez remarqué d'autres différences entre le premier et le deuxième confinement ? »

Anthony Ficarrota : « Oui, car même si on a gardé les « Allô Tchanchès » je peux revenir ici, donc j'ai continué à bosser sur la sculpture. Et le public aime bien voir les coulisses sur les réseaux sociaux. Il y a beaucoup de partages, de likes et des chaînes de télévision ont repartagé. Le compte Twitter de la Province et une chaîne RTL TVI sont venus pour parler de mon travail. Les coulisses intéressent énormément les publics et ça c'est vraiment la crise qui me l'a appris ».

Léa Di Francesco : « Oui c'est vraiment intéressant ! Et existe-t-il une situation qui vous a particulièrement marqué ? ».

Anthony Ficarrota : « Pas vraiment, la situation est particulière en elle-même, je pense que justement tout est marquant pendant cette situation ».

Léa Di Francesco : « D'accord, et en un mot comment résumerez-vous cette situation ? Votre ressenti général ? »

Anthony Ficarrota : « Pour moi : opportunité c'est-à-dire que je pars du principe – forcément je suis dans un métier artistique – que quand on est face à une situation, il faut pouvoir s'adapter car une situation qui change, qui est nouvelle elle va créer des opportunités nouvelles. Ça a vraiment été le cas, on a eu de chouettes retours, on a pu créer des vidéos, filmer des capsules, on a su saisir des opportunités comme « Allô Tchanchès » : on a su saisir et créer les opportunités durant le confinement de diversifier notre travail, notre approche et notre rapport au public. Rapport au public via les réseaux sociaux oui mais pas pareil. D'ailleurs j'ai hâte d'interagir avec les publics en vrai.

Et tu verras la différence entre les vidéos réalisées sur Tchanchès au MVW à l'annonce du confinement et pendant celui-ci. Les plans sont totalement différents. Il y a beaucoup plus de dynamisme après. Par mes études – de communication comme toi, j'ai eu des notions cinématographiques – j'ai su m'adapter à un média totalement différent que la réalité.

Du coup la première vidéo n'est pas dynamique puis chez moi en confinement : adaptation totale avec des *travelling* fait maison !

Et aussi Saint Nicolas a tellement marché que nous allons faire un Noël avec Tchantchès, refaire cette activité mais différemment sans questionnaires. Aujourd'hui c'est d'ailleurs le lancement des inscriptions et déjà 72 inscrits. On va faire en réalité une vidéo filmée et diffusée sans questionnaires car l'autre fois beaucoup trop. Donc voilà on va saisir les opportunités ».

Léa Di Francesco : « Et bien j'ai fait le tour, merci beaucoup pour vos réponses ! »

Anthony Ficarrota : « Pas de soucis, tu vas voir maintenant en assistant avec « Allô Tchantchès » ce lien avec le public ».

I.4. Conversation ethnographique avec Irène, animatrice/guide/médiatrice du musée (le 17 juillet 2020)

Léa Di Francesco : « Merci Irène de répondre à mes premières questions ! ».

Irène : « Pas de soucis Léa, je t'écoute ».

Léa Di Francesco : « Oui alors dans quelle (s) mesure (s) votre travail au quotidien au musée a-t-il changé, évolué suite au virus et au confinement ? » (Les changements et les réactions des visiteurs face aux changements / les impacts sur la médiation) ».

Irène : « Tout d'abord, cela fait un mois que nous avons repris donc ce n'est pas tout neuf non plus pour le staff et les visiteurs, mais je ne suis pas encore confronté de manière régulière aux animations et aux visites car depuis le déconfinement c'est ma première visite seule aujourd'hui au MVW. Mon regard, à ce stade, ce n'est pas assez précis je pense.

Mais mon impression est que l'adaptation des visites n'a pas été facile. Depuis que la première ministre a imposé le port du masque obligatoire c'est difficile. Avant les gens étaient quand même majoritairement tous très disciplinés. Mais, le MVW permet de circuler librement, pas de sens de visite imposé, c'est comme ça qu'on aime faire et qu'il y a un charme réel à la visite, pas de sens unique, du coup ça change fortement les choses ce sens giratoire comme à Walibi ».

Léa Di Francesco : « D'accord je vois et donc c'est la première fois que vous revenez sur site c'est ça ? ».

Irène : « Oui pour une visite, mais non j'ai animé un stage-enfant au musée (il y a une semaine avec enfants de plus ou moins 12 ans). Ce stage m'a permis de prendre mes marques et de me lancer, la distanciation était de mise dans cet espace clos. Je redoutais grandement ce stage.

Avec Karim, on ne savait pas à quoi s'attendre. Dans ma vision des choses du métier, il faut un « échange perpétuel » et être toujours « dans l'interaction ». Ce stage est composé de bricolage et de créations diverses. Je redoutais la distanciation sociale qui apporterait une froideur ou en tout cas un climat non favorable à ces activités créatrices. Le port du masque chirurgical également me faisait peur, mes collègues m'avait dit que ça sentait mauvais à partir d'un moment et que parler avec ça longtemps était loin d'être facile. Ce stage d'été se porte sur 5 jours et l'horaire est de 9h à 16h et il fallait changer toutes les deux heures le masque. Le gel hydroalcoolique était là à profusion ».

Léa Di Francesco : « Oui ça n'a pas dû être facile du tout, et il y avait des changements durant le stage ? ».

Irène : « Vraiment très compliqué et oui, alors déjà avant ce format stage au musée était dans un local du musée qu'on utilisait exprès, mais ce local est devenu un sas de désinfection et de stockage des gels hydroalcooliques et était trop petit. Du coup, on a dû utiliser un autre local au sous-sol (prévu pour d'autres animations parfois). Ce local étant plus grand et près des toilettes, c'est je dirais un mal pour un bien au final, car cette nouvelle localisation permet une grande fluidité, une distanciation sociale respectée, un lavage de main non plus uniquement par gel désinfectant mais par savon (beaucoup mieux). On a mis un rituel en place aussi : les enfants en file et devaient se désinfecter les mains puis avant de manger par exemple aller se laver les mains aux toilettes etc (si cela n'était pas près des toilettes cela n'aurait pas été possible, car trop compliqué à mettre en place les enfants aux toilettes souvent ainsi). Une nappe est mise sur les tables et cette nappe est désinfectée pas les tables pour plus de facilité. De manière générale, ce stage a été un challenge car il faut toujours y penser (se désinfecter les mains, ne pas faire de câlins aux enfants, ...), mais au bout d'une journée on commence à s'habituer, juste cela fatigue beaucoup aussi. Tu devrais interroger aussi Karim et suivre la visite « Contes » avec un autre guide, ce sera plus enrichissant selon moi d'en voir plusieurs ».

Léa Di Francesco : « Ah oui merci je vais faire ça ! Et donc le masque est un frein vous disiez ? ».

Irène : « Oh oui, personnellement le masque est un rempart même. Les visiteurs, d'une certaine manière, enfants ou non, sont drillés par ces mesures de sécurité mais le/la guide doit doubler de positive attitude pour tenter de pallier cet énorme frein visuel. Il faut sans cesse rappeler la distanciation sociale. Il faut réduire le nombre de participants aux activités, par exemple ce stage avant : c'était 15 personnes max et là ils ont réduit à 10 max et ils en avaient 8 cette fois-ci. Il faut réserver les expos, les visites, respecter les balises, il y a des flux, des créneaux horaires.

A l'accueil, ils parlent avec un plexi... la communication n'est pas la même chose. Au niveau vocal avec le masque il faut parler plus fort et bien articuler surtout pour les enfants et les personnes âgées. Les visiteurs viennent au compte-goutte. Tout doucement le personnel se remet dans le bain et tente de relever ce défi. Ici c'est ma première visite et en août j'ai un stage 6-9 ans, je redoute c'est encore différent avec des plus petits, le contact est encore plus important. Ah et aussi on a dû modifier le planning des stages en supprimant la partie de la visite du Théâtre de Marionnettes qui proposait des manipulations de marionnettes et des spectacles de marionnettes. Les enfants habitués aux stages et passionnés sont très déçus et tristes de cette nouvelle. Mais si on explique bien aux enfants, ils comprennent. Il y a chaque année des enfants passionnés en stage. Donc grosses adaptations des stages et grosses déceptions pour beaucoup ».

Léa Di Francesco : « C'est vraiment triste cette situation, encore merci Irène pour ce petit entretien qui n'était pas prévu ! ».

Irène : « Pas de soucis Léa ! ».

I.5. Conversation ethnographique avec Julie, animatrice/guide/médiatrice du musée (le 5 août 2020)

Léa Di Francesco : « Encore merci Julie ».

Julie : « C'est normal ! ».

Léa Di Francesco : « Alors tout d'abord dans quelle (s) mesure (s) votre travail au quotidien a changé / évolué suite au virus ? ».

Julie : « Évidemment le confinement a déjà réduit à néant plusieurs mois les activités et la reprise a été compliquée. Vraiment compliquée. Premièrement, car il y a beaucoup moins de visites qu'auparavant ce qui est logique, compréhensible et voilà il n'y a personne à damner pour ça c'est comme ça.

Mais aussi car c'est extrêmement compliqué de travailler avec les enfants pour le moment, ce sont principalement eux qu'on a pendant les visites puisque les parents, les adultes sont frileux et les enfants n'ont pas le choix donc on les place en activité chez nous et c'est extrêmement difficile de faire passer un langage corporel avec un masque. Il faut miser sur l'expression des yeux au maximum, mais ça c'est quelque chose qu'il me manque énormément dans la médiation avec les enfants. C'est de ne pas pouvoir avoir ce langage corporel, de faire passer les expressions du visage par les yeux, mais également l'impossibilité de faire passer les expressions corporelles dans le toucher, dans l'expression physique qu'on a, avec eux, habituellement. C'est un petit peu bridant, voilà je me sens bridée. Mais c'est comme ça et on comprend tout à fait et on respecte les normes voilà, maintenant pour ce qui est des visites adultes, très honnêtement j'en ai très peu eu depuis le début du déconfinement, de la reprise, ça ne change rien avec les adultes, ça ne pose pas problème car on est entre adulte et là, la communication physique et la communication non verbale est beaucoup moins présente qu'avec les enfants donc voilà là ça ne pose pas de problème clairement pas.

Léa Di Francesco : « Et avez-vous constaté des changements et / ou des réactions de la part des visiteurs face à ces changements ? Impacts sur les activités de médiation ? ».

Julie : « Non non franchement les gens sont très gentils, très compréhensifs, ils sont là, ils sont déjà super contents de pouvoir sortir de leurs 4 murs donc c'est toujours des réactions positives, jamais de problème à ce niveau-là. Peut-être un visiteur libre, je pense à lui car je l'ai croisé la semaine dernière, il ne faisait pas partie d'un groupe et il a refusé de mettre son masque mais voilà de manière générale je pense que les visiteurs sont compréhensifs et respectueux ».

Léa Di Francesco : « D'accord et bien merci encore d'avoir pris le temps de répondre à ces premières questions ! ».

Julie : « Avec plaisir ! ».

II. Exemples d'objets détournés par le revival folklorique exposés au Musée de la Vie wallonne



III. Le Théâtre de marionnettes du Musée de la Vie wallonne en 2021.



IV. Vitrine comparative au Musée de la Vie wallonne dans l'espace « Vie de l'esprit ».



V. « Le séjour » au Musée de la Vie wallonne dans l'espace « Jour après jour ».



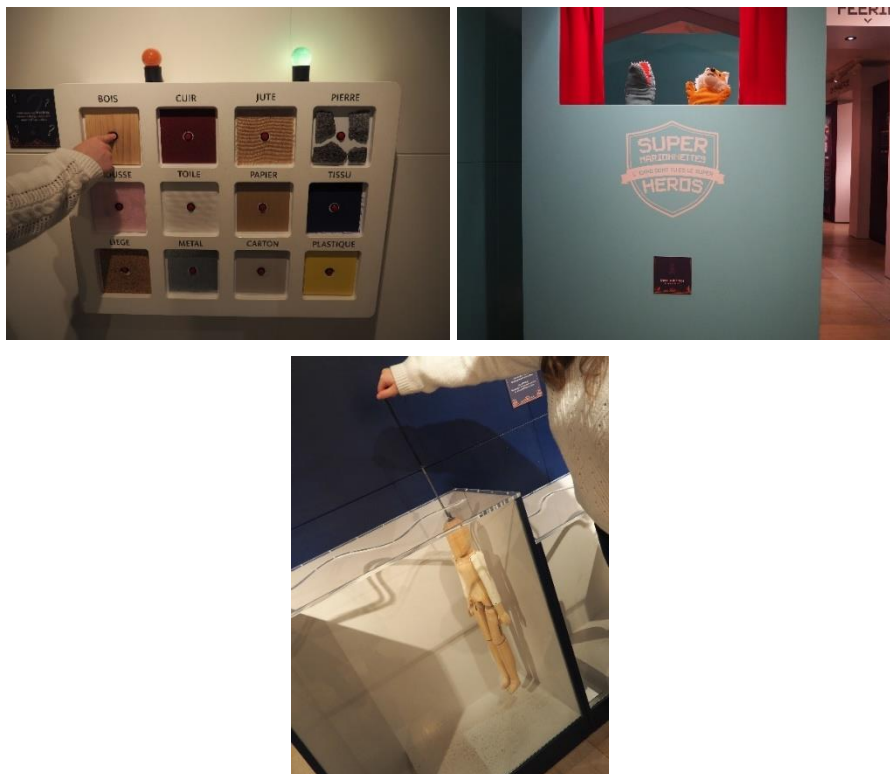
VI. Vitrine exposée à l'accueil du MVW exposant les objets collectés durant la crise du Covid-19 auprès de la population (© MVW)



VII. « Super marionnettes, l'expo dont tu es le super héros » (2019) : univers vidéoludique.



VIII. « Super marionnettes, l'expo dont tu es le super héros » (2019) : exemples de dispositifs de médiation.



IX. L'initiative « Allô Tchanchès ? » en ligne (© Page Facebook du MVW).



X. La publication « Les challenges » avec un lien vers le catalogue en ligne (© Page Facebook du MVW).



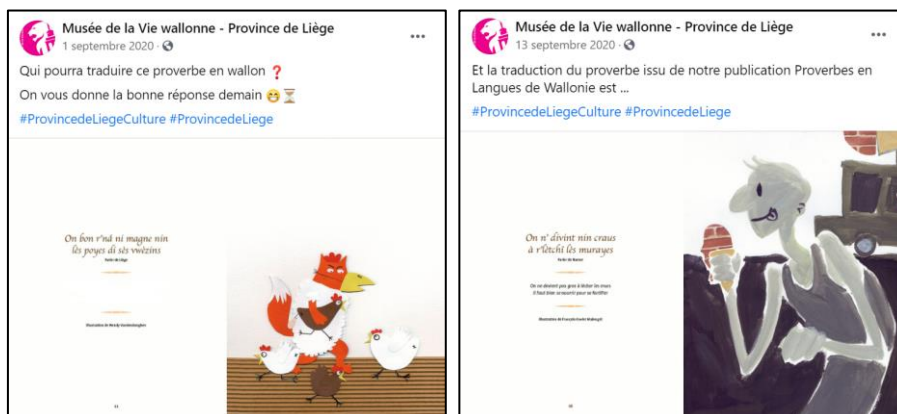
XI. La publication « Un truc de flou » (© Page Facebook du MVW).



XII. La publication « La chanson déformée » (© Page Facebook du MVW).



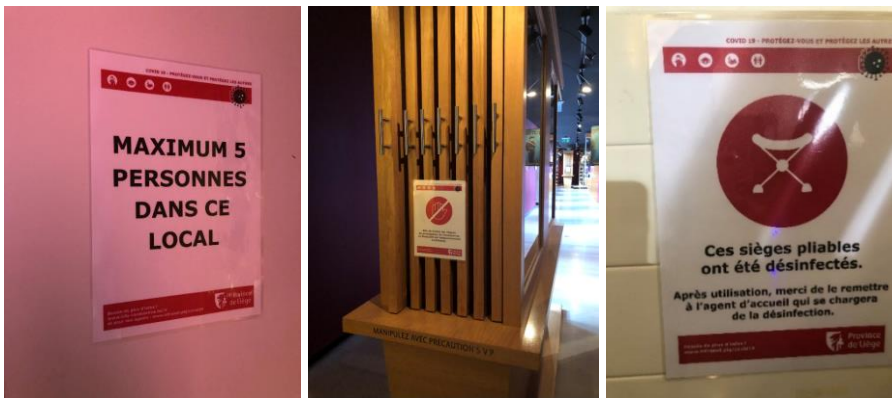
XIII. Les publications « Les proverbes wallons » (© Page Facebook du MVW).



XIV. L'initiative en ligne des tuto-bricolage remplaçant « Noël au Musée » (© Page Facebook du MVW).



XV. Les premières mesures sanitaires au Musée de la Vie wallonne.



XVI. Exemple d'un « sticker question » sur le réseau social Instagram

