



COLLOQUE INTERNATIONAL

5 - 7 NOVEMBRE 2019

**LES MUSÉES UNIVERSITAIRES
& LEURS PUBLICS**

Envoyez votre proposition de communication
à colloque.eds@uliege.be

www.embarcaderedusavoir.be



COLLOQUE INTERNATIONAL LIEGE, BELGIUM, 2019 LES MUSEES UNIVERSITAIRES ET LEURS PUBLICS

Du 5 au 7 novembre 2019

Les musées universitaires connaissent, depuis le début du XXI^e siècle, un véritable regain d'intérêt : fondation d'un réseau européen UNIVERSEUM (2000) et du Comité international pour les musées et collections universitaires (UMAC) au sein de l'ICOM (2001), rénovation de l'*Ashmolean Museum* à Oxford (2009) reconnu comme premier musée universitaire (1683), création de nouvelles réserves accessibles et rénovation du Conservatoire national des arts et métiers à Paris (2000). Ces quelques initiatives semblent incarner la volonté des acteurs universitaires de donner un nouveau sens à leurs structures muséales mais aussi le besoin d'une reconnaissance officielle par la communauté internationale des professionnels des musées ; alors que le grand public semble se sentir moins concerné.

Aujourd'hui, l'**Embarcadère du Savoir** s'associe au **Séminaire de Muséologie de l'Université de Liège** pour l'organisation d'un colloque relatif aux publics des musées universitaires qui aura lieu en novembre 2019. Ce colloque est organisé en partenariat avec l'**UMAC**.

POURQUOI SE PENCHER SUR LES PUBLICS ?

Les musées universitaires actuels sont fréquentés par un public encore trop restreint (limité aux chercheurs/étudiants/professeurs, quelques familles ou amateurs avisés). Cela nous incite donc à évaluer, à l'occasion du colloque, les raisons de cette conjoncture et à questionner les pratiques contemporaines de nos institutions universitaires : discours élitiste ? scénographie poussiéreuse ? inadaptation des modes de communication vers les publics ? vitrine de l'université ? collections trop méconnues et hétérogènes ? Ainsi, ce colloque a pour objectif d'inviter les autorités universitaires et les gestionnaires de collections à mener une réflexion globale sur leur politique d'accueil des publics.

Au programme de ce colloque sur « Les musées universitaires et leurs publics », sept problématiques seront envisagées et ce, à partir de plusieurs questionnements relatifs :

- **Pourquoi le public ne se rend pas au musée universitaire ?**
- **Quels modes de communication pour le public des musées universitaires ?**
- **Le musée universitaire peut-il être un lieu de démonstration de la recherche académique ?**
- **Marketing du musée universitaire : représente-t-il une vitrine potentielle de l'Université ?**
- **Quelle expographie pour le musée universitaire ?**
- **Comment assurer une inclusion sociale et culturelle au musée universitaire ?**
- **Musées universitaires et étudiants/chercheurs : quelle place pour un lieu de formation ?**

APPEL À COMMUNICATION ET À PUBLICATION

SOUMISSIONS DES ABSTRACTS : 27 MAI 2019

SOUSSION DES ARTICLES : 15 JANVIER 2020

L'Embarcadère du Savoir et le Séminaire de Muséologie de l'Université de Liège organiseront le colloque *Les musées universitaires et leurs publics à Liège* (Belgique) du **5 au 7 novembre 2019**.

Les chercheurs ou professionnels de musée intéressés par le sujet sont invités à soumettre une proposition de communication pour le colloque. Après la présentation, les articles des communications approuvées par *peer-review* seront publiés dans les actes.

Les matinées seront destinées aux conférences proposées par les intervenants invités tandis que les après-midis seront consacrées aux communications (15 minutes + discussion) retenues par le comité scientifique du colloque, qui s'inscriront dans les axes suivants :

1) Pourquoi le grand public ne se rend-il pas au musée universitaire ?

Cette question tente de soulever les raisons qui dissuadent les publics « non universitaires⁶ » de franchir les portes des musées institutionnels. Plusieurs éléments peuvent être interrogés : critères socio-économiques ou niveau d'étude des publics ; manque de visibilité ou élitisme latent du musée ; sensation de manque de légitimité par les publics ; dispositifs matériels d'accueil (PMR, poussette, jeunes enfants, etc.) non-efficaces, etc.

2) Quels modes de communication pour les publics des musées universitaires ?

Expositions, systèmes de médiations et d'animations, scénographies, thématiques abordées, communication vers les publics (campagne promotionnelle et supports choisis, titres et sujets des expositions, architecture du musée, etc.). Autant de modes de communication matériels et immatériels susceptibles de rebuter ou d'inviter, au contraire, le visiteur à se sentir légitime dans sa démarche.

3) Le musée universitaire peut-il être un lieu de démonstration de la recherche académique ?

Où et comment vulgariser et diffuser les résultats des recherches menées par les scientifiques d'une université ? Comment faire naître de potentielles vocations auprès des jeunes ? Comment susciter l'esprit critique chez le citoyen à propos de polémiques contemporaines (écologie, environnement, alimentation, astronomie, médecine, etc.) à travers l'expérience muséale ? Le musée est-il l'endroit idéal pour diffuser les compétences produites et générées par l'institution (controverses, nouvelles et anciennes découvertes, connaissances des collections, etc.) ? Certains

musées prennent le pari d'exposer la recherche actuelle à travers des moyens plus ou moins inédits.

Citons, par exemple, le (micro)musée de science contemporaine à la Maison de la Science à Liège qui dévoile les coulisses de la recherche et invite à aller à la rencontre d'une chercheuse ou d'un chercheur en entrant dans son quotidien. Le Palais de la découverte à Paris propose, quant à lui, l'espace éphémère « 1 chercheur.e, 1 manip » où les équipes scientifiques présentent des démonstrations expérimentales relatives à leurs travaux actuels.

4) Marketing du musée universitaire : représente-t-il une vitrine potentielle de l'Université ?

Les autorités universitaires cherchent-elles, dans leurs musées, un moyen de promouvoir leur institution et d'en valoriser l'image auprès des publics ? Est-ce un média efficace pour attirer de nouveaux étudiants ou de futurs partenaires/financeurs ? Ou au contraire, les universités délaissent-elles volontairement le passé et leur patrimoine pour focaliser leur communication sur les récentes recherches menées dans l'institution ? Autant de questionnements qu'il est impératif de mettre en relation avec les politiques d'accueil des publics au sein des musées universitaires.

5) Quelle expographie pour le musée universitaire ?

La dichotomie des visiteurs des musées universitaires (milieu académique vs public extérieur) engendre une difficulté pour établir une discussion muséographique qui rencontre ces exigences a priori contradictoires. En effet, comment répondre aux besoins des visiteurs individuels/familles ainsi qu'à ceux des étudiants et des chercheurs qui se rendent au musée dans le cadre de leur parcours universitaire ou de leurs cours ?

6) Comment assurer une inclusion sociale et culturelle au musée universitaire ?

L'idée d'inclusion semble, dans un premier temps, parler de l'accessibilité physico-motrice au musée et aux expositions (comme permettre aux personnes handicapées et âgées de profiter des infrastructures). Pourtant, il existe d'autres barrières entre les musées et la société qui continuent de limiter le public aux habitués, c'est-à-dire les plus instruits et privilégiés socialement et économiquement. Alors, comment les musées (et principalement les musées universitaires) peuvent-ils attirer des publics plus diversifiés et éliminer les barrières sociales et culturelles ? Quels sont les dispositifs et stratégies capables de briser les barrières cognitives relatives au discours scientifique du musée universitaire ? Comment faire en sorte que les publics des musées universitaires soient plus représentatifs de l'ensemble de notre société en prenant en compte les personnes qui n'ont pas eu accès à la formation universitaire ?

7) Musée universitaire et étudiants/chercheurs : quelle place pour un lieu de formation ?

Les étudiants fréquentent les musées universitaires dans le cadre de leur parcours académique, la plupart du temps. Mais sont-ils, par ailleurs, invités à y effectuer d'autres types d'expériences professionnelles : des stages, des travaux pratiques,

des mémoires ou doctorats sous la tutelle d'un gestionnaire de collections, par exemple ?

MODALITES

Les abstracts doivent être obligatoirement rédigés en français ou en anglais et seront adressés avant le **27 mai 2019** à **colloque.eds@uliege.be**

Elles comprendront obligatoirement :

- 1) Un titre et éventuellement un sous-titre ;
- 2) Un résumé (environ 300 mots) ;
- 3) Nom, prénom, institution et fonction, courriel électronique de chaque auteur.

Le comité d'organisation s'engage à :

- accuser réception de votre proposition ;
- transmettre votre communication de manière anonyme au comité de sélection du colloque, qui procédera à une évaluation de l'ensemble des communications ;
- porter à la connaissance des auteurs la décision du comité de sélection et les modalités de rédaction des articles au plus tard le **15 juin 2019**.

Les chercheurs ou professionnels dont les abstracts auront été acceptés devront remettre un **article** obligatoirement rédigé en anglais et/ou en français (50.000 caractères maximum, espaces inclus) pour le **15 janvier 2020** au plus tard. La publication en ligne des actes sera faite en 2020.