



## La quadrature du cercle Réflexions pour une muséalité courtoise<sup>1</sup>

Carl Havelange

---

La question de la médiation, indissociable de celle des publics, est, évidemment, au cœur de toute politique muséale. Quel que soit son statut, un musée est d'abord une institution de service public : il lui appartient en priorité de répondre au mieux à cette exigence de service qui, toujours plus fermement depuis, au moins, le XIXe siècle, marque l'identité collective et le sens même de l'institution muséale. La vocation démocratique du musée – ses missions de diffusion et de partage des savoirs –, se trouve évidemment au cœur de son action. Ainsi, chacun d'entre nous, dans la diversité de nos projets, dans la diversité des collections que nous abritons et que nous étudions, avons-nous pour objectif partagé, selon l'expression consacrée, de « diversifier nos publics ». Chacun, nous mettons en place des dispositifs d'exposition et de médiation susceptibles, pensons-nous, d'élargir la population de nos visiteurs. Il s'agit, pensons-nous communément, de désenclaver le musée de ses ancrages socialement discriminants, sinon résolument élitaires, pour l'ouvrir à des publics qui, habituellement, par habitus, par crainte, par désintérêt, ne poussent pas spontanément la porte des musées. Mettre à mal, somme toute, les barrières symboliques de l'institution muséale qui, muettement, invisiblement, en interdisent l'accès à ceux qui ne partagent pas, ou pas tout à fait, les codes sociaux et culturels dont le musée est porteur et qu'il incarne souvent de manière emblématique. La visite au musée, faut-il le rappeler ?, est souvent l'indice, l'opérateur ou le marqueur d'un processus de distinction, au sens où Pierre Bourdieu, il y a déjà bien longtemps, a défini ce concept.

---

<sup>1</sup> Cette contribution est la transcription d'une conférence prononcée lors de la journée d'études «Médiation(s). Nous n'avons en partage que du vent et de la fumée», organisée à l'ULiège, le 28 juin 2022.



Dès-lors, voudrions-nous, nous aussi, chacun en nos lieux, briser les codes, ouvrir plus largement les portes de nos institutions, conquérir de nouveaux publics, et que nos musées incarnent, pleinement, l'idéal démocratique qui historiquement, également, les constitue. C'est là, peut-être, l'un des paradoxes identitaires de nos musées, sans doute repérable dès l'origine « républicaine » de leur institution : des lieux dont la vocation explicitement démocratique paraît constamment démentie par les rituels et les modes d'appropriation qui en commandent l'usage. L'affaire est évidemment très complexe et il me faudrait beaucoup plus de temps que je n'en dispose ce matin pour la développer correctement. Mais il me semble que nous avons au moins intérêt, pour mieux nous situer dans nos projets d'élargissement des publics et pour mieux réfléchir nos politiques de médiation, de reconnaître le caractère originaire de ce paradoxe – originaire et donc, en quelque manière, structurel. La question est évidemment « politique », au sens le plus général du terme : l'effet le plus évident de ce paradoxe – ou, pour mieux dire, de cette structure paradoxale de l'institution muséale, à la fois démocratique et élitaire –, consiste, me semble-t-il, en une conception encore très souvent « verticale » de nos politiques de médiation, ou de nos modes d'adresse à des publics que nous voudrions toujours plus diversifiés. Pour le dire d'un trait, nous nous pensons – ou nous nous voudrions – affranchis des identités muséales anciennes, alors que nous en sommes les héritiers directs et que nous reproduisons, sans en être toujours conscients, nombre des motifs – politiques, rhétoriques, idéologiques –, qui ont présidé à leur développement. Je pense ici, tout particulièrement, au grand mouvement de « l'éducation populaire » qui a concrètement et symboliquement déterminé, dès le XIXe siècle, la mise en place de politiques de médiation destinées à ouvrir les institutions culturelles à d'autres publics que ceux à qui elles paraissaient réservées. Loin de moi, bien entendu, l'idée de récuser la puissance émancipatrice de l'éducation populaire au XIXe et pendant une grande partie du XXe siècle, ni l'importance que ces mouvements ont eu dans le devenir de nos sociétés. Mais les temps ont changé – et changent sous nos yeux. Et cette verticalité dont procède, en son principe, le modèle de l'éducation populaire me semble être, aujourd'hui, un piège – ou une facilité, ou une séduction – à quoi il nous faut apprendre à résister, dont en tout cas il nous faut être conscients, pour en mieux reconnaître les formes, parfois insoupçonnées, et pour apprendre à mieux en déjouer les effets. Malgré nous, nous sommes pris au piège de la verticalité, même à mettre en place aujourd'hui des visites dites participatives ou des expositions immersives qui, quoi qu'il en soit de leur intérêt, quoi qu'il en soit des moyens technologiques qu'elles mettent en œuvre, peinent en effet parfois, quoi qu'on en dise, à émanciper véritablement nos musées du paradoxe structurel dont ils sont les héritiers. En la matière, l'innovation, comme on dit, ni la vêtue technologique ne sont, en tant que telles, garantes de changement ou de transformation. Elles me paraissent au contraire parfois reconduire de manière toute caricaturale les anciennes verticalités dont en

même temps elles se prétendent émancipées. Pour le dire d'un trait encore un peu rapide, il me semble que la recherche de nouveaux publics ne doit pas se payer au prix fort d'un paternalisme ou d'une condescendance augmentés, voire d'une forme sournoise de mépris à l'égard des publics à qui l'on voudrait plus largement ouvrir les portes de nos musées. Aujourd'hui comme hier, aujourd'hui plus qu'hier, nous sommes menacés par les effets de ce que Guy Debord appelait, dès 1967, « La Société du spectacle ». Notre responsabilité démocratique, précisément, dans nos musées, n'est-elle pas aujourd'hui de lutter contre ce grand maelström aliénant de l'aveugle consommation des images ? Et ne devons-nous pas considérer avec le plus grand soin nos politiques d'ouverture et de médiation alors qu'elles sont doublement menacées de contre productivité par nos verticalités héritées (le modèle de l'éducation populaire), d'une part, et les puissances d'aliénation de la « Société du spectacle », d'autre part ?

Excusez-moi ! Je m'emporte ! Mais les questions ou les remarques que je tente de formuler, soyez-en sûrs, ne sont d'aucune manière rhétoriques, comme elles n'ont pas vocation à asséner des certitudes ! Ce sont les questions que nous ne cessons de nous poser au Trinkhall pour tenter d'accorder au mieux la relation que nous entretenons avec nos visiteurs et les idées que nous défendons. Comment échapper aux pièges de la verticalité ? Comment résister aux sirènes de la société du spectacle ? Il me semble que ces deux questions sont étroitement liées. Elles invitent, je crois, à reconsidérer l'idée-même de médiation. J'y reviendrai bientôt. Avant cela, je voudrais dire encore que la « conquête de nouveaux publics » s'inscrit, également, pour chacun d'entre nous, dans une perspective évidemment économique : les musées aujourd'hui sont tenus à la rentabilité et incités à faire part de leurs chiffres de fréquentation. La raréfaction des subsides publics – les menaces qui pèsent de plus lourdement sur le secteur culturel –, exigent de plus en plus que nos institutions répondent à un modèle quasi entrepreneurial. C'est une contrainte avec laquelle il nous faut apprendre à jouer, cherchant à multiplier et à diversifier nos ressources, engageant des campagnes de mécénat ou de sponsoring, étendant nos offres de service, espérant que l'attractivité de nos musées se traduise par la croissance des taux de fréquentation. Il nous faut toujours, dans un contexte pourtant bien difficile, augmenter nos recettes pour espérer survivre. Apprendre à jouer, donc, avec l'économie culturelle ; mais à bien jouer cependant, en ne perdant jamais de vue nos missions et le sens que nous conférons à nos projets : gardons-nous d'attirer vulgairement le chaland, fût-ce au prétexte de mieux ouvrir les portes du musée ! Les taux de fréquentation ne sont qu'un indice de la qualité du travail que nous menons : il ne faudrait pas qu'ils en deviennent le seul étalon, au risque, précisément, de sacrifier malgré nous aux mirages de la réussite et de la rentabilité. Peut-être est-il bon de le rappeler : la dimension économique est certes une part importante de nos activités, mais il ne faut pas qu'elle prenne le pas sur



l'essentiel de nos missions. A chacun d'entre nous, bien entendu, d'y être attentif !

Quelles sont donc ces missions ? Et comment y répondre au mieux ? On connaît la définition, canonique, de l'ICOM, plusieurs fois mise à jour au cours des dernières années : « Le musée est une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation. » On ne peut que pleinement souscrire à cette définition qui circonscrit, effectivement, en quelques phrases le cadre général en lequel le musée prend sens en qualité d'institution de service public. Elle laisse bien entendu ouverte la question des moyens susceptibles d'être mis en œuvre pour être à la hauteur de ces missions ! Ceux-ci sont étroitement liés à la nature des collections, à la physionomie propre de chaque musée, à son histoire, aux objectifs spécifiques qu'il poursuit. Certains – comme les musées universitaires, par exemple –, s'inscriront dans une perspective plus directement didactique que d'autres – comme les musées d'art, par exemple – qui privilégieront d'abord la dimension de « délectation », ainsi qu'elle est désignée par la définition de l'ICOM. Les uns et les autres seront par ailleurs même engagés dans des activités de recherche. A chacun, également, son ou ses publics, selon le type de collection et le projet poursuivi. Il faut sans doute le préciser : le public n'est pas une entité abstraite qui serait seulement chiffrable, ou seulement désignable par des catégories d'âge, de genre, de provenance ou d'appartenance sociale. Le public est, au contraire et avant tout, une « instance personnifiable », c'est-à-dire une personne, ou un ensemble de personnes, un sujet collectif, somme toute, qui entretient avec le musée une relation personnelle, relation de complicité, d'échange, de confiance, d'émulation, de confrontation. C'est me semble-t-il d'abord en ce sens qu'il faut comprendre et construire la notion-même de public : une personne, tout simplement, avec qui le musée, lui-même personne ou sujet, entre en relation ! Tout dépend, dès lors, pour construire une politique muséale, de la nature des relations que nous désirons entretenir avec le public. Je plaiderais pour ma part, résolument, en faveur d'un principe de courtoisie, seul susceptible, me semble-t-il, d'assouplir quelque peu – sinon de contredire – les formes structurelles de verticalité que j'évoquais tout à l'heure et de mieux rejoindre l'idéal démocratique qui soutient, également, l'histoire au long cours des musées depuis le XIXe siècle.

Je plaide donc en faveur d'un musée courtois – peut-être un peu à la manière dont on parlait, au Moyen Âge, d'amour courtois ! En ce sens en tout cas que la courtoisie me semble être l'opérateur le plus doux, le plus exigeant, le plus fécond et le plus respectueux de toute forme de relation. Et dès lors que ce principe de courtoisie, s'il affecte et détermine la relation que nous entretenons avec le public, irrigue également toutes les missions auxquelles un musée doit répondre, de la



conservation à la diffusion, en passant par la conservation et l'exposition. L'enjeu de ce principe de courtoisie est également, je crois, une transformation de l'idée de médiation. C'est d'une certaine manière ce que je voudrais développer quelque peu maintenant, en partant plus précisément de l'expérience que, depuis deux ans, nous menons au Trinkhall.

\*

Pour ce faire, permettez-moi de vous dire quelques mots de la collection que nous abritons et de la réflexion que nous avons menée à son propos pour définir notre politique muséale, sous la bannière de ce que nous appelons « les arts situés ». Notre collection, patiemment rassemblée depuis une quarantaine d'années, est constituée d'environ quatre mille œuvres d'art dont la plupart ont été réalisées, en contexte d'atelier, par des artistes porteurs d'un handicap mental ou d'une fragilité psychique. Avant l'ouverture du Trinkhall, en juin 2020, et l'inauguration de son tout nouveau bâtiment, la collection était commodément rangée sous la bannière de l'art brut ou, comme l'on dit communément aujourd'hui, des arts bruts contemporains, catégorisation d'autant plus évidente que, comme vous le savez, ce que l'on appelle l'art brut jouit aujourd'hui d'un engouement sans cesse grandissant de la part du marché de l'art.

Mais qu'est-ce que l'art brut, cette notion créée par Jean Dubuffet au lendemain de la deuxième guerre mondiale et qui s'est peu à peu imposée comme catégorie esthétique dominante ? Je ne peux ici en dire que quelques mots. Disons seulement que la notion d'art brut, telle qu'elle a été pensée par Dubuffet, repose sur deux principes organisateurs dont les déclinaisons ultérieures de l'art brut, et ses assouplissements, ne se sont jamais vraiment émancipées.

C'est un art, d'abord, censé échapper totalement à la culture artistique dite instituée, un art libre d'ancrages, de filiations, de toute tradition, de tout académisme – ce que Dubuffet appelait « l'asphyxiante culture ». Un art tout pur qui, un peu à la manière des arts primitifs tels qu'inventés par les surréalistes, dirait la Vérité de l'art, non plus seulement son origine, mais son Essence atemporelle. Premier principe donc de l'art brut : l'essentialisme qui, de toute évidence, se trouve au cœur de la conception de l'art portée par Dubuffet et ses successeurs. Deuxième principe : l'idée que cette Essence de l'art est révélée par le travail d'artistes absolument solitaires, souffrants, exclus et prophétiques dont toute la force créatrice tient dans le seul génie individuel. Essentialisme et individualisme, donc : il est étonnant de considérer à quel point les ressources conceptuelles de l'art brut, qui voudrait dire la rébellion de l'art, sont en fait extraordinairement conventionnelles. Mais, surtout, si l'on en revient à la définition que je donnais de notre collection, on se rend



compte qu'elle ne répond, d'aucune manière, aux principes de l'art brut. Qu'y a-t-il en effet de plus « culturel » que l'art en atelier, où se trouvent mobilisées toutes les ressources de l'apprentissage, de la transmission, de l'émulation, de la tradition, de la filiation... de la culture ? Et de moins « individuel » que cette création qui repose, en son principe, sur le compagnonnage entre artistes handicapés et animateurs, qui sont eux-mêmes artistes de profession ou de vocation ? Rien à voir, en tout cas, avec les stéréotypes de l'art brut et les innombrables stéréotypes qu'ils continuent de charrier !

L'art en atelier est un art compagnon – un art courtois – et un laboratoire, privilégié, où s'éprouve et s'observe, non pas l'Essence, mais la possibilité de l'art en toutes ses dimensions processuelles et intensément « culturelles » ! Et cela, encore, au-delà de toute catégorisation esthétique : c'est une excellente nouvelle, dont témoigne la richesse et la diversité de notre collection : le handicap mental ni la fragilité psychique ne génèrent d'esthétique qui leur soient propres. Alors, s'il fallait, malgré tout, reconnaître un fil conducteur parmi toutes les œuvres que nous abritons, ce serait celui, non pas esthétique, mais contextuel, de la fragilité. Fragilité qui, bien entendu ne signifie d'aucune manière faiblesse ou médiocrité, mais au contraire puissance d'expression. C'est pourquoi, lorsque nous parlons de notre collection, nous parlons de « la puissance expressive des mondes fragiles », cela qui lui confère son identité et, aujourd'hui plus que jamais, toutes ses vertus heuristiques. L'invention de la collection, ou, plus exactement, sa réinvention à l'occasion de l'ouverture du Trinkhall, l'espace critique qu'elle appelle et qu'elle ouvre, le laboratoire qu'elle constitue pour examiner les processualités de la création, tout cela qu'elle révèle et documente, lui confère finalement ce statut à la fois artistique – c'est une collection d'art contemporain –, et « documentaire » qui nous tient doublement à cœur. En son lieu singulier, la collection du Trinkhall documente « la possibilité de l'art ».

C'est dans cette perspective intensément « documentaire », au sens le plus ouvert du terme, que nous envisageons également le travail de médiation qui nous incombe. En parlant de médiation, pour le dire d'un trait, nous ne nous situons pas dans la logique d'une transmission verticale des savoirs, ni des émotions, mais au contraire horizontale, en parfaite adéquation avec le « commun » dont les œuvres que nous abritons sont à la fois le témoin et l'expression. La médiation, au Trinkhall, concerne toutes les fonctions muséales : recherche, scénographie, diffusion, publication, communication. Tous les actes que nous posons, nous autorisant de la collection, éprouvant et pensant avec la collection, sont des actes de médiation, si l'on veut bien entendre le mot médiation en ses deux racines étymologiques : « être au milieu », c'est-à-dire partir du milieu, être « avec », être « dedans » ; « prendre soin » ensuite, comme l'on entend dans le mot médiation qu'il entretient avec l'idée de soigner – *medicare* –, une parenté évidente.



La scénographie de nos expositions ? Un acte de médiation, évidemment, créant un *milieu* où s'échangent des regards, des émotions, des savoirs, des volontés. Le bateau d'Alain Meert ? Un instrument de médiation jouant en riant, pour les enfants, pour les adultes, la puissance expressive des mondes fragiles. Les murs du musée, les parois opalines où s'échangent le dedans et le dehors, l'ombre projetée du cèdre du Liban, les temps qui se mêlent dans la poésie des apparences et des lumières ? Médiation, encore, médiation des lieux, des présences, des histoires. Le bureau d'accueil du musée, l'ambassade des mots, des visages et des gestes ? Médiation, évidemment, au plus vif de ce que nous cherchons à rendre possible.

C'est en ce sens que la collection que nous abritons et la manière dont nous cherchons à la mettre en œuvre, que le contact que nous voulons entretenir avec ceux qui nous font l'amitié de nous rendre visite, sont régis par le principe de courtoisie que je disais tantôt, en ce sens aujourd'hui, qui renouvelle en profondeur les relations de savoir, de sens et d'émotion que nous entretenons avec les objets sur lesquels nous portons le regard, avec les personnes avec qui nous entrons en relation.

\*

L'art, tel que nous le concevons au Trinkhall, n'est ni un divertissement, ni un outil pédagogique : c'est un *acte de présence* et, parfois, de résistance. Présence inquiète, aujourd'hui, dans un monde meurtri par les crises qui vont s'intensifiant et se multipliant – bouleversements climatiques, sanitaires, géopolitiques. Présence inquiète, donc, et présence singulière, également : l'art – tel qu'encore nous le concevons au Trinkhall –, n'a pas vocation à donner des leçons, ni à apporter des réponses, ni même à dire le monde tel que, prétendument, il irait. La *présence* de l'art – sa force, son agence, son *actualité* –, tient, au contraire, dans l'écart qu'il creuse, parfois bien malgré lui, entre le présent et les perceptions que, communément, nous en avons.

L'art jette le trouble, nous déroute, nous emporte, nous déporte, nous emporte en nous déportant, ainsi ouvrant des chemins renouvelés d'intelligence, de résistance et d'émotion. Telle est la puissance critique de l'art et sa force de persuasion : non pas littérale ou directe, mais toujours en déport, toujours traçant des chemins de sens inédits – toujours dans la poétique d'un écart, une manière de discrétion, presque de timidité, en tout cas de *courtoisie* susceptible de multiplier ses adresses auprès de publics toujours plus nombreux.