

# « Apprendre en s'amusant » : credo pour la culture ?

Les centres de sciences ont intégré l'idée, portée aux nues en soixante-huit, d'une appropriation ludique des savoirs. Ce nouveau credo banalisé est unanimement partagé. S'il est issu d'un bon sentiment et exprime une critique justifiée envers une démarche austère et rébarbative d'acquisition des connaissances, il produit aussi des effets pervers. Crise de l'école et crise de la culture sont indissociables. A trop vouloir enseigner par le jeu, l'institution culturelle risque de se muer en terrain de jeux, c'est-à-dire en parc de loisirs. La question de la transmission de la culture scientifique, plus qu'une autre, semble être emblématique de cette tendance.

par **Serge CHAUMIER**, Professeur à l'IUP Denis Diderot, CRCM, Centre de recherche sur la Culture et les Musées Université de Bourgogne (\*)

L'idée de recourir au jeu comme méthode pédagogique n'est pas nouvelle, en soi. Dès l'Antiquité, des auteurs en signalent les vertus et, au XVI<sup>e</sup> siècle, Montaigne rapporte comment son père s'en inspire pour lui faire apprendre le latin, présenté comme une langue secrète et codée. Les pédagogues du XIX<sup>e</sup> siècle ne retiendront bien souvent de Rousseau que les conseils les plus austères, oubliant ses réflexions sur la dialectique entre l'effort et la gratification. La pédagogie libertaire devra donc réinventer l'idée d'un apprentissage déployé à partir de la joie de la découverte, plutôt que sur le goût du labeur. De Sébastien Faure à AS Neil, en passant par Francisco Ferrer et Célestin Freinet, les figures emblématiques d'une contestation des méthodes pédagogiques classiques de l'enseignement public vont concourir à sensibiliser à d'autres approches. À l'ascèse et à la soumission aveugle aux maîtres et aux savoirs, à la hiérarchie scolaire, sont substitués l'autonomie, la responsabilisation et le pari sur l'intelligence (individuelle, et collective). La curiosité de l'enfant doit être éveillée, afin que le savoir réponde à

une demande exprimée, et non plus à un contenu imposé.

L'intention est évidemment bonne, dès lors que la démarche s'appuie sur des demandes suscitées. Comme le constate, avec sagesse, Confucius : « *Je ne peux rien pour celui qui ne se pose pas de questions* ». Ces questions, il faut donc les susciter et, pour cela, faire naître le désir de connaissance. La curiosité est un formidable moteur de l'apprentissage, ce que les pédopsychiatres ont depuis longtemps constaté chez le jeune enfant (1). « *L'activité ludique contribue à la Paidia – l'éducation – et fournit les forces et les vertus qui permettent de se construire soi-même* », remarque Jean Duvignaud (2). Sans s'attarder sur cet historique, nous pouvons constater que

(\*) [serge.chaumier@u-bourgogne.fr](mailto:serge.chaumier@u-bourgogne.fr)

(1) Ainsi, de Jean Château, dans la lignée des travaux de Jean Piaget. *Le Jeu de l'enfant. Introduction à la pédagogie*, Vrin, 1946.

(2) Jean Duvignaud, *Le Jeu du jeu*, Balland, 1980, p. 44.

l'école a intégré (certes, peut-être insuffisamment) cette volonté de partir de la demande des élèves pour les conduire à l'acquisition des connaissances. Depuis 1968, ce nouvel état d'esprit, s'il ne s'est pas toujours concrétisé suffisamment dans les institutions, a cependant imprégné profondément la culture des nouveaux enseignants. Le plaisir, le jeu, l'hédonisme, voire le polymorphisme, ont fait partie des concepts chers à tous les lecteurs de Marcuse et, plus généralement, à la pensée des années 1970. Pour le dire autrement ; François Dubet constate que le culte du savoir – ce pilier de la III<sup>e</sup> République – a laissé sa place à l'exigence de plaisir. « *Apprendre en s'amusant* » demeure le maître mot de bien des services éducatifs. Or, c'est une conception nouvelle, qui a bien des conséquences.

Les institutions culturelles (notamment, les musées) se sont émancipées de la férule didactique, pour assumer pleinement un rôle qui n'est pas celui de l'école, mais qui lui est complémentaire. Il n'est pas dans la fonction du lieu culturel d'enseigner, mais bien, plutôt, d'« apprendre à aimer », selon les mots d'André Malraux (3). Les musées et centres de science se sont surtout donné pour mission d'intéresser aux sciences pour éveiller des vocations et, plus largement, de familiariser la population avec des questions intéressantes tous les citoyens. Le paradigme de la diffusion des savoirs, voulue par les initiateurs des musées, à leur origine, a laissé place au désir de sensibiliser. Il n'est plus dans la mission première du musée d'éveiller à la conscience de ce qu'il y a de meilleur en l'Homme, au travers de la présentation des prouesses du génie humain, mais plutôt de permettre à tout un chacun de s'approprier les démarches scientifiques.

Sur ce terrain se sont initiés nombre de Centres de culture scientifique et technique (CCSTI) et d'associations de culture populaire, qui se donnent pour objet de développer l'éveil aux sciences. Des débats ont eu lieu sur les méthodes. Des partisans du Palais de la Découverte, qui mettaient en avant les contenus et les questionnements, ont reproché à la nouvelle Cité des Sciences et de l'Industrie de faire la part trop belle aux résultats (4). De semblables oppositions séparent, par exemple, aujourd'hui, à Vaulx-en-Velin, les ateliers de *La main à la pâte* et la démarche conduite par *Ebullisciences*. En développant la curiosité et la sensibilisation moins au processus de recherche qu'aux conclusions et aux données, une approche consummatrice et quelque peu scientifique risque de s'exprimer. Mais c'est surtout une tension entre le jeu – comme méthode d'exploration d'un questionnement et de découverte pour l'acquisition – et le jeu – comme seule finalité de l'action – qui nous semble aujourd'hui se

poser de nouvelle manière dans les lieux de connaissance scientifique.

Très heuristiques, les catégories proposées par Roger Caillois définissent le jeu selon quatre modalités principales (5). *Lagon* désigne ce jeu où prévalent les valeurs de combat ou de compétition, *l'alea* celui où, au contraire, la volonté démissionne, *Mimicry* le qualifie quand le mimétisme y préside, et *Iliax* quand il relève du vertige et de la transe. Il faut rattacher à la première catégorie le jeu mis en œuvre dans un processus d'apprentissage, dès lors que l'on veut bien élargir le concept à une lutte avec soi-même, en vue de se surpasser. Ainsi, l'effort réclamé pour comprendre et parvenir à un résultat suppose que l'individu se concentre, dans la perspective d'atteindre un but. Il y a, à parvenir à un résultat, un plaisir certain, qui résulte de l'effort consenti. Comme dans les sports, le travail intellectuel ou artistique est une lutte d'abord avec soi-même, qui suppose de la concentration, une dépense d'énergie et une certaine dose d'abnégation. Rien n'est donné, en soi, dans l'immédiateté, mais tout résulte d'une démarche, longue, parfois difficile. Tout bien considéré, on peut même supposer que c'est justement cette démarche qui différencie le lieu culturel du lieu de loisir. Le premier suppose l'effort, et donc le travail, alors que le second se contente du laisser-aller, du plaisir immédiat (ce que l'on peut attribuer dans une certaine mesure et différemment aux trois autres catégories de Caillois).

On ne se cultive pas seulement en s'amusant : « *Cela exige de l'effort, de la concentration, de la persévérance, de l'esprit critique et du raisonnement* », écrit Neil Postman dans *Se Distraindre à en mourir* (6). « Le plaisir vient après un long et pénible labeur », soulignait déjà avec acuité le philosophe Alain (7). C'est cette attente, qui est devenue insupportable aujourd'hui : le plaisir doit être immédiat, rien ne saurait le reléguer. Or, s'il doit résulter du plaisir à se cultiver, c'est un leurre de faire croire à un registre d'équivalence entre les deux. Jusque-là, l'apprentissage était synonyme d'effort et de renoncement, voire même d'abdication. L'homme cultivé désignait l'homme qui ne se laisse pas aller à la facilité. La culture est lutte contre la démagogie et le risque d'affaiblissement de l'esprit. Les sirènes du laisser-aller conduisant seulement à consommer les produits de ce que Malraux nommait les usines de rêves, productrices d'argent. La *société de consommation* a repris l'idée du plaisir immédiat – idée libertaire, à l'origine (que l'on trouve par exemple théorisée chez Marcuse), de vivre par plaisir plutôt que par ascèse (mais c'est une vision complaisante et déformée de cette idée qui est ainsi vulgarisée).

(3) André Malraux, « Inauguration de la maison de la culture d'Amiens », *André Malraux. Ministre, 1959-1969*. Comité d'Histoire du ministère de la Culture, 1996, p. 303.

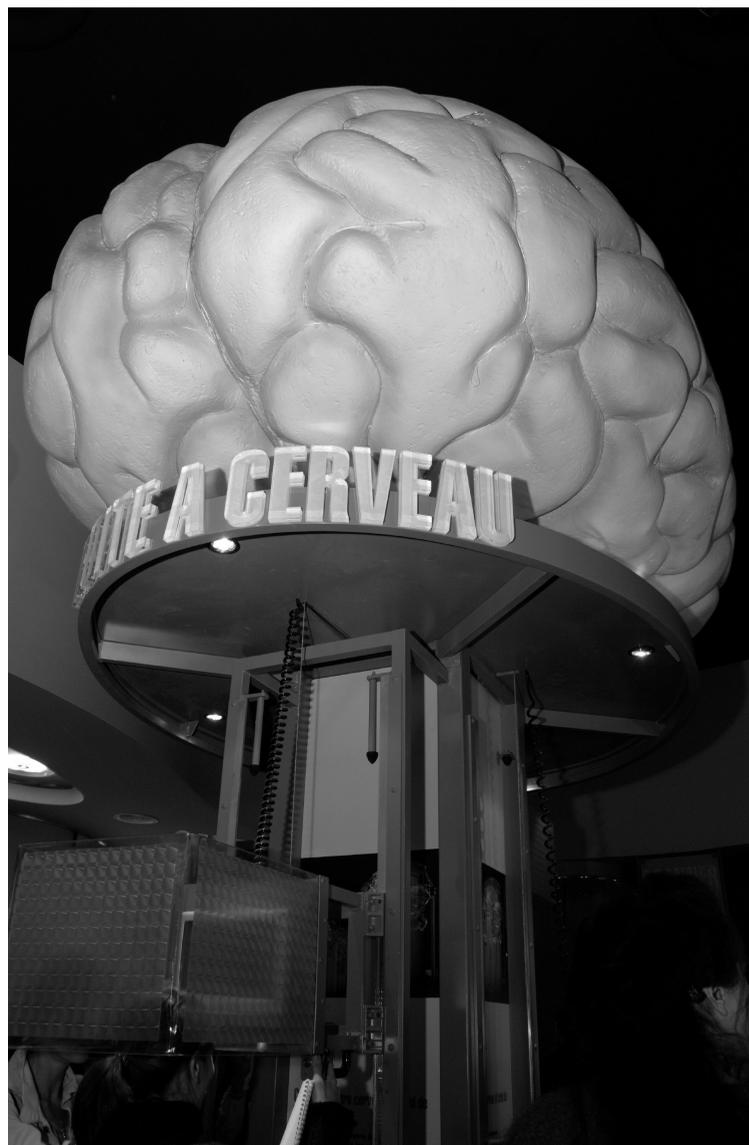
(4) Kennett Hudson, « Un musée inutile », *Museum*, n° 162, Vol XLI, n° 2, 1989, pp. 114-116.

(5) Roger Caillois, *Les Jeux et les Hommes*, Gallimard, Folio 1997.

(6) Neil Postman, *Se Distraindre à en mourir*, Flammarion, 1986.

(7) Alain, *Propos sur l'Éducation*, PUF, (1932), 1965, p. 4.

Roland Barthes rappelait que le plaisir et le jeu sont consubstantiels à la connaissance : il y a de la jouissance dans la culture et dans l'art, fort heureusement, mais celle-ci ne se manifeste qu'au terme d'un temps d'application. Lire un livre peut procurer une grande satisfaction, mais le plaisir ne provient que du franchissement d'un seuil qui nécessite, en premier lieu, une volonté afin de pouvoir se manifester. Il n'est pas besoin d'invoquer à ce sujet les épais volumes d'*À la Recherche du temps perdu* (de Marcel Proust). La plupart des grandes œuvres supposent, en effet, que l'on se familiarise avec un style (ce qui peut, dans un premier temps, rebuter et paraître rébarbatif). Jean-Louis Harouel va jusqu'à distinguer la culture (qui suppose l'effort) du loisir (qui peut se satisfaire de sa seule consommation), en évoquant la différence entre le livre et le cinéma (8). Cet auteur mentionne qu'un sondage auprès d'élèves rapporte que ceux-ci préfèrent voir un film de Coppola à la lecture de Stendhal. Le premier, en effet, ne suppose pas d'effort pour ressentir du plaisir, alors que le second en exige, et c'est justement cet effort qui dénote la culture, pour Harouel. Sans aller jusqu'à opposer ainsi la littérature au cinéma, – car il est des films qui ne se donnent pas dans leur immédiateté et qui supposent un travail d'appropriation pour être reçus – on ne peut néanmoins évacuer tout à fait l'argument d'un revers de main, en le qualifiant de réac-



© Philippe Plailly/EURELIOS/LOOK AT SCIENCES

La curiosité est un formidable moteur de l'apprentissage (une « boîte à cerveau », permettant de comparer sa boîte crânienne avec celle de Néanderthal, dans le Paléosite de Saint-Césaire, en Charente Maritime).

tionnaire. Le rapport entre le texte et l'image est, à ce titre, problématique.

A l'instar de Barthes, on peut estimer que le jeu est essentiel à l'activité de connaissance, dès lors que le travail lui est inhérent. Il faut s'appliquer, en quelque sorte, à jouer sérieusement, avec exigence et volonté.

Bref, il y a moins une opposition entre les deux sphères, du jeu et du travail, que des moyens d'accéder à d'autres registres de l'existence, jamais donnés *a priori*. Une idée courante, qui sévit particulièrement dans les milieux muséographiques, remet en question l'opposition entre éducation et distraction, sous prétexte que le plaisir n'est pas dénué de réflexion (et réciproquement) (9). Cette idée n'est pas erronée. Cependant, il devrait moins en ressortir une confusion entre ces deux sphères que la conscience affirmée que l'une doit être mise au service de l'autre. Hanna Arendt faisait remarquer que supprimer la distinction entre le travail et le jeu, au profit de ce dernier, conduit à enfermer l'enfant dans l'infantilisme, en lui refusant la possibilité de s'affranchir (10). Le monde de

l'enfance devient alors un absolu, et le jeu une sorte de refuge autosuffisant.

On peut, par conséquent, s'interroger sur les confusions qui président trop souvent, aujourd'hui, aux démarches de médiation. En proposant des jeux et des

(8) Jean-Louis Harouel, *Culture et contre-cultures*, Puf, 1994, p. 106. Cite Hamon et Rotman, *Tant qu'il y aura des profs*, Seuil, 1984, p. 313.

(9) Ainsy Fiona MacLean, « Le passé est à vendre : réflexion sur le marketing des musées », *Publics et musées*, n° 11-12, janvier 1997.

(10) Hanna Arendt, « La Crise de l'éducation », in *La Crise de la culture*, Gallimard, Folio, 1972.

activités ludiques, les centres d'expositions se transforment parfois en terrains de jeux, oubliant leur mission première. A trop prétendre que le musée n'est pas un lieu d'enseignement et que ses missions ne sont pas du côté de l'apprentissage, mais du côté de la sensibilisation et de l'expression d'autres dimensions, le risque est patent de transformer l'institution en lieu de divertissement. « Dans ces mondes artificiels lucratifs, destinés à la récréation (cette neutralisation de l'esprit), il n'est plus vraiment nécessaire d'apprendre, mais il est obligatoire de s'amuser » écrit François Mairesse, à propos d'EPCOT Center, dans son ouvrage *Le Musée spectaculaire* (11). Le ludisme, soutenu par la nécessaire interactivité et les invitations faites aux visiteurs de réaliser des expériences, sont devenus les maîtres mots des concepteurs d'expositions. La prégnance de l'image et de la technique, les logiques de l'événementiel, du ludique, du sensationnalisme, du spectaculaire, de l'expérientiel prennent le pas sur les anciennes fonctions. Cependant, ces approches sont celles que développe également le parc d'attractions, qui réussit avec plus d'efficacité, dans cette veine (12). « Il faut que les gens s'amuse et alors ils seront contents », selon la devise de Walt Disney. Comme le mentionnait Malraux, évidemment, il faut que les gens s'amuse, et cela ne présuppose pas que la culture soit ennuyeuse par nature, mais la finalité de la culture, ça n'est pas l'amusement (13). Celui-ci n'est qu'une modalité possible d'expression, superfétatoire, la culture ayant, quant à elle, d'autres exigences : celles d'élever l'Homme à ses propres yeux, de révéler son existence, de lui faire prendre conscience du monde et de lui inspirer des réponses sur les mystères de l'existence, par exemple. Ces enjeux métaphysiques n'excluent ni le jeu ni le rire. Mais si ce sont là des ressorts, ce ne sont pas des finalités.

La question qui se pose, dans les centres de culture scientifique, est donc de la même nature que celle qui s'exprime dans les théâtres. S'il s'agit davantage de sensibiliser à des connaissances – plutôt qu'à des interprétations du monde, comme l'art peut y prétendre – la même volonté d'acculturation préside. Il convient que l'individu en ressorte différent, en ayant acquis un regard et une conscience sur des réalités jusqu'alors ignorées. Ainsi, à la *Cité des Enfants*, de la *Cité des Sciences*, à Paris, les jeux sont-ils mobilisés pour permettre aux enfants de s'approprier des contenus et de mieux comprendre le monde qui les entoure. Le principe de la coéducation qui y est développé repose sur cet axiome, qui veut que la découverte puisse être agréable et partagée, mais qu'elle demeure néanmoins instructive (14). Or, il semble que l'on glisse vers autre

chose, quand le jeu devient un motif de plaisir en soi et quand un vague contenu est instrumentalisé afin de donner à croire que la démarche à laquelle on consent est culturelle. La distinction passe, dès lors, entre ceux qui ont un alibi culturel, que l'on qualifiera de parcs d'aventures scientifiques ou de parcs culturels, et les autres, qui s'en éloignent, revendiquant pleinement le registre du loisir.

Toutefois, on peut se demander si cette distinction ne cache pas davantage une instrumentalisation des contenus qu'une vraie différence de nature. Il est permis de s'interroger, par exemple, sur les mammoths, ou ces fonds de paysage canadien devant lesquels on se fait photographe, ou encore sur les flippers géants et ces toboggans – comme dans *Crad Expo* – censés aider à la compréhension du transit intestinal... Puisque le motif pédagogique est à présent décrié, demeurent des explorations qui ressemblent fort à celles que l'on peut faire ailleurs, auprès des marchands de sensations. Ce que nous avons appelé culture alibi est manifeste, dès lors qu'un visiteur estime que d'autres visiteurs peuvent, sans doute, s'instruire, mais qu'il entend quant à lui utiliser les lieux à la seule fin de se divertir. Quand la technique est éprouvée pour elle-même, pour son caractère spectaculaire ou ludique, ou quand le seul fait de participer suffit à contenter le visiteur, une frontière est alors franchie et on ne distingue plus la visite culturelle d'une sortie dans un parc d'attractions (15).

La démarche suivie par ce type de muséographie est complexe à décrypter, car elle n'est pas unidimensionnelle. Il ne s'agit pas seulement de mettre à disposition des manèges et des machines à produire des frissons, comme dans un vulgaire parc à thèmes, car, dès lors, la dénonciation serait aisée, mais c'est plutôt un savant dosage. Entre, d'une part, une mission scientifique (attestée par la présence d'objets de collection, de quelques discours généraux, ou même de la restitution de quelques recherches scientifiques) et, d'autre part, une mise en contexte qui noie les premiers éléments dans une ivresse ludique et sensationnaliste. Ainsi, il est possible, non seulement au concepteur, mais aussi au visiteur, de se dédouaner. Il s'agit de permettre l'apprentissage, d'un côté, et de laisser croire, de l'autre, que si d'autres visiteurs entendent se cultiver, ils le peuvent, dans un lieu que l'on fréquente d'abord soi-même pour se divertir. D'un souci didactique de compréhension, on est passé insidieusement à l'instrumentalisation de la culture comme prétexte à produire du divertissement. Les techniques utilisées peuvent être mises au service des émotions et – plus rarement – de la réflexion, mais elles sont, le plus souvent, sujettes à pro-

(11) François Mairesse, *Le musée, temple spectaculaire*, PUL, 2002.

(12) Voir le numéro de *Culture et Musées*, n° 5, « Du musée au parc d'attractions », sous la direction de Serge Chaumier, Actes Sud, 2005.

(13) André Malraux, « Inauguration de la maison de la culture de Grenoble », *André Malraux. Ministre, 1959-1969*. Comité d'Histoire du ministère de la Culture, 1996, p. 311.

(14) Jack Guichard, « Adapter la muséologie aux enfants », in *La Révolution de la muséologie des sciences*, sous la direction de Bernard Schiele et Emlyn H. Koster, PUL/Multimondes, 1988.

(15) Daniel Raichvarg, « Le tourisme scientifique et technique. Entre Diderot, Freud et Disney. Pédagogie et interactivité », *Espaces*, n° 240, Septembre 2006.

duire des sensations, de l'amusement ou de l'identification. Ces registres peuvent être plus ou moins combinés selon les situations ; ce qui importe, c'est que le visiteur passe un bon moment, avec la bonne conscience d'effectuer une démarche culturelle.

Le ludisme est du reste produit de différentes façons, et il ne requiert pas nécessairement des choses drôles ; il s'agit plutôt de se divertir, en consommant sans attention véritable. Ainsi, des lieux très sérieux dans leurs intentions premières développent de semblables approches. Comme la *Cité des Sciences* (à Paris), le *Pass, Parc d'aventures scientifiques* à Mons (en Belgique), qui proposent des expositions en elles-mêmes intéressantes, mais qui sont agencées de telle manière que l'on peut, comme à la télévision, passer d'une chaîne à l'autre, dès que l'effort devient trop intense. Un peu de culture scientifique, un peu d'histoire sur la condition des mineurs, un peu de biologie, un peu d'écologie, un peu d'industrie, un peu d'architecture, un peu de réflexion sociologique sur l'argent, un peu de *design*, un peu de sport, un peu de diététique... : tout trouve sens et place, dans «le hangar à expositions», selon une dénomination du *Pass*. On est autorisé, voire encouragé, à être «touche-à-tout». En zappant d'une exposition à l'autre – ce que la disposition des espaces incite à faire –, le visiteur peut passer une longue journée agréable, sans être jamais vraiment confronté sérieusement à un quelconque sujet (16).

Contrairement à d'autres lieux offrant également des possibilités de visite thématique très variée, comme le *Musée de la Civilisation*, à Québec, mais où chaque exposition est séparée – avec son ambiance et sa temporalité propres, qui installent le visiteur dans un parcours cohérent et linéaire, avec une atmosphère qui incite à la concentration – les lieux télévisuels, même s'ils s'inscrivent dans une culture de vulgarisation scientifique, adoptent la logique inverse : ne pas enfermer le visiteur dans des choix faits par le concepteur, lui permettre à tout moment de passer d'une séquence à une autre, et le placer, ce faisant, dans une frénésie de consommation des sujets. Car c'est bien de cela qu'il s'agit : ces lieux peuvent tout recycler, tout consommer, dans une vaste entreprise d'exhibition (17). On peut s'émouvoir sur la silicose du mineur racontée dans une belle vidéo, puis zapper sur l'alimentation des cochons ou sur le nouveau robot chien Aibo, si performant et si attachant : tout est possible, tout est intéressant, tout est génial... et plus rien n'a d'importance ! Le lieu fonctionne comme une vaste entreprise de digestion culturelle, où tout est ramené à une unique dimension : la télécommande mise à la disposition du visiteur.

(16) Le pire en la matière étant le film *L'Avenir a-t-il un futur ?* projeté dans le Palais des images, véritable caricature de collage des titres du 20 heures où l'ensemble des sujets défile en 24 minutes, dans un formidable amalgame, sans produire aucune réflexion, mais en sollicitant la commiseration du visiteur.

(17) On pensera aux analyses de Jean Baudrillard sur Beaubourg, *L'Effet Beaubourg, Implosion et dissuasion*, Galilée, 1977.

«*Le musée (en particulier, scientifique) a donc recours au jeu, avec les mêmes multimédias, les mêmes têtes articulées, les mêmes expériences amusantes que les parcs d'attractions ; avec parfois un discours plus scientifique, dont les études de visiteurs permettent de démontrer rationnellement que le message a été compris, que la leçon a été apprise... pour combien de temps ?*», s'interroge François Mairesse (18). Le ludisme est devenu le maître mot, c'est du reste la demande exprimée par une majorité des commanditaires d'expositions : il faut que cela soit interactif et ludique. Le ludique est la nouvelle balise vers laquelle il convient de naviguer. Loin de se cantonner aux seuls enfants, l'argument vaut, désormais, pour tout un chacun (19). Il faut que l'on ne s'ennuie pas, que l'on ne voie pas le temps passer ; bref, que l'on puisse remplir le temps vide – définition diamétralement opposée à ce que Malraux, et toute la tradition classique, comprenaient en prononçant le mot culture. Finalement, en recouvrant tous les horizons, le ludisme vient parachever une bonne humeur généralisée, qui occulte une aliénation des consciences durablement instaurée. La société nous invite non seulement à consommer, mais à le faire en nous amusant et en nous faisant plaisir, dans une bonne ambiance partagée. «*C'est la «fun-morality», où [s'impose] l'impératif de s'amuser, d'exploiter à fond toutes les possibilités de se faire vibrer, jouir, ou gratifier*» (20), écrit Baudrillard. Au supermarché, à la télévision, durant nos loisirs, en vacances, et même en nous cultivant, il s'agit de se divertir agréablement. Il n'y a guère que dans l'espace professionnel où l'on ne cherche pas à nous faire croire que l'on s'amuse en travaillant (21). A-t-on remarqué combien le dessin humoristique a remplacé, dans les médias, la caricature ou la satire du XIX<sup>e</sup> siècle ? Encore un signe du jeu et de la bonne humeur qui recouvre tout – dans ce cas ; l'espace du politique (22). Gérard Selbach propose un nouveau terme, celui d'*édutainment* (un mix des mots anglais *education* et *entertainment*), alibi d'une éducation divertissante. «*Les musées vont, in fine, ne plus chercher à vendre leurs collections aux publics, mais à vendre des loisirs et du divertissement culturel : le secteur de l'édutainment est né*», estime ainsi cet auteur (23). Ce que d'autres nomment l'*édudivertissement* désigne ce mirage de l'instruction facile. Quand le jeu devient une finalité, ou encore

(18) François Mairesse, *Le musée, temple spectaculaire*, PUL, 2002, p. 138.

(19) Dès 1962, Edgar Morin notait cette infantilisation rampante des adultes, soutenue par la culture de masse. *L'Esprit du temps*, Grasset, 1962, p. 41-42.

(20) Jean Baudrillard, *La Société de consommation*, Denoel, 1970, p. 113.

(21) Et encore ! Jérémie Rifkin en donne des exemples dans l'entreprise, *L'Age de l'accès. La Révolution de la nouvelle économie*, La Découverte, 2000, p. 213.

(22) Voir Gilles Lipovetsky, *L'Ere du vide. Essai sur l'individualisme contemporain*, Gallimard, 1981, p. 200.

(23) Gérard Selbach, *Les Musées d'art américains : une industrie culturelle*, L'Harmattan, 2000, p. 241.

quand il est convoqué pour faire passer un vague contenu, le musée devient parc de loisirs. Mais, face à la montée en puissance du divertissement dans toutes les sphères de la société, le musée a-t-il vraiment le choix ? « *Le musée n'offre guère d'alternative à la confusion du ludique et du culturel. Face à l'injonction démocratique du « divertissez-vous ! », le musée ne peut opposer qu'un « ennuyez-vous au musée » ou un « divertissez-vous au musée »* » (24), constate Fabienne Brugères, qui relève que le musée tend moins à développer une résistance à ce phénomène qu'à proposer une orientation spécifique du divertissement, correspondant au mieux à ses critères.

Il serait naïf de croire que cette confusion est fortuite et qu'elle résulte seulement d'une mésentente. Si le glissement s'est opéré progressivement, du jeu réhabilité comme technique d'apprentissage au jeu comme finalité, le recours à cet amalgame arrange bien des institutions : en effet, le terrain de jeux est plus populaire et consensuel que ne l'est le terrain culturel. Il est plus vendeur de dispenser des produits faciles à consommer, plutôt que de proposer des offres exigeantes, auxquelles se confronter. Ainsi, la notoriété et le pouvoir d'attractivité (et, donc, de retombées économiques) plaident pour la confusion généralisée. L'élargissement des publics va de pair avec l'homogénéisation : le dessein de plaire au plus grand nombre s'accompagne de propositions tendant à la facilité et emportant l'adhésion spontanée. Le *marketing*, même s'il est rebaptisé culturel – et même si ses partisans jurent qu'il ne s'agit pas de répondre aux attentes du public, mais seulement de les accompagner – est mis au service de l'adéquation d'une offre qui réponde aux attentes et au goût du visiteur. On en trouvera un exemple caricatural dans le discours de Bernard Reilhac (de la *Cité de l'Espace* de Toulouse), qui écrit que le centre de culture scientifique doit « développer sa capacité de séduction » en devenant « un véritable parc à thème ludo-éducatif », en inscrivant « résolument son activité sur le marché des loisirs » et en prenant « davantage en compte les attentes du client en

matière d'émotion et de sensation ». L'auteur finit en promettant à tous les CCSTI de *marketer* leur offre afin qu'ils deviennent « des parcs à thème » (25). Cette mise des propositions culturelles au pas des attentes du marché est, bien évidemment, contraire à toute exigence d'acculturation.

Un danger « *guette les musées : la décision de monter une exposition ou non est uniquement prise selon les critères de nombre de visiteurs et de rentabilité. Le résultat net de l'activité prend le pas sur l'excellence du projet artistique* », remarque Selbach (26). André Desvallées s'inquiète également d'une tendance qui rapproche le musée du centre d'attractions, voire, même, du centre commercial : « *Sans vouloir être trop pessimiste, mais si nous n'y prenons garde, nous verrons venir le jour où l'on abandonnera les expositions d'intérêt purement scientifique, ou même celles qui mettent des connaissances fondamentales à la portée d'un large public, au bénéfice d'expositions qui flatteront la facilité et l'ignorance.* » Et nous sommes « *parfois conduits à choisir les thèmes des expositions, non plus en fonction de leur intérêt intrinsèque, mais en fonction du volume de produits dérivés qui pourra être créé et vendu* » (27). Ces craintes ne semblent être que les cris de Cassandra contemporaines, car tout le secteur culturel semble épris d'une frénésie à céder aux sirènes des logiques économiques. Les concepts de jeu, comme de fête, instrumentalisés pour la cause, ne sont pas étrangers à cette évolution.

(24) Fabienne Brugère, « Le musée entre culture populaire et divertissement », *Esprit*, mars-avril 2003, p. 94.

(25) Bernard Reilhac, « La Cité de l'espace à Toulouse. Du centre de culture scientifique au parc ludo-éducatif », in *Cahier Espaces*, n° 86, sept 2005, p. 205-208.

(26) Gérard Selbach, *Les Musées d'art américains : une industrie culturelle*, L'Harmattan, 2000, p. 67.

(27) André Desvallées, « Visiteur ou consommateur », *Communication à ICOM Barcelone*, le 3 juillet 2001.