



Smithsonian

**Congrès, Société des
Musées du Québec
L'Expérience du Visiteur**

30 Septembre 2015

Table ronde

**L'expérience du visiteur:
attractivité, défis et tendances**

**Myriam Springuel, directrice
intérimaire, Smithsonian
Institution Traveling Exhibition
Service (SITES)**

Tendances muséales

- Personnalisation
- Expériences authentiques
- Création de liens avec les individus
- Création de liens avec les collectivités
- Approche pluridisciplinaire
- Données massives et évaluation
- Intentionnalité

Réflexion interprétative et planification

Réflexion interprétative – Intentionnalité

- Rigueur dans la prise de décision et dans le processus de réflexion
- Quelle est votre intention? Pour quel public? Dans quel objectif?



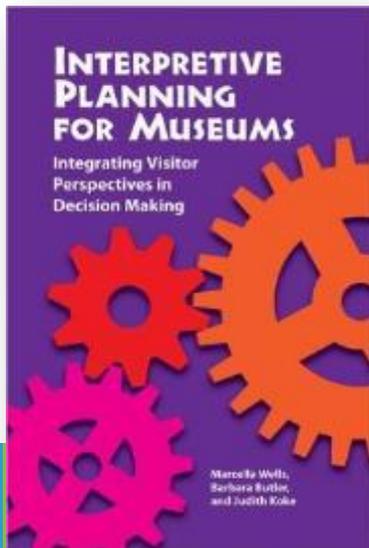
Plan interprétatif

- Cadre de travail intellectuel déterminant les moyens de mettre en œuvre votre mission
- Document général fournissant des orientations et des directives pratiques
- Élément lié au plan stratégique ainsi qu'à d'autres documents de base



Interprétation – Définition

La planification interprétative est un processus délibéré et systématique permettant de réfléchir sur les initiatives éducatives et interprétatives, de prendre des décisions par rapport à celles-ci et de les noter sous forme de texte ou de plan en vue de faciliter la création d'expériences significatives et efficaces pour les visiteurs, les établissements d'apprentissage et les collectivités [Traduction]...



Marcella Wells, Barbara Butler et Judith Koke,
Interpretive Planning for Museums: Integrating Visitor Perspectives in Decision Making (2013)

Interprétation – Définition

L'interprétation est un processus de communication animé par une mission qui établit des liens émotionnels et intellectuels entre les intérêts du public et les significations inhérentes de la ressource [Traduction].

National Association for Interpretation



Réflexion interprétative – Intentionnalité

Peut s'appliquer aux éléments suivants :

- Le musée en entier
- Le travail du département de l'éducation
- L'expérience des visiteurs dans les galeries
- Toutes les collections, ou une en particulier
- Toutes les expositions, ou une en particulier



Quelle place prend le plan interprétatif dans le musée?

Ventes : la vente de souvenirs à la boutique permet de renforcer le plan

Promotion : le plan sert à définir les messages publicitaires

Développement : il assure le financement

Plan de collection : il oriente les réflexions par rapport aux futures acquisitions

Expositions : les thèmes mettent le plan en valeur

Programmes d'éducation : il s'agit d'une boîte à idées pour les programmes

Recherche : il propose des questions auxquelles répondre

Réflexion interprétative – Intentionnalité

- L'équipe (le personnel, les volontaires, les guides, les commissaires et les collègues) reconnaissent que vous êtes en plein voyage d'exploration
- Vous apprendrez ensemble, puis réfléchirez sur les apprentissages



Réflexion interprétative – Intentionnalité

- Que tentez-vous d'accomplir?
- Pour quelle raison?
- Comment est-ce lié à votre mission?
- À qui voulez-vous vous adresser?
- Comment atteindrez-vous votre objectif?
- Comment saurez-vous que vous l'avez atteint?



Le plan interprétatif est rassembleur

1. Contenu – ce que le musée offre

- Artéfacts, documents, bâtiments, terres, le personnel
- Événements et histoires
- Importance historique, recherche scientifique

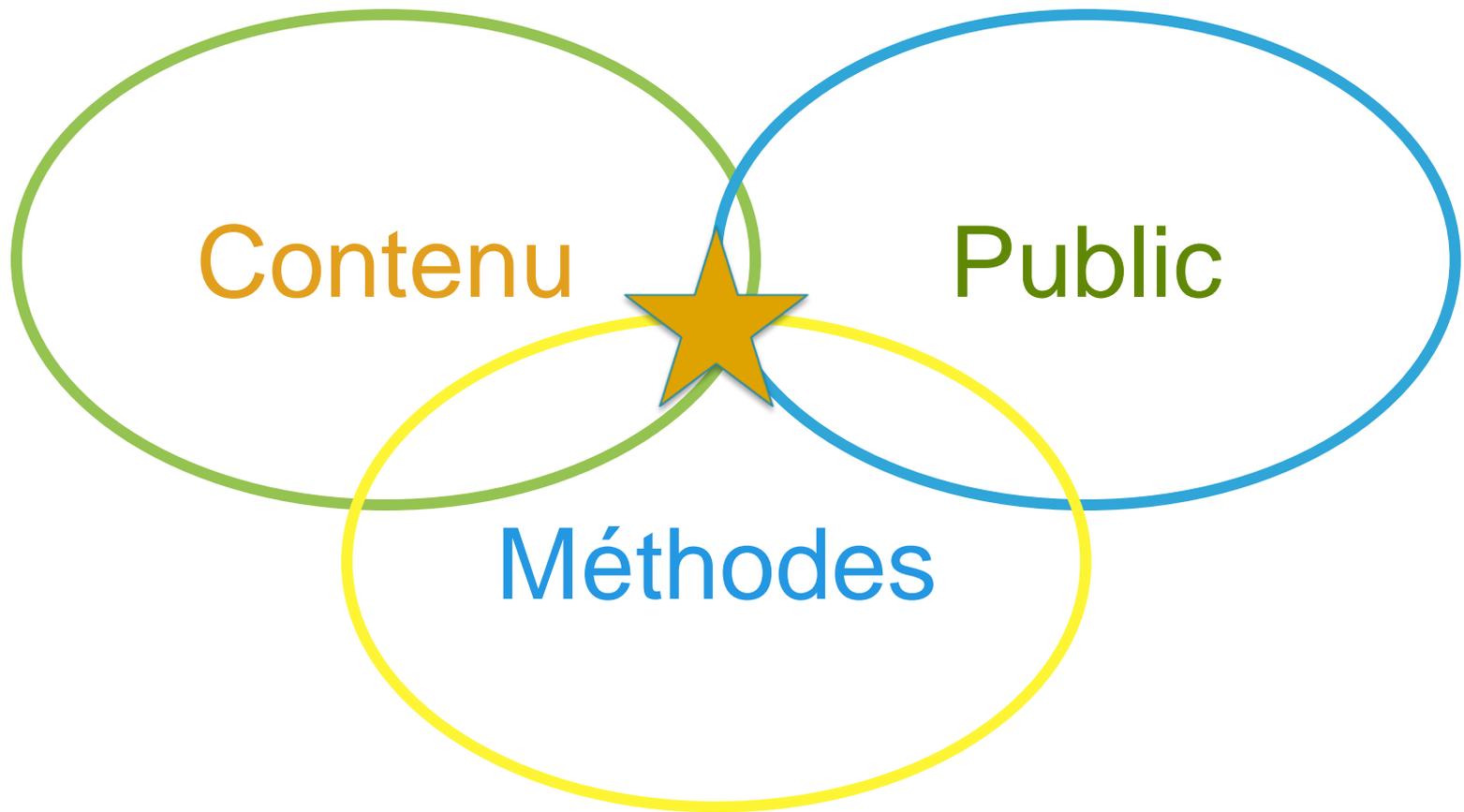
2. Public – ce que les visiteurs veulent

- Touristes
- Résidents locaux, enseignants et étudiants, membres
- Collectivités

3. Méthodes – des moyens de communiquer

- Brochures, bulletins d'information, livres, blogues
- Visites guidées, expositions, salles d'époque, conférences, concerts
- Audioguides, site Web, troussees éducatives, vidéos
- Affiches, allées, bancs

Interprétation réussie



Contenu et message

Quelle est l'intention du contenu/des messages?

- Sensibilisation, connaissances, compréhension (par rapport à...)
- Engagement ou intérêt (pour...)
- Attitude (vis-à-vis de...)
- Comportement (relativement à...)
- Compétences (fondées sur...)



Public

Connaître son public

- Qui sont les membres du public?
- Pourquoi sont-ils présents?
- De qui sont-ils accompagnés?

- Quelles sont leurs connaissances préalables?
- Que voulez-vous leur apprendre?

- Comment faciliteriez-vous l'expérience?
- Comment les ferez-vous participer activement?
- Comment réussirez-vous à les toucher sur le plan émotionnel?

Profils des visiteurs

- Explorateurs
- Accompagnateurs
- Professionnels/amateurs
- Chercheurs d'expériences
- Ressourcers
- Novices

*Falk, Identity and the Museum
Visitor Experience (avec addition
des novices)*



Profils des visiteurs

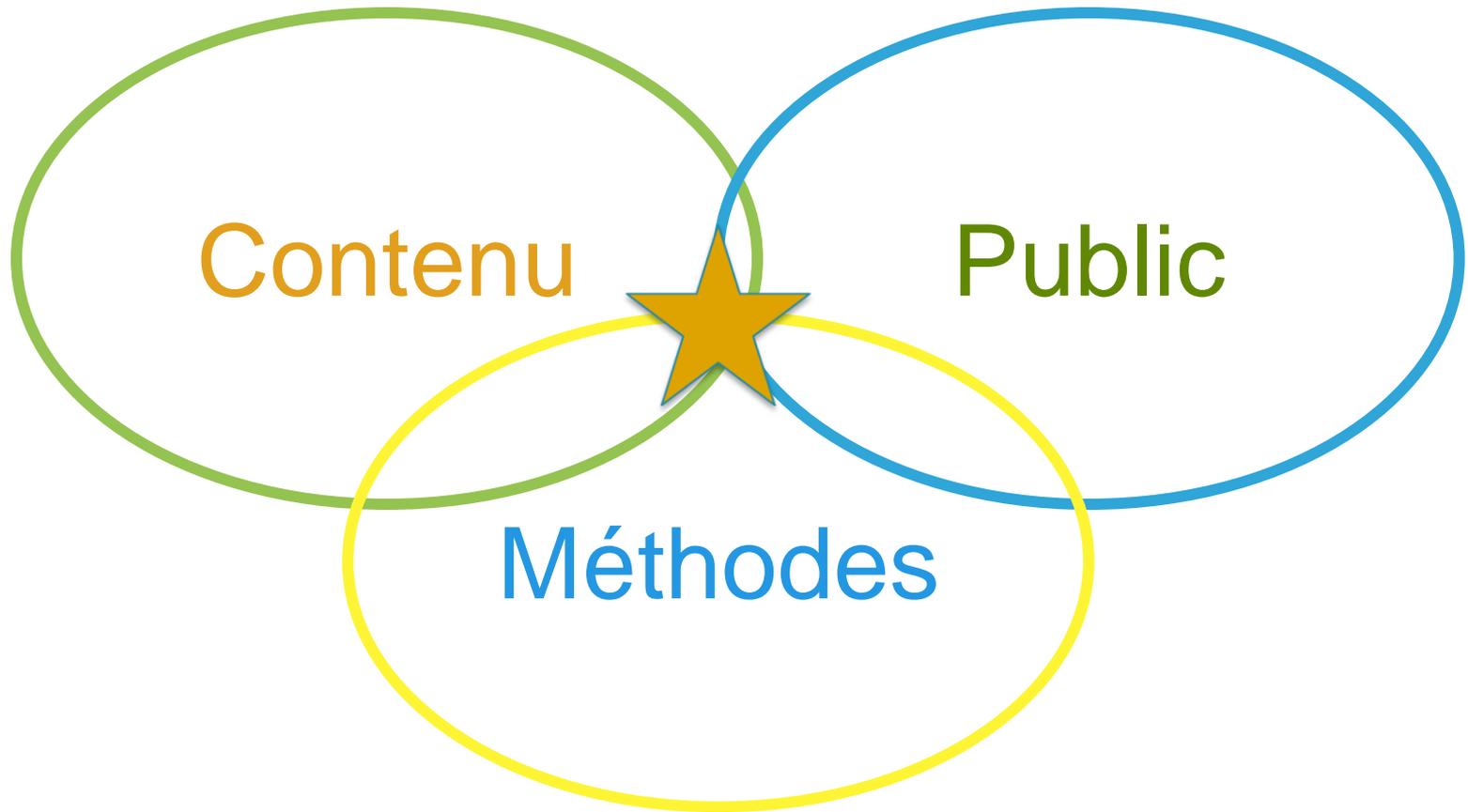
- **Explorateurs** : ils visitent les musées en raison d'un intérêt et par curiosité
- **Accompagnateurs** : ils visitent les musées pour satisfaire les besoins et les intérêts d'une personne qui leur tient à cœur, et non uniquement pour eux
- **Professionnels/amateurs** : ils s'intéressent avant tout au contenu et aux connaissances à acquérir. Il peut s'agir de professionnels, d'enseignants, d'artistes, etc.
- **Chercheurs d'expériences** : ils « collectionnent » les expériences et prendront part à toutes les activités recommandées dans le guide
- **Ressourcers** : ils veulent prendre un moment pour eux, se ressourcer ou simplement apprécier la beauté de l'endroit
- **Novices** : ils sont curieux, mais préoccupés par rapport au comportement adéquat et aux attentes des musées

Valeur de ces profils

- Les visiteurs sont encore plus satisfaits quand ils vivent l'expérience recherchée.
- Les visiteurs créent leur propre boucle de rétroaction. Ils recherchent une expérience particulière. Si le musée réussit à leur faire vivre cette expérience, ils reviendront.



Interprétation réussie



Méthodes

Méthodes d'interprétation

- Site Web
- Affiches, étiquettes
- Services aux visiteurs
- Brochures, documentation
- Expositions
- Programmes
- Visites guidées
- Visites audioguidées, applications
- Activités interactives, simulations
- Interprétation à la première personne
- Boutique, café, toilettes

Table des matières d'un plan interprétatif typique

Table des matières typique

- Varie d'une organisation à l'autre
- Rejoint les autres plans existants
- Convient aux moyens d'utilisation et aux personnes qui l'utiliseront

Exemple du
David Owsley Museum of Art, Ball
State University (BSU), en Indiana
[Traduction]

Table des **matières**

Résumé

Contexte

En appui au plan stratégique de la BSU

En appui à l'enseignement et à l'apprentissage

- Collaborations avec le corps professoral
- Participation des étudiants

Exploration par soi-même

- Adultes, étudiants de l'Université et familles
- Expériences typiques des visiteurs adultes

Facilité d'accès au musée

- Entrée du musée
- Heures d'ouverture

Interprétation dans les galeries

- Vision interprétative
- Principes directeurs de l'interprétation
- Hypothèses sur l'installation de la galerie
- Interprétation en galerie
 - « Liens » entre les visiteurs et les œuvres d'art
 - Contenu des « liens » interprétatifs
 - Étiquettes murales
- Expositions spéciales

Liens avec la collectivité

- Résidents de Muncie et touristes
- La BSU en tant que centre d'excellence
- Programmes pour adultes
- Programmes pour élèves de niveau primaire et secondaire
- Programmes pour les familles

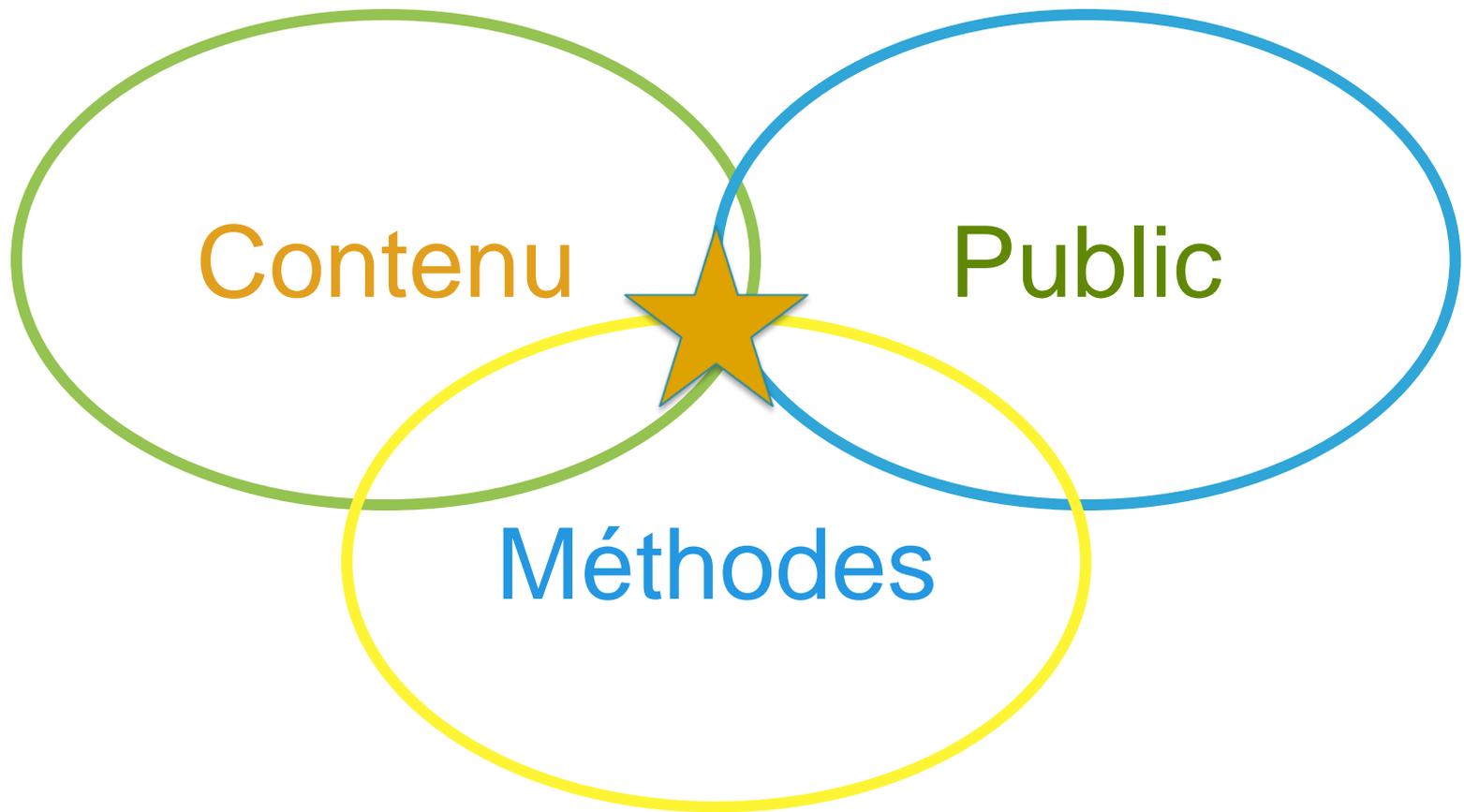
Soutien en ligne pour l'interprétation

Espace nécessaire pour les programmes interprétatifs

Évaluation et amélioration de l'interprétation

Plan d'implantation de l'expansion de phase I et II

Interprétation réussie



Ressources

- John Falk, *Identity and the Museum Visitor Experience* (Left Coast Press, 2009)
- Julie Dirksen, *Design for How People Learn* (New Riders, 2012)
- Jessica Foy Donnelly, ed. *Interpreting Historic House Museums* (Altamira, 2002)
- Timothy Glines and David Grabitske, "Telling the Story: Better Interpretation at Small Historical Organizations." Minnesota Historical Society. American Association for State and Local History, *History News*, Technical Leaflet #222. 2003.
- Sam H. Ham, *Interpretation: Making a Difference on Purpose* (Fulcrum, 2013)
- Myriam Springuel, presenter in *Interpretive Planning for Small Museums*, Feb 18, 2015 Webinar available for download from the American Alliance of Museums
- Marcella Wells, Barbara Butler, and Judith Koke, *Interpretive Planning for Museums: Integrating Visitor Perspectives in Decision Making* (Left Coast Press, 2013)

- American Alliance of Museums: Education and Interpretation (web page)
- National Association for Interpretation (web page)
- National Park Service Interpretative Development Program (web page)
- *Institution Wide Interpretive Planning* (journal)



Smithsonian Institution Traveling Exhibition Service