

Colloque International
6 et 7 mai 2025
à l'Hôtel de la Marine à Paris

FAIRE VIVRE LES MONUMENTS : PENSER LES EXPERIENCES DES PUBLICS

APPEL À COMMUNICATIONS
ARTICLES SCIENTIFIQUES

CENTRE DES
MONUMENTS NATIONAUX



Lors d'une première édition du colloque *Faire vivre les monuments : mises en scène, espaces, publics* (juin 2024, Université Catholique de l'Ouest Bretagne Sud), nous avons souhaité interroger dans une perspective pluridisciplinaire la manière dont les institutions ou les acteurs de la société civile faisaient vivre les monuments, notamment à travers leurs diverses mises en scène. Cette seconde édition, co-organisée avec le Centre des monuments nationaux (CMN), vise à rassembler des travaux questionnant les expériences vécues par les publics des monuments.

Par monument, ce colloque entend les édifices patrimonialisés (Davallon, 2000) et peuvent donc concerner des édifices remarquables de type châteaux, palais, demeures luxueuses (Villa Cavrois) ; des habitations de personnages illustres (maison de Jules Verne, maison natale de Condorcet...) ; des anciens sites industriels (Lewarde) ; des anciennes prisons ou forts (château d'If), ou encore des sites archéologiques (alignements de Carnac, grottes de Font-de-Gaume...). Ces édifices peuvent s'inscrire dans des environnements et paysages variés, des territoires urbains ou ruraux, comprenant ou non la visite de parcs et jardins. Par ailleurs, construits, aménagés ou façonnés par la main de l'Homme dans des sociétés qui nous ont précédées, ils questionnent nos sociétés actuelles qui les choisissent et les érigent en patrimoine (Choay, 1992). Ainsi requalifiés, ces monuments ont vocation à s'ouvrir aux publics et les attirent en raison de leur symbolique convoquant une valeur d'ancienneté (Riegl, 1984 [1903]), mais aussi historique, sociale ou esthétique. En France, ces monuments, dont ceux administrés par le CMN, attirent des publics variés et, par leur attractivité touristique, représentent un enjeu économique. A titre d'exemple, en 2022¹, les monuments nationaux ont été visités par 10 millions de personnes.

Ce colloque vise à questionner le rapport des publics aux monuments à partir de la notion d'expérience, et cela dans une dimension internationale. Le terme d'expérience, souvent polysémique, se situe à la croisée de plusieurs disciplines (muséologie, sociologie, sciences de l'information et de la communication, *tourism studies*, etc.) qui interrogent la manière dont les visiteurs interagissent et s'approprient les lieux patrimoniaux. Selon John Dewey, la notion d'expérience est un processus dynamique, au cœur de l'apprentissage, qui combine perception corporelle, émotion et cognition (Dewey, 1934 ;

¹ Patrimostats, *Fréquentation des patrimoines*, édition 2023.

Merleau-Ponty, 1945). Appliquée à la visite de sites patrimoniaux, l'expérience s'inscrit dans un processus de co-construction, où le visiteur joue un rôle actif dans la manière dont il vit et perçoit le monument (Gravari-Barbas et Jacquot, 2024 ; De Certeau 1990). Lors de la visite d'un monument, l'expérience peut être façonnée par des éléments individuels liés au parcours de vie des visiteurs (motivations, attentes, intérêts, connaissances) mais aussi par le contexte de visite (compagnons de visite, cadre temporel et spatial, dispositifs d'accompagnement). Les monuments ne sont alors plus seulement des objets patrimoniaux, mais des lieux d'interaction, d'investissement affectif et de production d'imaginaire, des « lieux de mémoire », comme les désigne Pierre Nora (1984), qui maintiennent le lien du groupe avec son passé. Ils sont alors envisagés non seulement comme des témoins de l'histoire, mais aussi comme des espaces vivants, où les expériences des publics renouvellent sans cesse leur signification et leur attractivité. Dans ce contexte, interroger la notion d'expérience revient à poser la question des modalités de l'engagement des publics et des conditions qui font d'une visite un moment mémorable, voire structurant ou non, pour l'individu ou le groupe. Mais également comment la patrimonialisation, comme processus dynamique, se rejoue de génération en génération.

Le colloque souhaite regrouper des études autour des expériences vécues par les publics, qu'elles soient réussies ou ratées, des analyses de la diversité des usages du monument, des usages attendus aux usages détournés par les publics, des travaux qui interrogent les frontières du monument et de ses publics. Comment ces monuments vivent en tant que patrimoine aujourd'hui pour les publics, que ces derniers se situent à l'extérieur du monument ou au-dedans ? Le colloque est également ouvert aux propositions qui s'intéresseraient au processus de conception des différentes représentations des monuments, tels que les jumeaux numériques, les fac-similés...

AXE 1 : Faire l'expérience du monument du dehors

Cet axe examine la manière dont les monuments circulent de manière triviale dans l'espace social (Jeanneret, 2008), en considérant plus particulièrement la façon dont ils rayonnent à l'extérieur de leurs bâtis. Les communications retenues dans cet axe traiteront ainsi du monument dans sa périphérie, son environnement, mais aussi dans

son exposition médiatique (substituts numériques [Renaud et Appiotti, 2024], représentation 3D, décors de films, de jeux vidéo, etc.). Ainsi considérés, les monuments se déploient bien au-delà de leur matérialité physique.

Cet axe s'intéressera d'abord à ce que les mises en scène des monuments, pensées par divers acteurs - ingénieurs, professionnels de l'informatique (3D, numérique), des industries culturelles (cinéma, édition, etc.) ou *designers* – proposent aux publics. Depuis quelques années, les représentations numériques des monuments permettent aux professionnels du patrimoine de proposer aux publics des expériences numériques en dehors des monuments comme c'est le cas avec les visites virtuelles ou à distance. En outre, les monuments sont depuis longtemps les décors de nombreux films et jeux vidéo. Comment ces expériences sont-elles produites ? Quelles questions posent-elles en termes de conception et de rapport à l'objet patrimonial ? Quelles valeurs sont contenues dans ces reconstitutions et quelles relations aux monuments proposent-elles ? Quelle place assignent-elles aux publics ?

L'axe s'intéressera, par ailleurs, aux expériences vécues par les individus qui côtoient le monument de l'extérieur, comme élément d'un paysage rural, urbain, numérique, voire lointain ou imaginaire. Il s'agira d'analyser les liens symboliques que les personnes développent soit lorsqu'elles n'interagissent pas avec la réalité physique des monuments dans le cadre d'expositions médiatiques (dans les fictions, les jeux vidéo), d'expériences numériques (comme les visites en ligne), ou encore les dispositifs hors les murs pour les publics empêchés (hôpital, prison) (Saurier, 2015). Ces visiteurs constituent un public privilégié des monuments dans le cadre de politiques de démocratisation culturelle et d'inclusion. Par ailleurs, des propositions pourront questionner le cas spécifique d'habitants partageant, dans un cadre quotidien, leur espace urbain avec un monument sans nécessairement y pénétrer. Pour ces derniers, comment les espaces extérieurs des monuments (parvis, jardins, esplanades) deviennent-ils des lieux de vie et d'interaction ? Comment les habitants ou les touristes interagissent-ils avec ces édifices à travers leur simple présence ?

Enfin, nombreux sont ceux qui sont exclus et s'excluent des lieux de patrimoine pour diverses raisons (barrières sociales, culturelles, économiques ou pratiques). Qui sont ces publics qui ne franchissent pas les portes des monuments ? *In fine*, cet axe questionnera la notion de public, dans sa dimension la plus large, à partir d'expériences

du monument, parfois inattendues, non pensées ou contrôlées par les institutions culturelles.

AXE 2 : Entrer dans le monument

Le deuxième axe propose d'explorer les différentes expériences des visiteurs qui franchissent les portes des monuments et prennent le temps de découvrir leurs intérieurs.

D'abord, il s'agira d'analyser la diversité des publics (scolaires, touristes, locaux, en situation de handicap, *etc.*), leurs attentes et leurs rapports aux monuments. S'il peut s'agir d'une visite exceptionnelle pour des publics touristiques, la visite des monuments peut-elle s'ancrer dans les pratiques culturelles et de loisirs des habitants qui l'entourent, et si oui par quel biais ? En quoi ces lieux patrimoniaux sont-ils attractifs pour les différentes catégories de publics ? Quelles sont les attentes des visiteurs, des touristes aux locaux ?

Cet axe s'intéressera aussi à la manière dont les mises en scène des intérieurs du monument comme l'aménagement meublé, les reconstitutions, la capacité à rendre visible ce qui ne l'est plus (Flon, 2012 ; Gellereau, 2005), les propositions événementielles (expositions temporaires, spectacle vivant, *etc.*) ainsi que les dispositifs de médiation déployés, qu'ils soient numériques (3D, projection, réalité virtuelle ou mixte, *etc.*) ou non, influencent les expériences des publics. Face à la diversité des contenus et des dispositifs proposés au sein des parcours, semble répondre l'hybridité des comportements des publics, de l'évitement à l'appropriation des dispositifs (Vidal, 2017). Néanmoins, des dispositifs de médiation déployés – quelle que soit leur nature – peuvent jouer un rôle clé dans l'accompagnement de l'expérience en modifiant l'appréhension sensible et cognitive des monuments (Deshayes, 2014 ; Dalbavie, Da Lage et Gellereau, 2016). Quels dispositifs de médiation sont plébiscités par les publics pour expérimenter les monuments ? Quelles attentes les publics ont-ils en la matière ? Les médiations proposées répondent-elles à toutes les catégories de public ? Des propositions pourront s'attacher à questionner une catégorie spécifique des publics, par exemple les jeunes publics. L'éducation artistique et culturelle (Carasso, 2013 ; Jonchery et Octobre, 2022) développe des dispositifs pour sensibiliser les jeunes aux monuments et les amener à y

entrer au moins une fois dans leur vie. Comment sont pensés ces programmes de médiation du monument ? Quelles expériences ces publics retirent-ils des visites ? Comment les dispositifs mis en place influencent-ils leur perception des monuments ? Dans quelles mesures ces pratiques encouragent-elles le développement de véritables habitudes culturelles autonomes ?

Plus largement, cet axe souhaite questionner les liens que tissent les publics avec les lieux patrimoniaux lors des visites. Une expérience marquante peut-elle transformer le visiteur en ambassadeur du lieu, en ancrant durablement l'image du monument dans son imaginaire ?

AXE 3 : S'appropriier le monument, entre savoirs et émotions

Lieux de recherche scientifique, parfois appuyés sur des collections, les édifices patrimonialisés ont comme mission de conserver, produire et transmettre des savoirs (Poulot, 2009), notamment historiques, auprès de leurs publics. Pour ce faire, les institutions patrimoniales développent un discours sur le patrimoine et mettent en place de nombreux dispositifs de médiation (cartels, visites guidées, audio-guides, reconstitutions numériques, films, etc.) dans le but de combler la rupture qui se joue entre les hommes du passé qui ont érigé ces monuments et les visiteurs modernes (Davallon, 2006). Ce sont ainsi autant de discours multimédiatiques à propos du patrimoine qui circulent à destination des publics. Mais quels savoirs (historiques, archéologiques, artistiques, architecturaux...) contiennent-ils et pour quels publics ? Dans les musées comme dans les monuments, « plus de la moitié des visiteurs viennent pour "se cultiver" ou "découvrir quelque chose de nouveau" », selon l'enquête de Patrimostats 2023. Quelles expériences sont proposées à des visiteurs qui n'ont pas tous le même lien patrimonial avec les monuments ? Comment prendre en compte la diversité des visiteurs dont le niveau d'informations et de connaissances varie selon leurs origines culturelles et sociales ? Quels savoirs retirent les visiteurs à l'issue de leur expérience de visite ? Comment perçoivent-ils les contenus scientifiques présentés et comment s'approprient-ils les connaissances ? Quelles formes de médiation (numérique, humaine, artistique, immersive...) sont les plus pertinentes pour rapprocher et accrocher les publics ?

Au-delà d'une mise en circulation de savoirs formels et non formels (Jacobi, 2001), l'expérience des monuments est également constituée d'émotions (Favre, 2013) et d'affects (Glévarec, 2021). Il est pourtant reconnu que l'émotion « fait partie des moyens d'accès au monde dont nous disposons : elle est une médiation de l'expérience » (Crenn, Vilatte, 2020 : §10). Si pendant longtemps, les émotions n'ont pas été explorées par les institutions patrimoniales, depuis quelques années, ces dernières s'orientent vers des choix muséographiques qui laissent davantage place à l'émotion (Varutti, 2020). De quoi ces émotions sont-elles le reflet ? Quels rapports entretiennent les publics avec ces médiations sensibles ? Les émotions sont-elles différentes selon les types de publics ? Jusqu'à quel point et au risque de quoi les monuments peuvent-ils jouer sur la corde sensible des visiteurs ? Comment saisir et investiguer ces émotions (Détrez, Octobre et Diter, 2024) ?

Enfin, cet axe propose d'interroger les expériences problématiques ou critiques des monuments. Dans le cas du patrimoine dissonant (Tunbridge et Ashworth, 1996), par exemple, comment les visiteurs font-ils face à ces histoires difficiles, à ce patrimoine gênant et aux enjeux qui s'y attachent ? Quels sont les réactions de rejet de ces monuments ou la construction d'un discours alternatif à l'institution ? De l'ennui à la fatigue, en passant par le désintérêt et la gêne, comment questionner les expériences contrariées des monuments et leurs raisons ? Enfin, de manière plus générale, qu'est-ce qui peut venir gâcher la visite d'un monument ?

Co-organisée avec le Centre des monuments nationaux, cette rencontre scientifique comprendra des sessions universitaires et des formats ouverts aux professionnels favorisant les échanges entre socio-professionnels et chercheurs autour des thématiques du colloque.

Ce colloque international promeut une approche pluridisciplinaire ouverte et souhaite accueillir des chercheuses et chercheurs issus de disciplines variées, notamment en muséologie, sciences de l'information et de la communication (SIC), histoire, histoire de l'art, anthropologie, architecture, géographie, littérature, sociologie, sciences de

gestion mais aussi sciences de l'ingénieur, informatique (interaction humain machine) ou encore en *design*.

Les présentations seront sélectionnées par le comité scientifique en double aveugle. Les actes du colloque feront l'objet d'une publication en ligne et des valorisations dans des revues partenaires sont à l'étude.

Modalités de soumission

Les propositions de communication sont attendues pour le **19 janvier 2025**. Le document devra comporter : nom/prénom, adresse mail, statut, appartenance institutionnelle de l'auteur, cinq lignes de biographie, le titre de la proposition et les mots clés.

La proposition de communication n'excédera pas **5 000 signes (hors bibliographie)**. Elle devra présenter le cadre disciplinaire et théorique, la démarche méthodologique et s'appuyer sur des résultats liés à une étude de terrain et présenter quelques éléments de bibliographie indicative. Envoi au format Word avec la bibliographie séparée.

Proposition de communication à envoyer à :

- Olivier Hû : olivier.hu@univ-angers.fr
- Julie Pasquer-Jeanne : jpasquer@uco.fr

Calendrier

- **19 janvier 2025** : Date limite d'envoi des propositions
- **10 mars 2025** : Retour aux auteurs
- **7 avril 2025** : Programme définitif

Lieu et dates du colloque

- **6 et 7 mai 2025**
- **Hôtel de la Marine, 2 Place de la Concorde, 75008 Paris**

Comité d'organisation

Manuelle Aquilina, MCF Histoire, UCO Bretagne Sud

Caroline Creton, MCF SIC, UCO Nantes

Olivier Hû, MCF informatique IHM, Université d'Angers

Julie Pasquer-Jeanne, MCF SIC, UCO Bretagne Sud

Sophie Arphand, Direction du développement culturel et des publics, Centre des monuments nationaux

Patrick Bergeot, Mission de la Stratégie, de la Prospective et du Numérique, Centre des monuments nationaux

Morgane Estavoyer, Mission de la Stratégie, de la Prospective et du Numérique, Centre des monuments nationaux

Comité scientifique

Florence Abrioux (MCF sociologie, Université d'Orléans)

Koffi Selom Agbokanzo (MCF Sciences de gestion, UCO)

Sébastien Appiotti (MCF SIC, Paris Sorbonne Université Celsa)

Manuelle Aquilina (MCF Histoire, UCO Bretagne Sud)

Mickaël Augeron (MCF Histoire, La Rochelle Université)

Cristina Badulescu (MCF SIC, Université de Poitiers)

Marie Ballarini (MCF SIC, Université Paris Dauphine)

Laurent Bourdeau (PU Géographie, Université Laval, Québec)

Marianne Cailloux (MCF SIC Lille GERIICO)

Anne-Marie Callet-Bianco (MCF Littérature, Université d'Angers)

Laurence Chevalier (MCF Histoire de l'Art, ENSAP Bordeaux)

Gaëlle Crenn, (MCF SIC, Université de Lorraine)

Caroline Creton (MCF SIC, UCO Nantes)

Jean Davallon (PU SIC, Avignon Université)

Jessica De Bideran (MCF SIC, Université Bordeaux Montaigne)

Julie Deramond (MCF SIC, Avignon Université)

Philippe Duhamel (PU Géographie, Université d'Angers)

Patrick Fraysse (PU SIC, Université Toulouse III)

Geoffroy Gawin (MCF SIC, Université de Lille)

Hervé Glévarec (PU Sociologie, Directeur de recherche au CNRS, Université Paris Cité/Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle)

Nathalie Ginoux (PU Histoire de l'art, Sorbonne, centre André Chastel)

Viviana Gobbato (Docteure en muséologie, Université de Paris Saclay)

Olivier Hû (MCF Informatique, Université d'Angers)

Patrick Kernevez (MCF Histoire, Université Bretagne Occidentale)

Camille Jutant (MCF SIC, Université de Lyon II)

Jean-René Ladurée (MCF Histoire, UCO Laval)

Florent Laroche (MCF HDR, Histoire des Sciences, Centrale Nantes)

Nicolas Meynen (MCF Histoire de l'art, Université Toulouse II)

Anik Meunier (PU muséologie et éducation, Université du Québec à Montréal)

Nicolas Navarro (MCF en muséologie, Université de Liège)

Julie Pasquer-Jeanne (MCF SIC, UCO Bretagne Sud)

Dominique Poulot (PU Histoire, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne)

Thomas Renard (MCF Histoire de l'art, Nantes Université)

Lise Renaud (MCF SIC, Avignon Université)

Eva Sandri (MCF SIC, Montpellier III)

Virginie Soulier (MCF muséologie et SIC, université de Perpignan Via Domitia)

Eric Triquet (PU SIC, Avignon Université)

Johan Vincent (MCF Histoire, Université d'Angers)

Bibliographique indicative

- Appiotti S. et Renaud L., 2024, « Les « substituts numériques » : questionner la médiatisation des expositions de musée à l'écran », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°24/2, p. 5-16.
- Carasso J.-G., 2013, « Éducation artistique et culturelle : un « parcours » de combattants ! », *L'Observatoire*, p. 81-84.
- Choay F., 1992, *L'allégorie du patrimoine*, Le Seuil, 272 p.
- Bondaz J., Isnart C. et Leblon A., « Au-delà du consensus patrimonial », *Civilisations*, vol. 61, n°1, 2012.
- Crenn G. et Vilatte J.-C., 2020, « L'émotion dans les expositions : introduction », *Culture & Musées*, n° 36, p. 15-33.
- Dalbavie J., Da Lage E. et Gellereau M., 2016, « Faire l'expérience de dispositifs numériques de visite et en suivre l'appropriation publique : vers de nouveaux rapports aux œuvres et aux lieux de l'expérience ? », *Études de communication*, n° 46(1), 109-128.
- Davallon J., 2006, *Le don du patrimoine. Une approche communicationnelle de la patrimonialisation*, Éditions Lavoisier, Paris, 222 p.
- Davallon J., 2000, *L'exposition à l'œuvre, Stratégies de communication et médiation symbolique*, Éditions L'Harmattan communication, Paris, 379 p.

- De Certeau M., 1990, *L'invention du quotidien, arts de faire*, Gallimard, 416 p.
- Deshayes S., 2014, « Les parcours audioguidés : déambulation des publics et médiation sonore embarquée », *La Lettre de l'OCIM*, n°155, p. 29-35.
- Détrez C., Diter K. et Octobre S. (dir.), 2024, *Culture & émotions, la dimension affective des goûts*, Ministère de la Culture – DEPS, 272 p.
- Daniel F.(dir.), 2013, *Émotions patrimoniales*, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, Ministère de la culture, Paris, 409 p.
- Flon É., 2012, *Les mises en scène du patrimoine, savoir, fiction et médiation*, Éditions Hermès-Lavoisier, Paris, 223 p.
- Gellereau M., 2005, *Les mises en scène de la visite guidée. Communication et Médiation*, Éditions L'Harmattan, Paris, 279 p.
- Glévarec H., 2021, *L'Expérience culturelle. Affects, catégories et effets des œuvres culturelles*, Lormont, Le Bord de l'eau, 216 p.
- Dewey J., 1934, *L'Art comme expérience*, Gallimard, 608 p.
- Gravari-Barbas M. et Jacquot S. (dir.), 2024, *Patrimondialisations, la fabrique touristique globale du patrimoine*, Presse universitaire de Rennes, 384 p.
- Jacobi D., 2001, « Savoirs non-formels ou apprentissages implicites », in Thomas F. (coord.), *Interfaces sémiotiques et cognitions, Recherches en communication*, n°16.
- Jeanneret Y., 2008, *Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels*, Hermès Lavoisier, 266 p.
- Jonchery A. et Octobre S. (dir.), 2022, *L'éducation artistique et culturelle. Une utopie à l'épreuve des sciences sociales*, Ministère de la Culture - DEPS, 272 p.
- Merleau-Ponty M., 1945, *Phénoménologie de la perception*, Gallimard, 540 p.
- Nora P., 1984, *Les lieux de mémoire*, Gallimard, 1664 p.
- Poulot D., 2009, *Musée et muséologie*, Le Découverte, 128 p.
- Riegl Aloïs, (1984 [1903]), *Le culte moderne des monuments. Son essence et sa Genèse*, Éditions Du Seuil, Paris, 180 p.
- Saurier D., 2015, « Introduction », *Culture & Musées*, n°26.
- Tunbridge J. et Ashworth G., 1996, *Dissonant Heritage: the Management of the Past as a Ressource in Conflict*, Wiley, Chichester, 314 p.
- Varutti M., 2020, « Vers une muséologie des émotions ». *Culture & Musées*, 36, p. 171-177.
- Vidal G., 2017, « Prendre la mesure du renoncement négocié », *Multitudes*, n°68, p. 54-59.