

MEMOIRE

- Université PARIS 1 Panthéon Sorbonne
- Institut de Recherche et d'Etudes Supérieures du Tourisme
- Année universitaire 2005 - 2006
- Master professionnel de Sciences humaines et sociales, mention "TOURISME"
- Master Tourisme 2 année
- Spécialité "Valorisation Touristique des Sites Culturels"
- **Rachel Addra**
- **"LA MUSIQUE ET LES DISPOSITIFS SONORES DANS LES MUSEES D'ART ET DE SOCIETE, LES LIEUX D'EXPOSITIONS"**

Introduction

Les expositions offrent traditionnellement au regard des visiteurs des œuvres issues des Beaux-Arts, c'est-à-dire appartenant aux domaines de la peinture, de la sculpture et de l'architecture. La musique (lat. *musica*, de *musa*, muse) est l'art de combiner les sons, elle désigne l'ensemble des productions de cet art. L'institution française des Beaux-Arts a longtemps réduit la musique à sa simple pratique. Néanmoins toute société possède une expression musicale. Les courants artistiques sont liés à certains courants musicaux et la musique traverse les périodes en élaborant une synthèse des arts. Richard Wagner avait déjà saisi sa globalité : « La musique ne représente pas les idées contenues dans les phénomènes du monde, mais au contraire est elle-même une idée du monde et même une idée totale ». La timide intervention, voire l'absence, de la musique dans les lieux d'exposition pourrait s'expliquer soit par manque de possibilités techniques d'écoute soit par choix esthétique. Ces difficultés découlent principalement du concept de contemplation de l'œuvre, s'opposant à une présence musicale.

Or, la démocratisation de la musique s'accélère grâce au développement de ses moyens de diffusion et aux nouvelles technologies. Les musées et les lieux d'exposition sont devenus des lieux de consommation culturelle, la muséologie a été bouleversée. En effet, les musées se sont développés en termes d'infrastructures après la Seconde Guerre Mondiale. Par ailleurs, la muséologie - se définissant comme la science de l'organisation des musées, de la conservation et de la mise en œuvre des collections - a connu une esthétique nouvelle grâce à l'émergence des musées d'art moderne. En France, le Musée de la musique illustre cette transformation de la mise en œuvre des collections, le passage d'un musée statique de la musique à une création récente et sonore liée à la Cité de la Villette. Ainsi le Centre Georges Pompidou a accueilli des expositions contemporaines dans lesquelles la musique intervient de façon appropriée dans le champ artistique.

La musique traduit l'ouverture et l'évolution de nouvelles formes de tourisme culturel. Elle renforce une recherche d'identité et d'authenticité des lieux d'exposition. De plus, la sauvegarde du patrimoine musical nourrit cette problématique et la question sous-jacente apparaît : comment intégrer des dispositifs sonores dans les lieux d'exposition ? A cet égard, il convient de rappeler que les musées possèdent deux missions principales: la conservation et l'éducation. Cette deuxième mission éducative impose la transmission d'un savoir, à travers des média. Cette étude

porte donc un regard neuf sur la question au vu des innovations technologiques et des possibilités muséographiques. Nous n'aborderons pas ici la thématique des supports multimédia tels que les CD Rom ou produits dérivés pour nous concentrer sur les dispositifs sonores musicaux.

L'exposition se définit comme l'action d'exposer, de placer sous le regard du public des objets divers, des œuvres d'art, des produits industriels ou agricoles, etc... les gestionnaires des lieux d'exposition sont alors en droit de s'interroger sur les résultats de l'association entre écoute musicale et contemplation d'une œuvre ou d'un objet exposé. En quoi est-ce un progrès ? Comment la musique intervient elle en aide à la compréhension et/ou au plaisir lié à la contemplation des oeuvres ? Quelles sont les actions de l'État ou des organismes privés dans ce domaine ? Est-ce un succès ou un échec?

L'interaction des arts amènerait les lieux d'exposition à une nouvelle scénographie. Au-delà de l'évaluation technique des dispositifs sonores, nous nous interrogerons sur l'intérêt touristique par rapport à l'utilisation de la musique. Quel message est à transmettre ? A qui doit-il parvenir ? Pour l'obtention de quels résultats pour les lieux d'exposition et leurs gestionnaires? Ces questions nous amènent à découvrir les modes de gestion et les réseaux d'acteurs des dispositifs sonores. Les conclusions de cette recherche permettront de statuer s'il s'agit d'une offre culturelle et touristique porteuse. L'hypothèse qui nous guide est donc que ces dispositifs sonores contribuent à la compréhension des œuvres et participent à un apprentissage ludique.

Afin de répondre à toutes ces interrogations, nous analyserons les différentes formes de lieux d'exposition accueillant un univers musical et leurs caractéristiques. Puis nous nous attacherons à étudier les nouveaux dispositifs sonores réalisés grâce au développement des nouvelles technologies et leur impact sur le tourisme culturel. Enfin nous observerons les conséquences et les possibilités de ces innovations pour comprendre les enjeux actuels.

SOMMAIRE

Introduction :	3
A/ La musique dans les lieux d'exposition: définitions	5
I/ Qu'entendons-nous par « lieux d'exposition » ?	5
1.1 Les musées d'art et de société	5
1.2 Les centres d'interprétation	7
1.3. Les centres d'exposition : les galeries et les centres culturels	8
II/. La musique et les dispositifs sonores	11
2.1 Un bref rappel historique de l'enregistrement audio	11
2.2 Le patrimoine musical et son développement institutionnel	13
2.3 Les fonctions du son dans les lieux d'exposition	16
B / Les dispositifs sonores dans les lieux d'exposition : état des lieux	19
I/ Les situations d'écoute en milieu muséographique	19
1.1 Les techniques de diffusion dans les lieux d'exposition	19
1.2 Les infrastructures	22
1.3 La politique des publics au Musée de la musique	25
II/Les concepteurs de dispositifs sonores	30
2.1 Le design sonore à l'IRCAM	31
2.2 Les sociétés privées	34
III/ L'innovation au service des prestations touristiques	40
3.1 Le plan national de numérisation	41
3.2 Le marketing sensoriel	42
C/La musique dans les lieux d'exposition: analyse critique et perspectives	46

I/Pour une généralisation de la musique dans les lieux d'exposition	46
1.1 Une image vivante du patrimoine	46
1.2 Une ouverture musicale du musée	48
II/Une méfiance éthique et pragmatique	50
2.1 Les réticences théoriques	50
2.2 Les contraintes pratiques	50
III/Préconisations à la conception et à la gestion de parcours sonores	52
3.1 La conception	52
3.2 La réalisation	55
Conclusion	59
Bibliographie	61
Table des entretiens	64
Table des annexes	65