

Musées et recherche

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Musées et recherche [Texte imprimé] : le souci du public : [actes des Journées professionnelles Musées et recherche, 13 novembre 2018] / [organisées par l'OCIM et le CELSA-Université Paris-Sorbonne] ; sous la direction de Joëlle le Marec et Ewa Maczek

Auteur(s) : Rencontres professionnelles Musées et recherche (2018 Paris)

Autre(s) responsabilité(s) : Le Marec, Joëlle (1960-....) (Directeur de publication)

Maczek, Ewa (Directeur de publication)

Office de coopération et d'information muséales France - Éditeur scientifique

École des hautes études en sciences de l'information et de la communication Neuilly-sur-Seine, Hauts-de-Seine - Éditeur scientifique

Publication : [Dijon] : OCIM, DL 2020

Fabrication / Impression : [Dijon] : OCIM

Description matérielle : 1 vol. (193 p.) ; 21 cm

Collection : Les dossiers de l'OCIM

ISBN : 978-2-493446-02-2

978-2-11-162033-9

EAN : 9782493446022

Appartient à la collection : Les Dossiers de l'OCIM 2258-2576 2020

Autres classifications : 060

Classification décimale Dewey : 069.094 4 23

Note(s) : Notes bibliogr.

OCIM = Office de coopération et d'information muséales

Résumé ou extrait : Musées & Recherche est une rencontre qui réunit chaque année depuis 2010 des chercheurs impliqués (en sciences humaines et sociales) et des praticiens ré exifs (musées, centres de sciences, structures patrimoniales). En 2018, le thème proposé pour la journée est celui des publics. Il peut sembler banal tant il a été mobilisé, que ce soit dans recherche, l'action culturelle et politique, les

pratiques de médiation, la communication, avec à chaque fois des visions différentes de ce que le phénomène du public recouvre. Ces visions peuvent se rapprocher ou diverger fortement : considérer le public comme cible n'est pas du tout la même chose que le considérer comme condition particulière dont chacun peut faire l'expérience. De même, la mesure de la fréquentation n'est pas la même chose que l'attention à des pratiques (sociabilité, connaissance ou reconnaissance) et des rapports ou sentiments psychosociaux (confiance, défiance, déférence). Ces états et ces savoirs sont riches et pourtant souvent masqués sous les indicateurs et données collectées auprès de personnes constituées à leur insu en « public » d'une offre ou d'une politique. Alors comment les publics nous apparaissent-ils aujourd'hui depuis les points de vue qui sont les nôtres ? Y compris celui de membres du public ? Quelles sont les questions qui sous-tendent les travaux récents menés par des chercheurs et des professionnels dans les institutions culturelles des publics, de leurs réceptions des expositions, des expériences ? Nous n'en avons jamais ni avec l'exigence de constamment rediscuter de ce phénomène et de cette condition. Surtout dans un contexte d'hybridation continue des institutions et des médias, d'intégration des musées à des processus d'industrialisation, mais aussi de diffusion des théories du soin, du care, de l'attention à autrui, et de reconnaissance du caractère fondamental de la confiance dans les rapports institutionnels.

Sujet - Nom commun : Fréquentation des musées -- France -- 1990-2020

Forme, genre ou caractéristiques physiques : Actes de congrès

Adresse électronique et mode d'accès : 633495