

Réunion Musées debout 26 avril 2016 : Comment les médias parlent de culture.

Après un bref rappel des principes et de l'historique de Musées debout, la réunion commence par la présentation de l'oeuvre qui illustre les débats du jour : une aquarelle sur vélin, datée de 1955, où l'on voit en cadrage resserré un écran de télévision, exemple d'un art qui représente les médias, au moment de parler de la représentation de l'art dans les médias.

- Les médias abordent l'art d'une manière toujours très consensuelle, qui le confine à la sphère du loisir. Ne pourraient-ils pas l'approcher avec une autre problématique?
- La première réflexion est le constat d'un paradoxe. Actuellement, on voit beaucoup à la télévision d'émissions consacrées à la littérature, un art pourtant peu visuel. Au contraire, les arts de l'image, qui devraient être plus télévisuels, sont sous-représentés dans les programmes. En tout cas, ils font rarement l'objet d'une approche critique, au-delà de l'idée de sortie présentée à la fin du journal.
- C'est vrai qu'il y a peu de choses sur les beaux-arts. Mais par contre l'offre est plus grande pour le patrimoine au sens large (D'art d'art, Des racines et des ailes, Secrets d'histoire, les documentaires d'Arte, etc.) Le problème, c'est plutôt ce que ces émissions disent. Leur discours reste très conformiste et présente rarement ce qui va mal dans le patrimoine.
- C'est une approche très "Figaro Magazine". C'est vrai que peu d'émissions traitent de ce qui pose problème. L'émission "Sauvons nos trésors" présentée par Stéphane Bern sur France 2 est une exception qui mettait en avant la mobilisation d'associations en faveur de patrimoines en péril. Un autre bon modèle pourrait être l'émission "Chefs-d'oeuvre en péril", diffusée sur les chaînes publiques dans les années 1960 et 1970, et qui avait pour thème principal la sauvegarde du patrimoine et les menaces qui pèsent sur lui. Les émissions engagées sur les manquements des politiques publiques et le vandalisme ont disparu.
- Avant d'aller plus loin, il faut aussi remarquer que l'intitulé de la réunion d'aujourd'hui est problématique. Qu'est-ce qu'on appelle culture ? La culture n'est-elle pas un média ? Il ne faut pas oublier aussi la culture technique. En ethnologie, le concept de culture recoupe des réalités très diverses.
- Il serait en effet intéressant de voir la proportion de ces différents types de culture dans ce que les médias appellent "culture". Quels sont les cultures les plus représentées ?
- Un intervenant enchaîne avec une double remarque. D'abord, il note que la presse écrite a tendance à clairement distinguer les rubriques "arts et culture" (où on trouve généralement les articles sur les musées) et les rubriques "société" (où on traite des sorties, voire parfois des expositions à la mode). Du coup, la culture apparaît presque comme une bulle à part, qui serait détachée de la société: il n'existe aucune forme de débat entre les deux. Cela sous-entend également une approche très élitiste. Puis, il revient sur les émissions télévisées soi-disant "d'éducation populaire", qui sont aussi un moyen de diffuser un discours dominant.

- Une intervenante tient cependant à souligner le rôle d'émission comme "Des Racines et des ailes" pour susciter des vocations dans la jeunesse. C'est en partie parce qu'elle la regardait plus jeune qu'elle a choisi de faire des études en histoire de l'art, alors même que ses parents n'étaient ni abonnés à des revues d'art ni particulièrement collectionneurs de livres d'art. Ce sont des émissions qui ouvrent le patrimoine à des gens qui peuvent être isolés géographiquement de musées. La télévision reste un média qui permet de toucher des milieux moins bien desservis et/ou des publics moins connectés. Cette vulgarisation est nécessaire et bénéfique, même si elle devrait être plus critique.
- Une autre intervenante exprime son accord. Ces émissions jouent un rôle pour faire connaître un patrimoine à des personnes qui n'y ont pas accès. Elle demande aussi des précisions sur ce que serait le "discours dominant" dont il a été question.
- L'intervenant reprend alors la parole pour répondre. Tout d'abord, il souligne qu'il préfère au terme "vulgarisation" (qui sous-entend de rendre la culture "vulgaire") celui de "démocratisation". De plus, il ne remet pas en cause l'influence de telles émissions pour la découverte du patrimoine. Mais il regrette le "discours dominant" qui se traduit dans le choix des thématiques abordées : on montre le plus souvent un patrimoine restauré, en plutôt bon état, qui ne soulève pas de critiques et on ne présente plus de chantier de restauration. De telles émissions ne cherchent plus à inciter les spectateurs à s'impliquer dans des démarches actives en faveur du patrimoine. Il prend pour exemple le numéro de "Secrets d'histoire" consacré à Henri IV. Pour lui, l'image donnée était très caricaturale ; cela n'allait pas au-delà du bon roi avec sa poule au pot. Cela ne soulevait pas de controverses. De la même manière, les émissions consacrées à Louis XIV et Versailles ne mentionnent jamais les ouvriers morts pour l'édification du château et des jardins. Il faut chercher à démocratiser par le haut, sans s'interdire un discours critique.
- Une intervenante tient à faire remarquer que des émissions comme "Des racines et des ailes" consacrent aussi des sujets à des chantiers de restauration menés par des associations (du moins c'était le cas il y a deux ou trois ans).
- Pour avoir participé à des tournages de "Des racines et des ailes", un intervenant témoigne que les équipes de production veulent se distancier d'un discours dicté par les offices de tourisme régionales ou par les DRAC. C'est moins ce qu'elles montrent qui pose problème que le fait qu'elles ont le monopole du discours sur le patrimoine.

La grêle commence à tomber, mais n'entame pas le débat.

- On revient sur l'image de la "bulle" dont il a été question précédemment, car elle est pertinente. Dans les journaux, la culture est soumise à un cadre très hiérarchisé. Il est intéressant de constater que, dans le *New York Times*, par exemple, la rubrique Culture arrive avant les pages Finances. Un journal italien comme *Il Sole* publie un supplément culture. En France, on a plutôt des suppléments littéraires. En plus, les autres formes de culture, comme la culture technique, sont absentes des journaux. On peut aussi regretter qu'il n'y ait pas d'émissions de débats sur les expositions et les musées, à l'image du "Masque et la plume" pour le théâtre, le cinéma et la littérature. Le débat existe, mais seulement entre initiés. Du coup, on a l'illusion que le monde des musées ne fait pas débat, qu'il n'est pas poreux à des enjeux de

société. Dans le traitement d'expositions comme "Un musée révolutionnaire" — sur Alexandre Lenoir et le musée des monuments français — ou Hubert Robert, toutes deux présentées au Louvre en ce moment, on n'a pas donné une grande place à l'écho que peut trouver la question du vandalisme dans l'actualité. Les articles et reportages qui en rendent compte ne laissent pas de place à l'extrapolation.

- C'est peut-être en partie la faute des gens de la culture qui n'ont pas réussi à faire pour le patrimoine ce que des émissions comme "Top Chef" ont fait pour le patrimoine gastronomique. Malgré leurs défauts, ces émissions de télé-réalité ont remis au goût du jour la tradition de la cuisine. L'intervenant rappelle aussi qu'il est devenu extrêmement difficile aujourd'hui d'accéder à une critique indépendante sur la culture. Les revues sont souvent dans une relation de sponsoring avec les maisons d'édition ou les musées.
- Pourtant on parle encore souvent de l'actualité de l'art contemporain dans les médias.
- Le discours sur l'art contemporain est aussi plus critique, il bénéficie donc d'une visibilité plus importante.
- Internet a aussi un rôle à jouer dans la transformation des pratiques. Ce média a en quelque sorte pris le relais de la critique traditionnelle. L'intervenante cite le blog [Lunettes rouges](#), même s'il traite plutôt de l'art contemporain. Au départ indépendant, il est aujourd'hui hébergé par le site du *Monde*. Cela montre que des passerelles se créent déjà entre cette nouvelle critique et la presse traditionnelle.
- Mais les blogs contestataires sur l'art ancien sont beaucoup moins nombreux, à part [La Tribune de l'art](#), ce qui fait courir le risque d'une monopolisation du discours par quelques personnalités fortes, peu contestées. La solution passe peut-être par Twitter qui relaie des voix plus critiques avec des comptes comme [@louvrepourtous](#) ou [@pointculture](#). L'importance qu'a prise ce nouveau média est bien illustrée par la multiplication des murs hashtag accompagnant les nouvelles expositions (c'est presque devenu une obligation pour les équipes de communication). Toutefois, si cette critique plus citoyenne peut passer par Twitter, elle est encore très dispersée.
- Il ne faut pas oublier que ce qui est en jeu, c'est aussi un problème plus large : nous qui avons régulièrement accès à ce type de médias plus spécialisés et qui nous nous intéressons à ces questions, nous avons tendance à oublier que ce n'est pas le cas de tous. L'intervenant fait le parallèle avec les échanges Erasmus : certes ce programme a démocratisé les déplacements inter-européens chez les étudiants, mais cela représente toujours un coût qui empêche à une partie de la population d'y accéder. Les journaux grands publics reflètent souvent les préoccupations de gens qui n'ont pas le temps ou les moyens de s'intéresser aux débats sur la culture. D'ailleurs, ils n'ont pas la place d'en parler. C'est pour cela qu'il faudrait encourager les grands médias à faire le pont avec les critiques plus spécialisées en ligne. C'est à jeu de jouer ce rôle de médiateur.
- Il y a bien des critiques d'expositions ou d'accrochages dans les grands journaux, mais elles sont souvent de mauvaise qualité. Il y a vraiment une perte d'esprit critique par rapport à ce qui se faisait il y a cinquante ans, par exemple. Par ailleurs, il est important de rappeler combien les coûts de plus en plus élevés des droits d'image empêchent d'écrire des articles de fond ou d'y consacrer des émissions télévisées. Dès que l'on veut reproduire une oeuvre, il faut payer des droits à une

agence photographique, sauf pour la promotion d'une exposition (où là il y a une exception d'actualité). Dans le cas d'une émission, il est aussi difficile de concilier un projet ambitieux et grand public. Actuellement, il y a aussi un vrai problème dans le fonctionnement des services de presse : pour qu'un journaliste parle d'une exposition, on l'invite au vernissage, on lui paye les frais de déplacement, on lui envoie un communiqué de presse qu'il reprend plus ou moins mot à mot. Si l'article plaît aux services de communication, le journaliste sera réinvité pour l'exposition suivante. Un des effets pervers, c'est aussi que les journalistes ont tendance à privilégier des destinations plus attractives, au détriment de musées situés dans des régions moins alléchantes. Et en plus, les budgets des rédactions sont de plus en plus limités.

- C'est le même phénomène qu'en pharmacie et en édition. D'ailleurs, ce n'est pas forcément le niveau intellectuel des journalistes qui a baissé, mais les attentes des rédactions. Il faut soit des images spectaculaires, soit des polémiques qui vont faire vendre. C'est pour cela que l'art contemporain est si présent dans la presse. L'interlocuteur prend pour exemple les polémiques qui ont entouré les nouvelles constructions à Paris depuis le début du XXe siècle (comme les colonnes de Buren ou la pyramide de Pei). On peut même se poser la question de savoir si une partie du monde du patrimoine ne cherche pas sciemment à entretenir ces polémiques. Les médias y sont réceptifs, car ils ont pour objectif de faire de l'audience.
- On pourrait attendre d'autres logiques du service public audiovisuel.
- Auparavant, il y avait au moins une mission de service public pour apporter et médier la culture à ceux qui n'y ont pas accès. Cela s'est perdu. Si on confie cette mission à Internet, le risque est de créer une scission entre deux publics : ceux qui ont appris à se servir d'un tel outil et ceux qui risquent de se perdre dans cette multiplication d'informations.
- Dans le carnet des charges du service public audiovisuel, il y a bien une mission de démocratisation culturelle. Mais les patrons de télévision estiment qu'une émission comme "Des racines et des ailes" suffit. Ils ne vont pas plus loin. Il y a aussi le problème des financements par la publicité : les émissions culturelles doivent être attractives pour les investisseurs. Ce n'est plus le moment "d'attendre" d'autres logiques du service public, il faut les exiger.
- Le problème d'Internet, c'est aussi qu'on y trouve tout et n'importe quoi. L'interlocuteur avance l'exemple de sa spécialité, l'archéologie égyptienne, qui enflamme les imaginations.
- Le système d'autorégulation de Wikipédia a quand même fait ses preuves, même si on en doutait au début. Quand on consulte une page sur un sujet dont on est spécialiste, on voit rarement des contresens flagrants.
- Pour en revenir à la fonction publique audiovisuelle, il faut aussi parler d'Arte qui est un modèle plutôt positif. La chaîne diffuse des documentaires historiques le samedi soir. Il existe bien des niches qui permettent de trouver des contenus plus exigeants.
- Mais le niveau a eu tendance à baisser ces derniers temps. L'interlocuteur cite le documentaire en trois parties sur l'empire romain et la Germanie, qui a été diffusé récemment. Les Romains y étaient quand même présentés comme des colonisateurs qui apportaient la culture à des peuples non civilisés, alors même qu'on rejette un tel discours pour l'histoire de la colonisation récente. C'est un peu

inquiétant. Les documentaires les plus exigeants sont souvent anglo-saxons, ce qui peut donner l'illusion que tous les chercheurs et archéologues sont anglo-saxons. En France, peu de sociétés de production sont capables de prendre le risque de programmes exigeants.

- Arte a aussi récemment diffusé d'excellents programmes de démocratisation comme [*Les Aventuriers de l'art moderne*](#), qui a été produit en France.
- La BBC dépense beaucoup plus pour les documentaires que les chaînes françaises. Il y a une vraie culture du documentaire dans les pays anglo-saxons. Le problème est qu'en France, le documentaire est souvent considéré comme un sous-genre. Le secteur est précaire, les budgets alloués sont faibles et un manque global de moyen limite les entreprises ambitieuses. Trouver des fonds est compliqué et, lorsque les documentaristes réussissent à vendre un projet, la rémunération est souvent très faible.
- Un intervenant, documentariste, confirme que les documentaires sont aujourd'hui très mal payés par les chaînes.
- Chez les Britanniques, on observe une tentative de rendre le documentaire divertissant, et ce, aussi, parce que les scientifiques jouent le jeu et acceptent d'entrer dans cette logique de démocratisation/vulgarisation, ce qui est beaucoup moins le cas en France.
- Cela peut-il s'expliquer par une tradition plus ancrée dans la culture anglo-saxonne de transmission. En France, l'histoire est encore surtout considérée comme une discipline scientifique. L'image des études historiques y est encore teintée par le roman national.
- Il y a aussi un rapport différent au patrimoine local en Grande-Bretagne.
- La vieille aristocratie joue encore un rôle important dans le patrimoine britannique, car elle l'habite encore. Il y a encore une grande dimension privée dans l'approche patrimoniale.
- Cela pose la question de la nécessité de ces documentaires ludiques. Pourquoi un tel recours à la mise en scène? Sur ce point, le modèle anglo-saxon n'est peut-être pas l'exemple à suivre. Ces reconstitutions sont souvent historiquement contestables et ridicules. Mieux valent des documentaires qui assument des choix artistiques forts, comme l'utilisation du dessin animé.
- Le docu-fiction reste un moyen de toucher le grand public. Et que peut-on proposer d'autre pour parler correctement de culture?
- Un intervenant évoque les exemples d'émissions produites par Frédéric Mitterand comme les *Aigles foudroyés* (série documentaire sur la fin des grands empires, produite en 1997) ou *Archéo vidéo*, qui proposait des reconstitutions 3D des monuments anciens. C'était très stimulant pour un jeune public. Il faudrait créer un *C'est pas sorcier* du patrimoine.
- Il y a eu des numéros de *C'est pas sorcier* sur les Vikings ou la Révolution. Mais le concept était moins adapté aux sujets historiques qu'à la science. Mais c'est vrai que ce type d'émission est très efficace pour sensibiliser les enfants.
- Plusieurs membres de l'assistance soulignent qu'on peut regarder *C'est pas sorcier* en tant qu'adulte.

- Ce sont les sociétés de production qui ne conçoivent pas ces émissions autrement que pour les enfants. C'est finalement le public qui les détourne et se les approprie. Mais il faudrait plutôt que ses exigences soient entendues des producteurs.
- Une intervenante se présente comme une fan de *Secrets d'histoire*. Pour elle, c'est une véritable porte d'entrée vers l'histoire et le patrimoine, car ça les rend captivants. Après l'émission, elle approfondit les points qui l'ont plus interpellée sur Internet. Les séries à sujet historique jouent le même rôle.
- Plusieurs intervenants font état du rôle de séries télévisées, qui sont bien plus séduisantes que les docu-fictions. L'une d'entre eux explique notamment que *The Tudors* - séries qui a essuyé de nombreuses critiques sur le plan de la rigueur historique - a réussi à l'intéresser à cette période et l'a poussé à se documenter davantage. On parle aussi de la série *Rome* plébiscitée par des professeurs, faisant état du souci historique combiné à la fiction là où les incertitudes la rendait possible.
- Il faudrait accompagner les projections de documentaires ou de débats d'approfondissement (comme cela a été fait pour *Un Village français*).
- Un avantage de la fiction, c'est qu'elle pousse le spectateur à se demander ce qui est vrai et ce qui est inventé et cela titille son intérêt. Un débat avec des historiens qui viendrait répondre à ces questions serait mieux reçu que s'il était programmé seul.
- Il faut essayer d'apporter un soutien aux nouveaux créateurs et avoir la conviction que l'on peut faire du précis et du sexy.
- Le problème des programmes consacrés à la culture, c'est aussi qu'on les taxe à tort d'élitisme.
- La critique de l'élitisme ne vient pas des spectateurs, mais des programmeurs, qui ne font pas confiance au public, comme s'il n'était pas capable de comprendre.
- D'un autre côté la communauté scientifique est-elle prête à jouer sur le côté "grand public" ?
- La démocratisation du discours est en effet un risque pour les chercheurs. Ce n'est pas évident à faire dans le modèle universitaire actuel et cela prend beaucoup de temps. Et, de plus, ce n'est pas valorisé.
- Une intervenante rappelle le cas "Alain Decaux", cible de l'anathème de la communauté scientifique pour ses tentatives de vulgarisation. Aujourd'hui, les universitaires veulent-ils prendre le risque de s'impliquer et s'exposer au feu roulant des critiques? C'est cet état d'esprit qu'il faut aussi changer.
- Un intervenant rappelle alors la nécessité de relier tradition et innovation, afin d'éviter l'écueil du passéisme d'une part et le risque d'une trop grande incompréhension, comme c'est aujourd'hui le cas avec l'art contemporain. Il faudrait privilégier les initiatives locales, comme les chantiers de fouilles ou de restaurations associatifs, auxquels toutes les populations sont susceptibles d'adhérer. Il ne faut pas s'enfermer dans l'élitisme, mais faire en sorte que les gens s'investissent.
- On évoque alors le cas de l'archéologie expérimentale (où des gens testent des techniques et des modes de vie anciens), qui entre dans cette logique de démocratisation du savoir mais rappelle également le besoin pour le spectateur de bénéficier d'une panoplie complète de possibilité. Cela pourrait être accrocheur et séduisant pour un producteur.

- Un intervenant revient sur les émissions classées “télé-réalité” sur la cuisine, comme Top Chef, qui réconcilie les gens avec une certaine forme de patrimoine (dans ce cas, immatériel). Il faudrait toutefois éviter l’écueil de la culture spectacle.
- Il est aussi intéressant de constater que le patrimoine et les beaux-arts ne font pas l’objet d’émission de télé-réalité, comme s’ils n’étaient pas de l’ordre de la réalité.
- Plusieurs personnes évoquent alors des émissions de télé-réalité, tel *Un Trésor dans votre maison*, qui eux traitent de patrimoine: les gens font estimer par un expert/commissaire priseur puis revendent des biens dont ils ne soupçonnaient pas la valeur. Mais cela implique un rapport à l’argent et/ou une volonté de faire de l’argent, qui est assez symptomatique de notre société actuelle. Une intervenante souligne ainsi que dans ses médiations avec un jeune public, la question de la valeur des œuvres revient souvent.
- Il faudrait créer une série sur le monde des musées ou du marché de l’art. Les personnalités et les situations romanesques ne manquent pas. En plus, le côté coulisse attire particulièrement le public.
- Comment pourrait-on concrètement oeuvrer en ce sens ? Les musées peuvent-ils se rapprocher d’écoles de scénaristes ?
- L’idée d’une télé muséale est évoquée, entre Public-Sénat et une chaîne Youtube, qui permettrait de diffuser directement des contenus.
- Une intervenante mentionne l’exemple de l’accord qui a été conclu entre le musée du Prado et la télévision publique espagnole, pour la production de documentaires. Le premier sera un long métrage sur Jérôme Bosch, qui sortira dans les salles de cinéma au moment de l’ouverture de l’exposition consacrée à cet artiste, puis sera diffusé sur la chaîne publique¹.
- Une intervenante fait remarquer que la société semble de plus en plus “voyeuse” et qu’une accroche à partir d’une œuvre d’art ou d’une anecdote un peu croustillante permet au public d’entrer dans un discours plus global: les gens ont besoin d’une prise.
- Pour que le public s’investisse dans les musées, on pourrait s’inspirer des rallys ou des chasses au trésor qu’on organise parfois autour d’un patrimoine local.
- C’est un type de médiation déjà exploré par les musées, mais plus souvent à l’intention du public jeunesse. Une intervenante partage une expérience qu’elle a faite à ce sujet : elle a essayé d’organiser des chasses au trésor de ce genre dans le musée pour lequel elle travaillait, mais cela n’a pas pris. Le public ne veut pas être mis dans une position qu’il juge infantilisante. Pour des gens qui sont confiants dans leurs acquis culturels, cela ne pose pas problème d’embrasser le côté ludique. Mais pour un public qui n’est pas familier des musées, cela peut être plus déstabilisant.
- Retour sur l’exemple du clip de Will.I.Am au Louvre qui est une tentative pour rendre le musée plus attrayant et actuel. Le fantasme du clip, où des œuvres d’art non conservées au Louvre sont néanmoins accrochées dans les salles montre une certaine identification et peut-être réappropriation du musée comme lieu d’art universel. Mais le documentaire qui accompagne le clip est contre-productif. Il donne une vision très propagandiste. Will.I.Am se pose comme un non-connaisseur aux remarques très passésistes. La comparaison du clip et du documentaire montre bien

¹ Pour en savoir plus, on peut consulter [cet article](#).

qu'il est plus intéressant de lui laisser faire ce qu'il sait faire (un clip) que d'essayer d'en faire un médiateur.

- Un intervenant fait le parallèle avec l'univers de la bande dessinée, où certains auteurs, comme Bilal, se sont aussi approprié le musée. C'est un moyen de panacher les publics, qui répond à un besoin de trouver des passages.
- Le problème de cette actualisation par le biais de figures extérieures au monde du musée, c'est que parfois l'appropriation se fait mal. L'intervenant donne l'exemple de la scénographie imaginée par Christian Lacroix au musée Cognacq Jay. Il faut une vraie rencontre entre l'artiste et le musée, qui demande un vrai investissement.
- Voir Will.I.Am au Louvre relève presque de l'anachronisme. Le musée symbolise le temps long alors qu'une célébrité comme Will.I.Am symbolise le spectaculaire et l'éphémère. En l'invitant, le Louvre se décrédibilise et montre qu'il renonce au temps long. Il rend évident qu'il n'y a plus de "grand récit" dans les musées, qui ont laissé place à une culture de l'instantané. Le Louvre est devenu un lieu de spectacle, comme la télévision. Dans un musée comme le musée Le Secq des Tournelles (musée de la ferronnerie de Rouen), il y a un vrai sens historique. Ce n'est pas là qu'on inviterait Will.I.Am. Et c'est ce discours historique qui donne sens à l'objet. Mais comme on a choisi le musée-spectacle, on n'arrive plus à entraîner le public vers le grand récit.
- C'est vrai que l'invitation de Will.I.Am fait très marketing. Mais l'histoire avec un grand H n'est souvent accessible que par la petite histoire. Ce que l'on retient ce sont les anecdotes, qui font marcher l'imaginaire. On retient moins les dates que les récits qu'on nous a racontés.
- Mais la petite histoire doit être replacée dans son contexte. C'est tout l'enjeu de la médiation. Être médiateur, c'est savoir comment basculer de l'un à l'autre. Il faut pouvoir multiplier les points de vue pour éviter les visions fantasmées, comme celle que *Secrets d'histoire* donne parfois de la royauté.
- Un interlocuteur se demande si l'on ne peut pas dire que le musée est bourgeois par essence. C'est pour cela que les prolétaires ne le fréquenteraient plus. Il diffuse une histoire écrite par la classe bourgeoise et les classes populaires n'y comprennent rien. **S'il a pu s'y intéresser, c'est surtout par le biais de rencontres qu'il a pu faire.**
- **Tout l'enjeu est donc de créer ce genre de rencontres.**
- Tenir ce discours est dangereux et un peu daté. Le musée impose bien une culture de classe mais il peut aussi être un outil d'émancipation et un moyen de remettre en cause les codes bourgeois.
- **Si le public populaire ne va pas au musée, ce n'est pas parce que ça ne l'intéresse pas, c'est qu'il n'en a pas l'habitude. L'interlocutrice parle d'une visite qu'elle a faite avec des femmes issues de l'immigration au musée de l'Immigration. Elles étaient plus qu'intéressées.**
- En tout cas, il est intéressant de constater que pour la direction du Louvre, inviter Will.I.Am c'est se rapprocher du public populaire, mais en fait on donne l'impression inverse.
- C'est sur le rappel des valeurs révolutionnaires des premiers musées français et sur l'importance de rappeler aux musées ces engagements originels que se termine le débat de la soirée.