

"Un musée est une institution permanente, à but non lucratif et au service de la société, qui se consacre à la recherche, la collecte, la conservation, l'interprétation et l'exposition du patrimoine matériel et immatériel. Ouvert au public, accessible et inclusif, il encourage la diversité et la participation de diverses communautés. Ils offrent à leurs publics des expériences variées d'éducation, de divertissement, de réflexion et de partage de connaissances."
ICOM (Conseil International de Musées), 24 août 2022)

Editoriale

En août 2022, l'ICOM adoptait une nouvelle définition des musées que nous reproduisons ci-dessus.

Presque au même moment, des éco-activistes initiaient une série d'actions dans différents musées européens (une vingtaine environ au moment où nous écrivons ces lignes) avec le but affiché d'attirer l'attention des médias, du public, et des gouvernements sur la question climatique. Quelques mois auparavant, le Musée d'Ethnographie de Genève (MEG) faisait quant à lui la une des médias avec une campagne de changement de nom participant de son processus décolonial, pour laquelle il recevait plus de 1500 propositions.

Les points communs entre ces trois anecdotes? Le fait que tout au musée est communication: Si les œuvres et artefacts exposés, la formulation des légendes, ou le contenu des audioguides participent encore souvent de la reproduction d'une certaine vision du monde, l'auto-appropriation de l'espace par ses visiteurs - qu'elle soit bienvenue comme dans le cas du MEG ou forcée comme dans le cas de l'activisme climatique - montre l'importance des musées comme acteurs des changements sociaux et plateforme de diffusion des revendications sociétales.

Et bien sûr, au centre de ces processus, nous retrouvons la langue/les langues, vectrice(s) et, comme, nous le discutons dans ce numéro, objet(s) des apprentissages.

Nous vous souhaitons une bonne lecture!

Votre équipe de rédaction

Im August 2022 verabschiedete der ICOM eine neue Definition von Museen, die wir oben wiedergeben.

Fast zur gleichen Zeit starteten Ökoaktivisten eine Reihe von Aktionen in verschiedenen europäischen Museen (etwa 20 zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Artikels) mit dem erklärten Ziel, die Aufmerksamkeit der Medien, der Öffentlichkeit und der Regierungen auf das Thema Klimawandel zu lenken. Einige Monate zuvor machte das Musée d'Ethnographie de Genève (MEG) Schlagzeilen mit einer Namensänderungskampagne, die Teil seines Prozesses zur Dekolonialisierung war und für die es über 1500 Vorschläge erhielt.

Was haben diese drei Anekdoten gemeinsam? Die Tatsache, dass alles im Museum Kommunikation ist: Während die ausgestellten Werke und Artefakte, die Formulierung von Legenden oder der Inhalt von Audioguides häufig noch immer eine bestimmte Weltanschauung reproduzieren, zeigt die Selbstaneignung des Raumes durch die Besucher*innen - ob willkommen wie im Fall des MEG oder erzwungen wie im Fall des Klimaaktivismus - die Bedeutung von Museen als Akteure des sozialen Wandels und als Plattform für die Verbreitung gesellschaftlicher Forderungen.

Und natürlich stehen im Zentrum dieser Prozesse die Sprache(n) als Träger und, wie wir in dieser Ausgabe diskutieren, als Gegenstand des Lernens.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihr Redaktionsteam

BA

BY

Nell'agosto 2022, l'ICOM ha adottato una nuova definizione di museo, che riproduciamo qui sopra.

Quasi contemporaneamente degli eco-attivisti hanno avviato una serie di azioni in vari musei europei (una ventina al momento in cui scriviamo) con l'obiettivo dichiarato di attirare l'attenzione dei media, del pubblico e dei governi sul problema del clima. Pochi mesi prima, il Musée d'Ethnographie de Genève (MEG) ha fatto notizia con una campagna di cambio nome nell'ambito del proprio processo di decolonizzazione, per il quale aveva ricevuto più di 1500 proposte.

Che cosa hanno in comune questi tre aneddoti? Il fatto che nel museo tutto è comunicazione: se le opere e i manufatti esposti, la formulazione delle didascalie o il contenuto delle audioguide contribuiscono ancora spesso alla riproduzione di una certa visione del mondo, l'auto-appropriazione dello spazio da parte del pubblico - sia essa gradita come nel caso del MEG o forzata come nel caso dell'attivismo climatico - mostra l'importanza dei musei come attori del cambiamento sociale e come piattaforma per la diffusione delle rivendicazioni della società.

E naturalmente, al centro di questi processi, troviamo la lingua/le lingue, i vettori e, come discutiamo in questo numero, oggetto/i di apprendimento.

Vi auguriamo buona lettura!

Il vostro team redazionale

Egl uost 2022 ha igl ICOM adoptau ina nova definiziun dil plaid "museum" che vus anfleis cheu sura.

Quasi el medem mument han eco-activists inziau ina seria d'acziuns en differents museums europeics (circa vegn el mument dalla publicaziun da quest artechel) culla finamira da svegliar l'attenziun dallas medias, dil public et dallas regenzas per la midada dil clima. Entgins meins pli baul ha il Musée d'Ethnographie de Genève (MEG) fatg lingias grassas cun ina campagna da midar num ch' era ina part da siu process da decolonialisaziun, per la quala 1500 proposiziuns ein vegnidas ensemen.

Tgei han quellas treis anecdotas communabel? Il fatg che tut el museum ei communicaziun: Era sche las ovras et ils artefacts exponi, la formulaziun dallas legendas ni il cuntegn dils audioguids reproduzeschan aunc savens ina certa visiun dil mund, muossa l'auto-appropriaziun dil spazi entras ils visitaders/las visitadras - giavischada sco el cass dil MEG ni sfurzada sco el cass digl activissem climatic - l'impurtonza dils museums sco acturs da midadas socialas e sco piattaforma per la diffusiun da revendicaziuns dalla societad.

E naturalmein sesanflan el center da quels process il(s) lungatg(s) ch' ein purtader(s) ed - sco nus discutein en questa ediziun - objects d'emprender.

Nun giavischein ina buna lectura!

Voss team da redacziun

LO

NIA