

Recherche sur le public : les motivations des visiteurs selon Falk

Présidé par : Antoinette Duplessis

Compte rendu de : Jackie Armstrong

Antoinette a introduit le sujet en présentant un sommaire de l'ouvrage de John Falk, *The Five Minute Falk* (Falk en cinq minutes; voir le document distribué).

Les questions et réponses suivantes sont tirées de deux rencontres qui se sont déroulées avec neuf participants chacune.

Question : Reconnaissez-vous vos visiteurs et vous-même dans ces motivations?

Groupe – Plus de 75 % des visiteurs aux Archives publiques de l'Ontario sont des généalogistes. Ils correspondent à la catégorie des *réguliers*, car ils semblent apprécier leurs visites et revenir de façon régulière. On pourrait également les considérer comme des *explorateurs*, vu leur grande curiosité par rapport au sujet. Il existe beaucoup de points communs entre ces deux groupes. Le défi consiste à faire savoir au public que les archives ne servent pas qu'à la recherche.

Question : Comment appliquez-vous les différentes motivations à votre programmation?

Antoinette – Il faut tenter de tenir compte de tous les types de motivation, en adoptant une approche élargie et diversifiée et en superposant l'information. Le véritable message, c'est qu'il est essentiel de communiquer de différentes manières.

Question : Comment puis-je appliquer les motivations à la technologie et aux expériences en ligne?

Antoinette – Quel que soit le contexte, les visiteurs désirent une expérience unique et différente de celle de leurs amis. Nous devons donc leur permettre de personnaliser leur expérience. Falk parle d'images qui font appel aux différentes motivations.

Question : Peut-il être utile de déterminer les motivations du personnel au sein d'une institution?

Antoinette – Le modèle de Falk n'est pas un test de personnalité. Les motivations varient énormément d'une personne à l'autre. Votre motivation à travailler dans un endroit donné est probablement très différente de votre motivation à en visiter un autre.

Question : Les motivations des visiteurs dépendent-elles de la culture? Par exemple, seraient-elles les mêmes dans le contexte de tourisme de masse que l'on observe en Chine?

Antoinette – Falk a mené ses recherches aux États-Unis et ne s'est pas particulièrement concentré sur les autres cultures, bien que son ouvrage mette en

évidence le fait que les besoins et les intérêts de chaque personne sont liés à l'identité. Satisfaire sa curiosité, vouloir être un bon parent ou chercher à apaiser le stress de la vie quotidienne ne sont pas des besoins uniquement associés aux personnes qui visitent des musées. Ces besoins, ainsi que d'autres besoins semblables liés à l'identité, sont communs à toutes les personnes vivant au 21^e siècle, du moins celles qui jouissent d'une certaine sécurité économique, politique et sociale.

=====

Antoinette Duplessis - Originaire du Nouveau-Brunswick, Antoinette aime « tout ce qui touche aux musées » depuis l'époque où, dans sa jeunesse, elle a été actrice de reconstitution historique au Musée du Nouveau-Brunswick à Saint-Jean, ayant même élu domicile à l'extérieur de l'établissement. Depuis 2004, elle est conservatrice adjointe au Joseph Schneider Haus Museum à Kitchener. Elle a également travaillé au Waterloo Regional Children's Museum, au Musée du Nouveau-Brunswick et au York-Sunbury Museum à Fredericton. Grâce à ses stages et à ses activités de bénévolat à Kings Landing, à l'Admiral Digby Museum, au musée Redpath et au Musée royal de l'Ontario, elle a su renforcer son identité de passionnée du monde muséal. Antoinette détient une maîtrise en études muséales de l'Université de Toronto, ainsi qu'une maîtrise en histoire canadienne de l'Université du Nouveau-Brunswick.