



MUSE 2010

LA VOIX DE L'INDUSTRIE MUSÉALE CANADIENNE

Les thèmes de la rédaction en un coup d'œil

Janvier Février	<p>EN-DEHORS DU CADRE</p> <p>Le rôle des musées et leur place dans la société demeurent des sujets de préoccupation et de discussion intenses. Élevons-nous au dessus de ce débat pour examiner la situation des musées situés dans des lieux non traditionnels tels que des hôpitaux ou des zones de conflits. Comment les musées évoluent-ils ? Quelle est leur influence canadienne sur le reste du monde ?</p>
Mars Avril	<p>LE TOURISME CULTUREL EN MUTATION</p> <p>Le secteur culturel subit inévitablement les effets de la présence de grands événements tels que les Jeux olympiques. Ce secteur est aussi celui de l'industrie touristique qui croît le plus vite. Quelles sont certaines des tendances et des stratégies qu'utilisent les musées pour attirer les touristes ? Le secteur culturel profite-t-il de l'industrie touristique ? À qui profitent nos musées ?</p>
Mai Juin	<p>MUSÉES, RECYCLAGE ET BIODIVERSITÉ URBAINE</p> <p>La qualité de vie des citoyens dépend beaucoup de la grande diversité de la flore et de la faune sauvages et artificielles. Alors que 2010 est proclamée l'Année internationale de la biodiversité et que les professionnels des musées collaborent à des projets sur ce thème, Muse dévoilera plusieurs façons artistiques et peu conventionnelles que les établissements et galeries utilisent pour sensibiliser les citoyens à la biodiversité.</p> <p>Numéro consacré au congrès national !</p>
Juillet Août	<p>LES MÉDIAS SOCIAUX SONT-ILS PLUS QU'UN TERRAIN DE JEUX POUR LES JEUNES ?</p> <p>Quels sont les pour et les contre de l'utilisation des médias sociaux dans la promotion de la programmation, la cueillette de nouvelles et la constitution de réseaux ? Comment les musées utilisent-ils les communications pour contrôler les crises ? Les murs des musées s'effacent lentement, mais à quel prix pour leurs collections ?</p>
Septembre Octobre	<p>AMIS ET CHAMPIONS DES MUSÉES</p> <p>Muse propose ici un aperçu détaillé de la situation des amis des musées sans lesquels nos riches collections cesseraient d'exister. Plusieurs façons novatrices permettant d'appuyer les artistes et conservateurs émergents au Canada seront examinées.</p>
Novembre Décembre	<p>LA SANTÉ</p> <p>Ce numéro analysera les croisements entre les musées et les soins de santé. Comment les musées se servent-ils de leurs collections pour améliorer le bien-être des mécènes aux prises avec des problèmes de santé ? Les effets sont-ils reconnus par les professionnels de la santé ?</p>
MUSE s'adresse aux :	<ul style="list-style-type: none"> • conservateurs • concepteurs d'exposition • gestionnaires des librairies • directeurs de la sécurité • consultants indépendants <ul style="list-style-type: none"> • archivistes • muséologues • éducateurs • gérants de la vente au détail • directeurs et directeurs adjoints des musées <p>ET aux spécialistes canadiens des musées d'art, des lieux historiques, des centres des sciences et de la technologie, des jardins zoologiques et botaniques, des aquariums, des temples de la renommée du sport, des musées d'histoire, des centres d'art autogérés, etc.</p>
Personne-ressource	<p>Lison LaFreniere, Gestionnaire du marketing Association des musées canadiens, 400-280, rue Metcalfe, Ottawa, ON K2P 1R7 Tél : 613-567-0099, poste 245 Téléc : 613-233-5438 llafreniere@musees.ca</p>