

Technologies : enjeux techniques et symboliques pour la médiation culturelle

Tecnologías: desafíos técnicos y simbólicos para la mediación cultural

Eva Sandri

Université Montpellier Paul Valéry 3, Laboratoire Lerass

Résumé/Resumen

L'arrivée des technologies au musée génère autant d'enthousiasme que de craintes et de nombreux débats agitent la profession depuis les années soixante-dix. D'un côté, les technophiles vantent les vertus du numérique, tandis que les technophobes sont plus réservés, considérant que le numérique est une atteinte à une rencontre authentique avec les objets exposés. Dans ce contexte marqué par des débats contrastés et des injonctions contraires, l'objectif de ce texte est de dresser un panorama réflexif des différentes façons de problématiser la question des technologies au musée : 1) à travers l'analyse de la diversité des outils numériques existant actuellement, 2) par l'observation de la mise en place de ces dispositifs par les différentes équipes du musée, 3) et par l'étude de leur réception par les visiteurs.

La llegada de la tecnología al museo genera tanto entusiasmo como temor y muchos debates han surgido en la profesión desde los años 70. Por un lado, los tecnófilos alaban las virtudes de la tecnología digital, mientras que los tecnófobos son más reservados, pues consideran que la tecnología digital atenta contra el encuentro auténtico con los objetos expuestos. En este contexto marcado por debates contrapuestos y mandatos contrarios, el objetivo de este texto es trazar un panorama reflexivo sobre las diferentes formas de problematizar la cuestión de

las tecnologías en el museo: 1) mediante el análisis de la diversidad de herramientas digitales actualmente existentes, 2) observando la implementación de estos dispositivos por los diferentes equipos del museo, 3) y estudiando su aceptación por parte de los visitantes.

1. Introduction

L'arrivée des outils numériques dans le domaine patrimonial a été marquée par des débats contrastés et des injonctions contraires, cristallisant à la fois l'espoir d'un meilleur accès aux œuvres et la peur que la technologie n'altère ou ne remplace les pratiques traditionnelles de visite. Qu'il s'agisse des CD-Roms pédagogiques, d'applications de visite ou d'expositions virtuelles en ligne, on observe les mêmes réactions paradoxales des professionnels et des visiteurs, tiraillés entre volonté d'innovation et crainte de perte des pratiques précédentes.

Ainsi, dresser un panorama réflexif des façons de problématiser la question des technologies au musée requiert une observation fine : 1) de la diversité des dispositifs numériques existant actuellement, 2) des différents processus de mise en place de ces outils par les équipes du musée, 3) et de leur réception par les visiteurs.

Dans un premier temps, nous proposerons un historique de l'arrivée des technologies dans le secteur patrimonial, accompagné d'un état de l'art des recherches en muséologie et en sciences humaines et sociales sur le sujet.

Une deuxième partie étudiera l'expérience des professionnels d'un musée d'ethnographie en rénovation : le Museon Arlaten (musée départemental d'ethnographie d'Arles). Cette étude de cas pose un regard réflexif sur l'innovation technologique dans le domaine muséal et sur les stratégies d'acquisition de technologies pour la médiation culturelle. Cette étude de cas permettra de décrire les logiques d'ajustement des professionnels du patrimoine, en particulier dans le domaine de la médiation, de la documentation et de la conservation.

Il s'agit *in fine* d'éclairer le contexte historique dans lequel ces outils numériques sont mis en place et la manière dont les professionnels du patrimoine s'ajustent face à cette situation nouvelle.

2. Quelles sont les différentes technologies utilisées pour la médiation culturelle au musée et quels sont leurs enjeux ?

Les discours sur la transformation des musées par l'acquisition de technologies traitent fréquemment la question des outils numériques de façon très générale, conduisant à masquer la diversité des outils d'aide à la visite. Il est pourtant possible de distinguer différentes caractéristiques des technologies présentes actuellement dans les musées, en fonction de l'usage qui en est fait par le visiteur dans les différents temps de la visite (avant, pendant et après) et dans les différents lieux (dans le musée et hors du musée). Ces outils, qui sont le plus souvent imbriqués, sont de trois types : les outils fixes, les outils mobiles et les outils en ligne (Sandri, 2020).

Les outils fixes sont utilisés principalement durant la visite. Ce sont des supports non déplaçables qui servent à la consultation de contenus additionnels dans les salles d'exposition. Il s'agit par exemple des tables tactiles, des bornes interactives, des navigateurs fixes de réalité augmentée ou de réalité virtuelle.

À l'inverse, les outils mobiles et en ligne peuvent être utilisés dans différents espaces (dans le musée, hors du musée) et durant plusieurs temporalités (avant, pendant et après la visite). Les technologies mobiles, telles que les tablettes tactiles avec applications de visite et les visioguides, accompagnent les visiteurs dans leurs déplacements et peuvent être utilisés à différents moments. Une même application de visite téléchargée sur le smartphone ou la tablette d'un visiteur peut servir en amont pour connaître les informations pratiques du musée, être utilisée sur place pour comprendre une œuvre et être de nouveau consultée le lendemain par un visiteur qui souhaiterait revoir le contenu. De la même façon, les outils proposant des contenus en ligne (expositions virtuelles sur le web, réseaux sociaux numériques, site web, jeux sérieux, chatbots et catalogues en ligne) peuvent être consultés avant, pendant et après la visite. Ils visent à la prolonger.

L'offre numérique des musées regroupe actuellement ces différents types de dispositifs liés aux multiples usages des publics et considère que le lien entre le visiteur et les contenus de l'exposition ne se rompt pas dès la sortie du musée. Selon les cas de figure, toutes ces technologies sont impliquées dans une partie ou dans la totalité d'un dispositif de médiation. Il peut s'agir de la consultation de contenus sur un outil numérique qui viendrait compléter le discours du guide, ou bien d'une application de visite qui prendrait en charge une activité de visite. Cependant, les discours portant sur le rapport entre ces technologies et les musées tendent à nier la diversité des usages pour ne présenter qu'une vision stéréotypée et salvatrice du numérique.

Ainsi, l'ambivalence des discours caractérise la relation entre le musée et les technologies, ces dernières étant tout à tour considérées soit comme des tremplins vers l'accès aux œuvres, soit comme des éléments perturbateurs venant entraver la rencontre entre les visiteurs et les collections. Cette vision tout à tour enchantée et diabolisée des outils numériques est spécifique aux discours sur la technologie, habituée à une symétrie des prophéties (Scardigli, 1992) où l'innovation numérique est alternativement présentée de façon salvatrice et menaçante. C'est à l'aune de cette relation binaire que seront questionnés les enjeux de l'introduction des outils numériques pour la médiation au musée.

Les discours présents dans les articles de journaux et les journées professionnelles, rendent compte d'un rapport ambigu entre le musée et l'innovation technologique. Certains discours donnent à voir une opposition entre les outils numériques et les collections. Ils s'appuient sur l'idée selon laquelle l'utilisation des technologies ne serait pas compatible avec l'expérience de délectation esthétique. La matérialité du support de médiation éloignerait de la rencontre directe avec l'œuvre d'art, romprait un contact sacré et mettrait fin au sentiment d'immersion dans une période artistique, par la présence d'un objet technologique contemporain perçu de fait comme anachronique.

Par ailleurs, la méfiance de certains publics envers les dispositifs numériques viendrait de la juxtaposition d'une œuvre d'art et d'un objet technique associé à un contexte mercantile. Dès les années 2000, la vente de CD-Roms à la sortie des expositions est assimilée à une intrusion des codes marchands dans les lieux patrimoniaux.

Ces arguments s'inscrivent dans un débat ancien que l'on retrouve bien avant l'apparition des dispositifs technologiques. Au XIX^e siècle, Quatremère de Quincy considère déjà le musée comme un outil éloignant d'un rapport authentique à l'œuvre. Ce débat oppose encore aujourd'hui les partisans de la médiation culturelle (au nom de la possibilité de mettre en place un accompagnement) et leurs détracteurs pour qui ces dispositifs de médiation sont susceptibles de nuire à la libre interprétation de l'œuvre.

À l'inverse, nombreux sont les musées de sciences et autres lieux de culture scientifique et technique à utiliser leurs espaces d'exposition pour mettre en valeur des dispositifs technologiques inédits. Dans les années 2000, la Cité des sciences et de l'industrie se démarque par ses expérimentations et fait notamment l'objet d'études sur l'interactivité (Le Marec et Topalian, 2003). De nombreux musées de beaux-arts, tels que le musée d'Orsay, proposent également aux visiteurs des postes de consultation numériques ou des CD-Roms pour découvrir plus avant les collections. Ces exemples de musées qui se veulent novateurs et prêts à l'expérimentation servent des initiatives visant à concilier technologies et patrimoine. Les dispositifs technologiques sont ici utilisés pour valoriser et scénariser des contenus et sont censés faciliter l'accès aux ressources. Cette confiance de la part de certains musées envers les technologies arrive dans un contexte où le numérique est pensé comme un tremplin venant revivifier les idéaux de la démocratisation culturelle (Rasse, 2000). Cette dynamique n'est pas nouvelle : l'importance du rôle des technologies dans la diffusion de la culture légitime est présente dans les discours gouvernementaux depuis les années soixante-dix (Sandri, 2016b).

Actuellement, les termes utilisés par les professionnels pour rendre compte des effets des dispositifs numériques sont caractérisés par le vocabulaire de la surenchère et de la plus-value. Les termes tels que « visite augmentée » ou « visite enrichie », de même que le dispositif « Visite Plus » mis en place à la Cité des sciences et de l'industrie, rendent compte de cet intérêt pour les modèles proposant des contenus supplémentaires. Une autre caractéristique des discours d'escorte sur les outils numériques au musée est celle du changement radical des pratiques dû à un « passage au numérique », à une « transition numérique » ou à « l'introduction », voire « l'arrivée des technologies ». Des métaphores temporelles sont convoquées dans des expressions de type « à l'heure du numérique » ou à plus grande échelle : « l'ère du numérique », sans pour autant que ces périodes soient précisément précisées. Cependant,

réfléchir en termes de métamorphoses et de passages d'un avant à un après conduit à limiter la pensée à un paradigme du remplacement, là où au contraire il semble plus pertinent de noter les complémentarités, les ajustements et les négociations. Dans de très nombreux musées, l'usage de dispositifs numériques ne remplace pas la médiation humaine. Les différents outils s'ajustent entre eux et se complètent. Au musée Médard de Lunel, des tablettes tactiles complètent les supports papier utilisés auparavant par les médiateurs durant les visites guidées. Au musée Mc Cord de Montréal, des iPods ont succédé aux photographies imprimées lors des activités pour les scolaires, sans que le support imprimé ne soit totalement abandonné. Dans ces deux musées, les guides repositionnent peu à peu leur activité de médiation par rapport à ce qu'ils faisaient auparavant sans qu'il y ait de véritable révolution technologique. L'acquisition de technologies ne supprime pas pour autant le recours à des dispositifs traditionnels (humains, imprimés, matériels). Dans ces deux cas de figure, il s'agit davantage d'un repositionnement des pratiques des médiateurs face à l'acquisition progressive d'outils numériques que d'un passage radical. Ce positionnement ne doit néanmoins pas amener à l'excès inverse qui viserait à relativiser en permanence les innovations technologiques à travers des références au passé, ce qui reviendrait à simplement souligner le « caractère ancien des pratiques contemporaines » (Renaud, 2012) et par là même à nier les dynamiques à l'œuvre. Il doit permettre de reconnaître et de catégoriser les évolutions des dispositifs comme des usages. Considérons ces outils en cours de réalisation comme des supports mêlant innovation radicale et tradition qui s'appuient sur les codes des médias précédents.

3. Comment la muséologie et les sciences humaines et sociales ont éclairé cet objet d'étude ? Quelle réception par les publics ?

Les raisons principalement invoquées par le musée lors de l'acquisition de dispositifs numériques sont la possibilité de toucher un public élargi tout en fidélisant le public existant. Pourtant, cet équipement numérique vient rarement d'une demande explicite du public, mais plutôt de décisions prises en son nom par l'institution. Les enquêtes menées auprès des publics ne montrent pas : « l'expression spontanée d'attentes explicites pour une modernisation systématique de ces musées » (Le Marec, 2007 : 19). Au contraire, les visiteurs s'inscrivent davantage dans une relation de « confiance et de délégation

de compétence à l'institution », un constat qui contraste avec les discours d'escorte actuels, faisant du public un individu friand de changements.

Dans les années 1990, le fonctionnement du musée évolue et se focalise sur les activités de présentation et de communication (Davallon, 1992). L'entrée du musée dans des logiques économiques se fait au travers de deux tendances : le développement de la fonction de communication (au détriment de la conservation et de la recherche) et l'accroissement du modèle gestionnaire. Ce dernier phénomène s'observe dans les politiques culturelles menées depuis soixante ans, caractérisées par un tournant libéral : désengagement de l'Etat, injonction à la rentabilité et développement des mécénats privés. L'intérêt grandissant pour la communication alors va de pair avec l'adoption de logiques marketing orientant le musée vers le fonctionnement des industries culturelles et l'amenant vers l'acquisition de dispositifs numériques et inédits.

3.1 Chronologie des principaux dispositifs

Depuis les années soixante-dix, l'introduction des nouvelles technologies au musée prend deux formes distinctes. D'une part, on constate un développement important des dispositifs numériques mobiles (guides multimédias, applications smartphone) et fixes (bornes, tables tactiles) dans le parcours d'exposition. Ces technologies sont envisagées comme une plus-value permettant au visiteur d'avoir accès à davantage de contenus et de pouvoir les consulter sur différents médias. Ces technologies sont accompagnées par un vocabulaire de la surenchère (visite augmentée, visite enrichie), mettant en exergue ce que le numérique apporterait de plus à l'expérience de visite. D'autre part, différents services des musées (service des publics, de la communication et de la documentation) ont investi la sphère du web : les visiteurs sont amenés à faire part de leur point de vue sur l'exposition sur des plateformes dédiées telles que les sites web, les applications de visite, les livres d'or numériques et les réseaux sociaux. Dans les années 2000, l'usage d'internet et de ces réseaux apparaît comme une façon de repenser les modèles de communication des musées et de critiquer une organisation professionnelle hiérarchisée. On note également un fort investissement des professionnels des musées dans des communautés professionnelles de passionnés (ex : Muzéonum, Muséomix), qui s'observe lors d'expérimentations multiples : 80% des *community managers* prennent par exemple l'initiative de créer le compte de leur institution (Couillard et Nouvellon, 2018 ; Couillard, 2019).

Une approche historique des politiques culturelles numériques montre que les technologies à usage professionnel ou à destination des publics sont utilisées depuis les années 1970 dans les institutions patrimoniales. Il s'agit au départ d'initiatives réalisées par des passionnés d'informatique en interne qui doivent faire face à des résistances fortes notamment chez les professionnels de la conservation. Certains de ces projets proviennent également de programmes de recherche impulsés par le Ministère de la Culture et de la Communication pour suivre différents programmes et plans gouvernementaux (ex : Programme d'action gouvernemental pour la société de l'information-PAGSI en 1998). Paradoxalement, peu de postes spécifiques dédiés seront créés, jusqu'à ce que ces pratiques s'homogénéisent à partir des années 2010 dans les institutions.

Ces premiers équipements technologiques permettent l'accessibilité aux ressources iconographiques des musées à travers des bases de données. On parle même de « musée médiathèque » pour souligner l'importante documentarisation du patrimoine à travers « la traduction du patrimoine (...) en bases de données » (Welger-Barboza, 2001 : 9). Mais l'intérêt du musée pour la conservation et la diffusion de substituts iconographiques des collections n'est pas un phénomène nouveau. Avant la numérisation, plusieurs dispositifs rendaient possible la conservation de substituts d'œuvres. C'est le cas des « musées de papier », des collections de dessins, d'aquarelles et de gravures du XVII^e siècle qui, comme l'encyclopédie, visaient à représenter une collection par l'image. Le musée de papier permettait de réaliser les deux fonctions actuelles du substitut photographique numérisé : donner à voir au public un objet perdu ou préserver un objet original en montrant la copie. La numérisation des collections fait perdurer ces objectifs de conservation et de diffusion.

Par la suite, à la consultation de documents en ligne s'ajoute la possibilité d'utiliser des outils multimédias (jeux ou dispositifs scénarisés) : ce sont les bornes interactives qui voient le jour à la Cité des sciences et de l'industrie, puis les postes de consultation numérique disponibles au musée d'Orsay. La technologie progressant, les sites internet de musée, les CD-Roms, les expositions virtuelles, les ambiances immersives et les films en images de synthèse deviennent des dispositifs de plus en plus répandus. Si certains dispositifs évoluent en gardant les mêmes objectifs mais en changeant de

support (les audioguides deviennent des visioguides, puis des guides multimédias, puis des applications smartphones tout en conservant leur contenu descriptif) ; d'autres dispositifs profitent d'innovations venues d'autres domaines pour voir leurs scénarios changer radicalement.

Dans un contexte de convergence des données numériques sur des bases de données communes, on observe une tendance des dispositifs numériques à mettre en place des passerelles entre l'institution et les pratiques en ligne du visiteur. C'est le cas des activités de médiation qui permettent de retrouver en ligne depuis chez soi les contenus consultés au musée (par exemple le dispositif Visite + à la Cité des sciences et de l'industrie), comme des activités qui proposent l'envoi par mail des réalisations du visiteur.

L'exposition *Musik : du son à l'émotion* au Centre des sciences de Montréal (2013) propose au visiteur de composer une courte musique puis de recevoir sur sa messagerie électronique le lien vers sa composition afin de pouvoir l'écouter et la partager. De la même façon, à la fin de l'exposition *Les secrets du Layout* portant sur les dessins de Miyazaki au musée des Arts ludiques à Paris (2014), un dispositif propose au visiteur de se prendre en photo dans un studio doté d'un fond vert. L'image sera ensuite implémentée dans un décor du film *Le voyage de Chihiro* et le visiteur recevra cette photographie par mail. Ce type de procédé déjà utilisé dans les parcs d'attraction et les lieux touristiques tend à se développer dans les musées.

Face à l'engouement pour les technologies, se développent en parallèle des actions qui tendent à atténuer voire à effacer la présence des dispositifs numériques. L'une des tendances actuelles de ces dispositifs est de se rapprocher d'une production matérielle. Des institutions proposent en effet que le contenu généré sur les dispositifs de médiation durant l'exposition prenne une forme matérielle, par exemple à travers l'impression d'un livret papier, d'une carte postale ou d'un autocollant que le visiteur gardera avec lui. L'objectif de ce dispositif est d'atténuer les discours sur la dématérialisation des documents par un retour à des formes tangibles telles que l'impression papier ou 3D. Ces choix rappellent que le visiteur est régulièrement confronté à des outils numériques lors de ses visites au musée et que l'originalité première de l'innovation technologique est aujourd'hui devenue une norme.

3.2 Etat de l'art des recherches sur la technologie dans la médiation culturelle au musée

Un état des lieux des travaux effectués sur le sujet permet d'effectuer un retour sur les différentes façons d'analyser ces dispositifs. Nous décrivons les tendances à l'œuvre dans l'appréhension et l'évaluation des outils numériques pour la médiation, dans un contexte où l'attention des chercheurs se focalise de plus en plus sur la spécificité des situations de communication que sur l'efficacité du dispositif technologique.

Les chercheurs en sciences humaines et sociales ont eu recours à différents protocoles d'enquête pour observer les enjeux communicationnels des dispositifs technologiques. Concernant les dispositifs numériques pour la médiation au musée, c'est la phase de la réception qui a été privilégiée par les chercheurs dès les années quatre-vingt à travers des enquêtes de publics. Durant cette période, les enquêtes sur l'usage des outils numériques pour la médiation concernent en premier lieu la question de l'efficacité cognitive des contenus des dispositifs et cherchent à mesurer une adéquation ou un décalage entre les ambitions des concepteurs et l'usage qui est fait des dispositifs par les visiteurs. Le treizième numéro de la revue *Publics et Musées*, paru en 1998, est consacré à ces dispositifs. Il montre la façon dont les outils multimédias de cette génération (principalement les bornes interactives, les CD-Roms et les premiers sites internet de musées) sont reçus par les usagers et analysés par les chercheurs. Nous nous inspirerons dans un premier temps des articles de ce numéro afin de présenter les premières pratiques d'évaluation. L'objectif est de faire état des évolutions dans la façon d'étudier les dispositifs numériques.

En 1998, les articles du treizième numéro de la revue *Publics et Musées* présentent plusieurs études de publics qui ont pour objectif d'évaluer l'impact des supports multimédias sur les visiteurs en s'intéressant notamment à la fréquence d'utilisation des dispositifs. Les enquêteurs se focalisent sur l'observation de trois effets que le dispositif multimédia devrait susciter chez le visiteur : l'efficacité cognitive, la dimension expérientielle et le pouvoir d'interactivité.

On mesure tout d'abord l'efficacité cognitive du dispositif, c'est-à-dire sa capacité à transmettre des connaissances et à permettre leur appropriation

par le visiteur. La dimension expérientielle désigne quant à elle la capacité du dispositif à modifier l'expérience de visite : immerger le visiteur dans une ambiance précise, lui faire prendre du recul, lui faire ressentir une émotion... Enfin, le pouvoir d'interactivité désigne la façon dont une succession de réactions se met en place quand le visiteur manipule un dispositif.

Face à ces questionnements, les résultats des enquêtes révèlent un discours majoritairement positif de la part des visiteurs à propos des dispositifs numériques. Ces derniers sembleraient avoir atteint les trois objectifs précédemment cités et sont décrits avec le vocabulaire de la plus-value informationnelle. Du point de vue du support technologique, ces enquêtes mettent en avant une plus grande capacité de stockage d'informations et une modernisation de l'image du musée. Du point de vue des contenus, les dispositifs numériques permettraient de susciter la surprise et la curiosité en proposant différents médias qui s'adaptent au mode de consultation favori des visiteurs (son, vidéo, texte) et ainsi de permettre la personnalisation des contenus.

Quittons désormais ce numéro pour déplacer notre focale vers des recherches plus actuelles. On observe les mêmes intérêts des chercheurs pour les études de réception des technologies. Cependant les questionnements et les méthodes s'élargissent. Nous présenterons ci-dessous quelques-unes de ces enquêtes.

On remarque des croisements d'approches à travers l'utilisation conjointe des méthodes ethnographiques, physiologiques et oculométriques. On découvre comment caractériser une expérience de visite qui propose une application sur tablette tactile (Bougenies, Leleu-Merviel et Sparrow, 2016), à travers le dispositif Muséo+. Il s'agit d'une application de jeu sur tablette tactile pour le jeune public, disponible au Palais des Beaux-Arts de Lille. L'application cherche à répondre aux attentes du *design for all* (conception universelle), visant à intégrer dans le dispositif un grand nombre de fonctionnalités afin de le rendre disponible pour différents types de publics. À ce titre, toutes les vidéos contenues dans l'application proposent un doublage en langue des signes française ainsi qu'un sous-titrage et une voix-off. Dans cette enquête, les auteurs utilisent les données oculométriques et physiologiques des enfants participant à la visite du musée pour mesurer leur degré d'engagement. Le croisement de ces différentes méthodes (observation ethnographique, oculométrie, bracelet de mesure de la réactivité physiologique

et résurgence graphique des participants) met en avant l'intérêt de ces publics pour le dispositif proposé, ainsi que leur engagement dans l'activité, observé à travers leur niveau de concentration et de réactivité. Les résultats indiquent que lors de l'utilisation de l'application Muséo + par les enfants, le niveau tonique du diamètre pupillaire des participants montre une « implication plus importante de la cognition, en particulier de l'attention sélective », lorsque le participant prend en main la tablette. L'application serait donc susceptible de favoriser dans certain cas l'accessibilité aux œuvres pour des enfants atteints de déficit intellectuel ou d'autisme et dont les parents indiquent qu'ils ont eu par le passé des difficultés à suivre des dispositifs de médiation traditionnels (de type visite guidée). En outre, si ce dispositif numérique est décrit comme étant plus attirant que les dispositifs traditionnels, il n'a pas été comparé à d'autres dispositifs non numériques qui proposent également une alternative à la médiation orale (comme un atelier d'art plastique). Les auteurs invitent alors à considérer la diversité des expériences de visite de chaque enfant afin d'éviter de généraliser trop rapidement ces résultats.

Les outils numériques pour la médiation au musée vont peu à peu connaître des protocoles méthodologiques élargis. Cet élargissement des approches va de pair avec une réflexion davantage globale sur l'expérience de visite ainsi qu'avec un recul critique sur les discours d'escorte des technologies. Progressivement, les études de réception viennent nuancer et compléter les approches du dispositif en termes d'efficacité cognitive, en envisageant les outils du numérique de façon plus globale.

De manière générale, la façon d'analyser les dispositifs numériques et leurs usages au musée évolue en prenant en compte les pratiques culturelles et numériques quotidiennes des visiteurs. Le dispositif numérique est actuellement moins envisagé comme un outil de médiation uniquement disponible dans le musée (comme cela pouvait être le cas auparavant avec les bornes interactives), mais en tant qu'objet lié aux pratiques numériques quotidiennes des visiteurs. Il s'agit moins d'un support technologique doté d'un contenu fixe que d'une écriture plus globale où les contenus se répondent sur différents supports. C'est le cas des jeux transmédiés et des dispositifs de réalité augmentée qui s'utilisent dans ou hors du musée (Jutant, Guyot et Gentès, 2009). Ainsi, les analyses des dispositifs se font-elles en parallèle d'une réflexion générale sur le musée et les enjeux actuels de la culture numérique.

Depuis le début des années 2000, le dispositif numérique continue d’être envisagé par les chercheurs de façon globale. Il est pensé comme un objet culturel inscrit dans une situation de communication. Cette prise de recul sur le dispositif est salutaire, car c’est « l’incapacité à penser la globalité du phénomène qui laisse croire aveuglément à l’efficacité de l’acte technique » (Gras, 2003 : 287).

La tendance à dépasser l’idée d’une « progression cumulative et linéaire de la puissance technicienne » (Gras, 2003 : 89) s’observe dans des études qui cherchent à éviter l’alternative simplificatrice du déterminisme technique et du déterminisme social. Ces enquêtes raisonnent moins en termes « d’effets », « d’impacts » ou de « rôle » du numérique mais tentent d’interroger la complexité technique et symbolique de ces dispositifs.

4. La mise en place des projets numériques au musée : l’exemple du *Museon Arlaten* d’Arles

4.1 Rénovation et imaginaire du numérique au musée d’ethnographie

Le Museon Arlaten (musée d’ethnographie provençale d’Arles) connaît de 2009 à 2021 une phase importante de rénovation, dans un contexte où un lien affectif profond lie les habitants d’Arles à ce musée. En effet, la collection a notamment été réalisée par des dons personnels de la part des Arlésiens. Ce musée est donc pour une partie de la population un musée identitaire et mémoriel qui rappelle la Provence rurale du XIX^e siècle.

La muséographie initiale réalisée par le poète Frédéric Mistral sera ensuite influencée par l’âge d’or des musées des Arts et Traditions Populaires et des écomusées, époque placée sous la figure tutélaire de Georges-Henri Rivière. Chacune des salles du musée présente alors un exemple de l’histoire de la muséographie, à travers des objets ou des mises en espace qui ont valeur de témoignage historique. Ce musée présente actuellement dans son parcours des strates de l’histoire des musées de société et de l’histoire de l’ethnographie. Il paraît donc délicat d’introduire des dispositifs numériques dans ce qui a longtemps été le lieu d’expositions traditionalistes évoquant les muséographies du passé.

Après rénovation, la nouvelle muséographie propose actuellement un parcours à deux niveaux de sens, permettant d'une part de découvrir les objets archétypaux de la culture provençale, mais également de porter un regard réflexif sur l'évolution de la muséographie depuis le XIX^e siècle. Ce discours scientifique réflexif, qualifié de « musée du musée » par le Museon Arlaten se matérialise dans le choix de dispositifs numériques qui proposent des clefs de compréhension concernant la muséographie elle-même.

Dans le nouveau musée, les technologies sont considérées comme un moyen de proposer des apports documentaires sur les objets exposés. Mais ils servent avant tout à distinguer les dispositifs de l'ancien musée des dispositifs du musée rénové, dans un parcours qui veut exposer à la fois les objets et les dispositifs de médiation du passé. Les outils numériques serviront donc à localiser la médiation actuelle (par exemple une table tactile dont on sait qu'elle n'était pas présente au XIX^e siècle) et à les différencier des dispositifs de médiation du passé (comme les cartels écrits à la main en provençal). Selon les professionnels du musée, cette distinction aurait été plus difficile à effectuer à l'aide de supports traditionnels, puisque des cartels imprimés se seraient simplement surajoutés aux anciens cartels, ce qui aurait nuit à la compréhension. Le changement de support (le numérique symbolisant la médiation du présent et le papier symbolisant la médiation du passé) vient servir le projet de distanciation du musée (Sandri, 2016a).

4.2 Une stratégie numérique raisonnée

Par rapport aux discours journalistiques qui diffusent un imaginaire révolutionnaire des technologies, le Museon Arlaten affiche clairement une posture critique vis-à-vis d'une technologie qui proposerait des outils trop voyants, dans lesquels le support capterait davantage l'attention que le contenu. Les professionnels interrogés tiennent un discours prônant une stratégie numérique raisonnée, où les dispositifs sont d'abord basés sur la pertinence des contenus et les caractéristiques des publics.

Les enquêtés expriment également l'importance d'une logique de travail qui parte des usages des publics plus que des équipements technologiques. Le temps long de la rénovation aide à penser une stratégie numérique globale en termes d'objectifs à atteindre et non en termes de technologies à intégrer. Ils s'opposent ainsi à la démarche des architectes qui ont tendance

à valoriser en premier lieu le choix des technologies. Ne pas céder aux choix d'une technologie avant d'avoir défini l'objectif en termes de contenu rend compte d'un certain rapport à l'innovation : à la fois envisagée comme un vecteur d'attractivité pour le public, tout en étant soumise à l'injonction à la discrétion.

Mais cela ne se fait pas sans de nombreux débats quant à la nécessité de la technologie. A ce sujet, la responsable du service des publics décrit une négociation entre deux tendances : l'exaltation face à un imaginaire infini et omnipotent des dispositifs numériques (à travers l'exemple de la numérisation) et la lucidité face à la réalité de la rénovation qui impose de mettre à disposition des publics une quantité de contenus raisonnable. Un des enjeux majeurs des réunions est d'atteindre un équilibre pour trouver la quantité raisonnable d'information à proposer au public. Mais on observe aussi des situations où un dispositif numérique semble nécessaire et où les professionnels défendent les avantages du recours à la technologie sans se justifier. L'accessibilité des contenus pour les publics étrangers est un cas de figure où la solution numérique semble inéluctable. Par rapport au support papier, le support multimédia optimise l'espace de stockage pour la traduction des cartels en plusieurs langues.

Par rapport aux discours actuels sur la « transition numérique », les professionnels font fréquemment mention des dispositifs numériques déjà utilisés (films, audioguide, site web, etc.) et expliquent comment le nouveau musée s'ajuste avec les technologies déjà existantes. C'est un discours qui remet en cause les prophéties sur le passage au numérique, puisqu'il s'agit davantage d'un repositionnement que d'un changement structurel. L'arrivée de technologies inédites dans l'institution donne à voir davantage une association de différents supports que des phénomènes de remplacements. Quels que soient les changements opérés, c'est la multiplicité des médias qui prime par rapport à une logique de la rupture. Le musée est finalement face à des logiques de ré-novation (Renaud, 2012) où l'innovation technologique est intégrée au sein d'un univers muséographique comprenant de nombreux dispositifs déjà existants.

Ces processus de ré-novation se traduisent par des propos qui donnent à voir un imaginaire discret, raisonné et pertinent des dispositifs numériques. On n'observe pas d'outils venant radicalement remplacer des dispositifs an-

térieurs mais un agencement de plusieurs supports (smartphones, documents papiers) au sein d'activités de médiation mêlant des supports et des contenus différents.

Notons également que certains dispositifs et contenus ne sont pas enrichis et sont préservés tels quels malgré la conception de dispositifs numériques. C'est le cas de la plupart des contenus classiques multimédias : les films sont par exemple jugés satisfaisants quand bien même il n'y aurait pas d'innovation radicale. Certaines activités ne changent pas et l'on observe également des jeux pour enfants qui perdurent malgré une modification du support (du carton à la table tactile).

Les enquêtés envisagent l'acquisition de ces dispositifs soit comme l'ajout d'un outil inédit potentiellement attractif pour le visiteur (un navigateur de réalité augmentée), soit comme la traduction numérique d'un dispositif antérieur (achat de cartels numériques pour remplacer les cartels imprimés). Ainsi, les dispositifs de médiation sont repositionnés dans une logique de continuité. Chaque outil neuf est décrit en faisant référence à son prédécesseur : l'application de visite est comparée à l'audioguide, la table tactile est renvoyée à la borne interactive et le cartel numérique est conçu en se rappelant les éléments du cartel papier. Ainsi, il n'y a pas de concurrence entre les dispositifs mais plutôt une multiplication des usages, dans un contexte où c'est la médiation humaine qui entraîne le plus de satisfaction pour le public (Couillard et Nouvellon, 2018).

Les technologies ne mettent pas en œuvre une révolution du rapport au patrimoine mais plutôt des « alternatives techniques à la gestion future des patrimoines » (Jeudy, 2008 : 121). Ces alternatives sont l'occasion pour l'institution de penser certains repositionnements à propos de la médiation et de la muséographie.

Dans ce contexte, certains enquêtés s'inquiètent de l'appropriation des dispositifs. Ils craignent de ne pas avoir totalement la main sur les supports et de ne pas pouvoir agir eux-mêmes sur les outils (lors des visites, lors d'éventuels problèmes techniques), étant dépendants de prestataires extérieurs. Ils anticipent également les comportements des autres professionnels lors de l'ouverture du musée. Ils souhaiteraient que tout le personnel soit formé de façon rapide, notamment les gardiens de salle qui sont confrontés quotidien-

nement à ces dispositifs et dont certains avouent ne pas maîtriser l'utilisation. On retrouve ici deux caractéristiques des choix numériques du musée, tour à tour facteur d'émancipation ou de frustration en fonction de la place dans la hiérarchie et de la possibilité d'être formé.

Ainsi, les professionnels du Museon Arlaten négocient avec des discours d'injonction du passage au numérique pour imposer un modèle réfléchi. Et il semblerait que l'imaginaire du musée numérique, en plus de se présenter comme une norme, soit susceptible de dévaluer l'image des musées non équipés numériquement. Nous avons en effet observé que les discours du passage au numérique avaient tendance à déprécier les musées qui n'avaient pas recours à ces dispositifs à travers un discours visant à présenter l'équipement technologique comme l'évolution naturelle des musées. Des traces de cette injonction sont visibles dans les discours des enquêtés qui s'excusent fréquemment de ne pas être à la pointe de l'innovation. Ainsi, les discours actuels sur le musée augmenté ne font-ils pas que valoriser la présence des technologies, ils mènent également à une dévalorisation des institutions qui, par choix ou par manque de moyens, possèdent peu de dispositifs numériques, et contribuent à donner une image de la technologie comme étant foncièrement bénéfique pour le musée.

5. Conclusion : dépasser la crainte du remplacement

Au début de cet article, nous avons souligné les deux grands types de réactions envers les technologies au musée : une réaction optimiste, caractérisée par la possibilité d'un accès illimité à des contenus ; et une réaction craintive liée à l'appréhension d'un rapport aux œuvres uniquement numérique.

Cette crainte d'un éventuel remplacement d'un média par un autre est présente à chaque innovation technologique. Davallon rappelle que l'apparition des CD-Roms et des expositions en ligne dans les années quatre-vingt-dix avaient suscité les mêmes questionnements : « comme chaque fois que de nouvelles techniques, de nouvelles pratiques et de nouveaux acteurs arrivent dans un champ déjà fortement institutionnalisé, surgit la crainte d'une disparition de ce qui paraissait à la fois essentiel et légitime dans les anciennes façons de procéder. C'est ainsi que certains craignent (...) le remplacement

de la visite des musées ou des expositions par leur visite virtuelle. (...) On peut remarquer que le développement de l'édition papier n'a pas entraîné une disparition de la pratique de visite. » (Davallon, 2000 : 197).

Ce discours est similaire aux discours journalistiques actuels portant sur un possible remplacement des visites patrimoniales par l'utilisation de casques de réalité virtuelle. Mais de la même façon que l'édition des catalogues d'exposition n'a pas entraîné une désaffection de la visite des musées, ni les CD-Roms ni les casques de réalité virtuelle n'ont supplanté l'activité de visite.

Ainsi, les défis actuels des technologies au musée sont-ils de penser finement l'utilité et la nécessité des outils choisis, qu'ils soient ou non innovants. En effet, il y a un biais qui consiste à se laisser attirer par l'aspect inédit d'une technologie, gageant qu'elle serait de facto plus pertinente, alors qu'il est plus utile de questionner cet allant de soi. En d'autres termes, est-ce que c'est parce qu'on sait le faire qu'il faut le faire ? Cette question qui semble évidente est pourtant nécessaire dans un contexte techniciste où les prestataires oublient parfois qu'il est possible d'être pertinent sans être innovant, et d'être innovant sans passer par des technologies. Ce point de vue est partagé par plusieurs professionnels des musées qui pensent les conditions d'une écologie numérique, visant à rendre la technologie : « davantage bienveillante pour les visiteurs, moins visible, plus ordinaire, moins fascinante » (Schmitt et Meyer-Chemenska, 2015 : 57).

Avant de penser au choix de la technologie, il importe donc de prendre le temps de décrire précisément ce que l'on veut faire comprendre ou expérimenter aux visiteurs. Ce qui semble être un conseil évident ne l'est malheureusement pas dans un contexte où de nombreux projets de médiation sont sommés de choisir une technologie avant d'envisager les contenus. C'est parfois le manque de moyens qui oblige à ajouter des contenus dans un dispositif déjà existant. Parfois, c'est l'organisation interne de l'institution et ses liens avec les prestataires extérieurs qui fait obstacle à une gestion de projet plus cohérente.

Enfin, il sera intéressant d'étudier dans les prochaines années les risques psycho-sociaux au travail liés aux technologies. Le numérique au musée implique fréquemment des contenus sonores diffusés en continu dans l'espace

d'exposition. L'enjeu de la pénibilité pour les gardiens de salle et les agents d'accueil est rarement abordé, tout comme celle des aménagements à expérimenter pour y remédier.

6. Bibliographie

- Bougenies, F., S. Leleu-Merviel et L. Sparrow. 2016. « Effet captivant et apaisant de la médiation par tablette au musée : mesures physiologiques et motivationnelles ». *Études de communication*, 46 : 87-108.
- Couillard, N. 2019. « Les politiques culturelles numériques : repenser la place des nouvelles technologies dans le patrimoine ». *Les enjeux de l'information et de la communication*. <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/> [consultation : le 10 janvier 2020].
- Couillard, N. et M. Nouvellon. 2018. *État des lieux du numérique à destination des publics dans les établissements patrimoniaux*. Paris : Département de la politique des publics de la Direction générale des patrimoines (ministère de la Culture et de la Communication).
- Davallon, J. 1992. « Introduction. Le public au centre de l'évolution du musée ». *Publics & Musées*, 2 : 10-18.
- Davallon, J. 2000. *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris : L'Harmattan.
- Gras, A. 2003. *Fragilité de la puissance. Se libérer de l'emprise technologique*. Paris : Fayard.
- Jutant, C., A. Guyot et A. Gentès. 2009. « Visiteur ou joueur ? Les multiples facettes de la technologie RFID ». *Lettre de l'OCIM*, 125 : 2-20.
- Le Marec, J. 2007. *Publics et musées : la confiance éprouvée*. Paris : L'Harmattan.
- Le Marec, J. et R. Topalian. 2003. « Évaluation et interactivité. Un modèle peut en cacher un autre ». *Communication et langages*, 137 : 77-87.
- Rasse, P. 2000. « La médiation : entre idéal théorique et application pratique ». *Recherche en communication*, 13 : 38-61.
- Renaud, L. 2012. « Téléphone mobile et écriture : Figure de la ré-novation ». *Communication & Langages*, 174 : 55-67.
- Sandri, É. 2016a. « Les ajustements des professionnels de la médiation au musée face aux enjeux de la culture numérique ». *Études de Communication*, 46 : 71-86.

- Sandri, É. 2016b. *L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie*, Thèse en sciences de l'information et de la communication, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse – Université du Québec à Montréal, Centre Norbert Elias.
- Sandri, É. 2020. *Les imaginaires numériques au musée. Débats sur les injonctions à l'innovation*. Paris : MkF.
- Scardigli, V. 1992. *Les sens de la technique*. Paris : PUF.
- Schmitt, D. et M. Meyer-Chemenska. 2015. « 20 ans de numérique dans les musées : entre monstration et effacement ». *La Lettre de l'OCIM*, 162 : 53-57.
- Welger-Barboza, C. 2001. *Le Patrimoine à l'ère du document numérique. Du musée virtuel au musée médiathèque*. Paris : L'Harmattan.