



HAL
open science

L’imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d’ethnographie

Eva Sandri

► **To cite this version:**

Eva Sandri. L’imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d’ethnographie. Architecture, aménagement de l’espace. Université d’Avignon; Université du Québec à Montréal, 2016. Français. NNT : 2016AVIG1165 . tel-01513541

HAL Id: tel-01513541

<https://theses.hal.science/tel-01513541>

Submitted on 25 Apr 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

Ecole doctorale 537 Culture et Patrimoine – Centre Norbert Élias, Équipe Culture et Communication

Université du Québec à Montréal

Faculté des arts – Études supérieures en muséologie

Éva Sandri

L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie

Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication

Thèse en cotutelle sous la direction de Cécile Tardy (UAPV) et de Catherine Saouter (UQAM) -

Programme de doctorat international Muséologie, médiation, patrimoine

Présentée et soutenue publiquement le 5 décembre 2016

Jury

Madame Cécile Tardy – Professeure, Université Lille III

Madame Catherine Saouter – Professeure, Université du Québec à Montréal

Monsieur Patrick Fraysse – Maître de conférences HDR, Université de Toulouse III

Madame Nada Guzin Lukic – Professeure, Université du Québec en Outaouais

Monsieur Jean Davallon – Professeur, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

Monsieur Yves Bergeron – Professeur, Université du Québec à Montréal

Madame Françoise David – Responsable recherche et muséographie, Museon Arlaten

REMERCIEMENTS

Mes plus sincères remerciements vont en premier lieu à mes deux directrices de recherche. Je remercie Cécile Tardy pour sa patience, sa confiance ainsi que pour ses conseils pertinents qui m'ont été d'une aide précieuse. Je remercie Catherine Saouter pour sa grande disponibilité ainsi que pour son enthousiasme qui ont sans cesse su stimuler de nouveaux questionnements.

Un très grand merci à Patrick Fraysse et à Nada Guzin Lukic pour avoir accepté d'être rapporteurs, ainsi qu'à Yves Bergeron, Jean Davallon et Françoise David pour leur participation au jury.

Je remercie les chercheurs de l'équipe Culture et communication du Centre Norbert Elias avec qui j'ai eu grand plaisir à échanger. J'ai une pensée particulièrement reconnaissante pour Jean Davallon, Lise Renaud, Daniel Jacobi et Marie-Sylvie Poli qui ont bien souvent su m'aiguiller vers des lectures pertinentes.

Cette thèse n'aurait pu voir le jour sans la patiente coopération du personnel du Museon Arlaten. Je remercie sincèrement Dominique Séréna-Allier, Patrice Gauthier, Céline Salvetat, Françoise David, Gaëlle Thouzery, Florence Sizaret et Aurélie Samson pour leur confiance renouvelée. Je remercie également tout le personnel du musée Mc Cord qui m'a permis de rentrer dans les coulisses du service des publics.

Mes pensées vont naturellement à mes compagnons de route de l'université d'Avignon : Marianne, Stéphane, Clara, Camille, Cheikhouna, Mark, Nathalie, Caroline, Marie, Jessica, Noémie, Alexandra, Aude, Camille, Maylis, Ji, Julie, Nolwenn, Elisa, Nicolas et Anne. De très belles rencontres au Québec ont contribué à faire de ces séjours de recherche à l'UQAM des moments fantastiques. Je remercie chaleureusement Éric, Marie-Charlotte, Laurence, Rania, Line, Emmanuelle et Simon pour leurs échanges stimulants et chaleureux lors des séminaires. Je remercie enfin chaleureusement tous mes collègues de l'université Paul Valéry de Montpellier.

Mes pensées vont évidemment à ma famille et à mes amis, toutes ces personnes formidables qui ont su si généreusement m'accompagner de la médiation à la méditation. Les petites attentions apportées à une doctorante en fin de course peuvent prendre des formes extrêmement diverses, de la préparation d'une tasse de thé à la relecture intégrale du manuscrit-fleuve, mais ont toutes été incroyablement appréciables et bienveillantes. Merci à ceux qui m'ont conseillée de lire Jean Echenoz, Eric Chevillard, Louise Erdrich, Alessandro Pignocchi et Nicolas Bouvier, ceux qui m'ont accompagnée dans des expositions douteuses simplement pour que je photographie le dernier dispositif de réalité augmentée, celles qui m'ont hébergée pour des retraites de d'écriture, ceux qui ont simplement écouté et compati à l'angoisse de la page blanche et enfin celles qui n'ont rien compris au sujet mais qui m'ont patiemment écoutée pendant que je leur expliquai avec passion ma découverte des théories de Harmut Rosa. Merci à Frédéric qui a rendu tout cela possible. Merci enfin à Pierre pour son soutien inconditionnel.

Résumé

Cette thèse propose d'observer l'imaginaire des dispositifs numériques dans les musées d'ethnographie confrontés à la réalisation de dispositifs numériques pour la médiation tels que les tablettes tactiles ou les navigateurs de réalité augmentée. Ce travail s'intéresse au positionnement des professionnels de musée face à la présence croissante d'outils numériques dans l'espace d'exposition, sous-tendue par un discours promotionnel technophile de la part des sphères journalistique et politique qui décrivent ces technologies comme fortement souhaitables. Une enquête ethnographique réalisée dans deux musées soumis à une injonction technologique (le Museon Arlaten d'Arles et le musée Mc Cord de Montréal) interroge les attentes et les imaginaires qu'ont les professionnels du musée de ces dispositifs. À l'aune du concept de trivialité d'Yves Jeanneret, il s'agit de comparer les discours d'escorte portant sur le numérique avec les discours des professionnels de deux musées d'ethnographie, afin de mettre au jour les modes de circulation de ces discours et les imaginaires qui les fondent.

Répondre à ce questionnement a nécessité une démarche en trois temps. Il s'est agi dans un premier temps de relever les différents discours d'escorte portant sur les dispositifs numériques au musée (à la fois dans l'institution et hors de l'institution) et les injonctions qu'ils véhiculent afin de comprendre à quelles prescriptions les professionnels étaient exposés. D'autre part, interroger les professionnels de musée afin de relever leur imaginaire des dispositifs technologiques a permis de connaître leurs attentes et craintes vis-à-vis de ces supports. Enfin, questionner les enquêtés sur leurs pratiques concrètes lors de la conception effective de ces dispositifs a permis d'observer des processus d'ajustement, prenant la forme de logiques d'opposition, d'adaptation et d'invention.

Après avoir comparé le discours des professionnels avec les discours d'escorte médiatiques et politiques, nous avons observé un décalage entre les discours d'escorte sur l'innovation technologique au musée et la façon dont les professionnels de ces institutions culturelles évoquaient ces questions. Le caractère révolutionnaire des discours décrivant les technologies n'est pas repris par les professionnels des musées mais il est fortement nuancé dans un imaginaire raisonné et pertinent des technologies, assorti d'un rapport ambigu à l'innovation qui interroge les enjeux symboliques du progrès technologique dans la médiation muséale.

Mots clefs : Médiation, imaginaire, numérique, dispositif, musée, ethnographie, projet.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS	1
INTRODUCTION	1
PREMIÈRE PARTIE. ENJEUX DES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES POUR LA MÉDIATION AU MUSÉE D'ETHNOGRAPHIE.....	12
Chapitre 1. Contexte de la recherche.....	12
1. Éléments de contexte : historique de l'utilisation des technologies dans la médiation muséale	13
2. Regard sur les recherches portant sur la technologie dans les dispositifs de médiation en contexte muséal.....	22
3. Les ajustements de l'institution face à l'injonction numérique	32
Chapitre 2. Interroger l'imaginaire	37
1. L'imaginaire des professionnels face à l'injonction numérique.....	37
2. Hypothèses.....	43
Chapitre 3. Cadre théorique et concepts opératoires.....	45
1. Le dispositif numérique pour la médiation.....	45
2. L'imaginaire du numérique face à l'injonction techniciste	63
DEUXIÈME PARTIE. ANALYSER L'IMAGINAIRE DES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES POUR LA MÉDIATION AU MUSÉE D'ETHNOGRAPHIE	92
Chapitre 1. Comprendre le projet de rénovation numérique du Museon Arlaten	92
1. Interroger un projet de rénovation réflexif	92
2. Les techniques d'enquêtes	108
3. Les méthodes d'analyse.....	116

Chapitre 2. Enquête préalable : analyse comparative des discours d’escorte portant sur les dispositifs numériques pour la médiation	120
1. Les discours d’escorte sur la technologie	120
2. Les discours extérieurs à l’institution	122
3. Les discours liés à l’institution	136
4. Les discours de l’institution	147
5. Conclusion sur les discours d’escorte	177
TROISIÈME PARTIE. IMAGINAIRES ET AJUSTEMENTS DU MUSÉE D’ETHNOGRAPHIE LORS DE LA CONCEPTION DE DISPOSITIFS NUMÉRIQUES POUR LA MÉDIATION	179
Chapitre 1. Le repositionnement institutionnel du Museon Arlaten : éléments de contexte	180
1. Présentation des enjeux du projet de rénovation du Museon Arlaten	180
2. L’organisation du musée	190
3. Les ajustements professionnels	197
Chapitre 2. L’imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au Museon Arlaten	206
1. Les attentes des professionnels envers les dispositifs numériques	207
2. L’imaginaire du numérique raisonné	231
3. L’anticipation des publics	240
4. Enjeux des dispositifs numériques sur la muséographie.....	248
Conclusion	254
Conclusion générale.....	260
BIBLIOGRAPHIE	272
TABLE DES MATIÈRES.....	200

« La ligne de fracture ne passe pas entre les partisans et les opposants à la technique, mais entre ceux qui prétendent que les techniques sont des outils neutres, que le progrès technique est un dogme non questionnable, et ceux qui y détectent des instruments de pouvoir et de domination, des lieux où se combinent sans cesse des rapports de force et qui, à cet égard, doivent être critiqués. »

François Jarrige, *Technocritiques*

INTRODUCTION

La majorité des discours d'escorte sur les dispositifs numériques sont actuellement marqués par un surenchérissement permanent et par une fonction thaumaturgique qui vantent la fonction d'interactivité, d'intuitivité et d'immatérialité de ces dispositifs (Jeanneret, 2011 ; Labelle, 2008). Les musées sont largement concernés par ces discours, chaque acquisition d'un dispositif numérique (du CD Rom à la table tactile) s'accompagnant d'un cortège d'attentes et de promesses importantes concernant le futur usage du visiteur (Davallon et Le Marec, 2000).

Il est question dans ce mémoire de thèse de comprendre la façon dont l'injonction à la résorption de la fracture numérique, qui a mené au développement de ces dispositifs, est vécue par les professionnels du musée d'ethnographie, en mettant au jour les imaginaires des dispositifs numériques pour la médiation présents dans les discours de ces professionnels. L'objectif est de prendre le pouls de ces imaginaires face à des projets de conception de dispositifs numériques, mais également de confronter ces imaginaires avec certains discours d'escorte (professionnels, journalistiques et politiques) à propos des dispositifs de médiation utilisant des supports numériques.

Dans ce cadre, la spécificité de cette recherche réside dans un positionnement du côté de la production et non de la réception des technologies utilisées dans les dispositifs de médiation, au sein duquel nous interrogeons le discours des professionnels du musée impliqués dans la conception de ces dispositifs. L'intérêt de porter l'attention sur cette phase de conception est de pouvoir observer le discours des acteurs sur les effets supposés des technologies (notamment l'anticipation du comportement des publics et des professionnels) afin de mettre au jour leur imaginaire de ces technologies. L'analyse de ces discours sous l'angle du concept d'imaginaire permet de saisir les représentations sociales en même temps que les pratiques des acteurs durant les différentes étapes de la conception des dispositifs (veille, rédaction du cahier des charges et phases de tests). Il s'agit *in fine* de proposer des pistes théoriques et méthodologiques servant l'analyse de la conception de ces dispositifs à travers les méthodes de l'enquête ethnographique.

Cette thèse fait suite à un mémoire de recherche en sciences de l'information et de la communication (Sandri, 2011) traitant de l'imaginaire des dispositifs numériques dans les bibliothèques françaises. Dans cette recherche, nous avons observé un décalage entre les discours d'escorte promouvant des modèles de bibliothèques numériques face à une nostalgie

et une volonté de déconnexion de la part des usagers. Nous avons par la suite souhaité interroger ce même paradoxe dans le rapport entre patrimoine et innovation en contexte muséal. Cette recherche s'est effectuée dans le cadre d'un contrat doctoral proposé par l'École Doctorale *Culture et patrimoine* de l'université d'Avignon et des Pays de Vaucluse. Elle a eu lieu au sein de l'équipe Culture et Communication du Centre Norbert Élias et s'inscrit dans le programme de doctorat international *Muséologie, médiation, patrimoine* qui lie l'université d'Avignon et des Pays de Vaucluse et l'université du Québec à Montréal.

Ce travail de recherche est né d'une intuition de départ. Nous supposons un décalage entre les discours d'escorte sur l'innovation technologique au musée et la façon dont les professionnels de ces institutions culturelles évoquaient ces questions. Nous présumons que le caractère révolutionnaire des discours décrivant les technologies (Jeanneret, 2007 ; Labelle, 2001) n'était pas repris *stricto sensu* par les professionnels des musées mais qu'il était fortement nuancé. Nous supposons également que ces professionnels travaillaient dans un contexte de logiques injonctives de réquisition numérique (Labelle, 2001) qui leur laissait peu d'espace pour porter un regard critique sur ces technologies mais n'excluait pas des logiques d'ajustement.

En effet, la présence croissante d'outils numériques dans l'espace d'exposition depuis les années quatre-vingt, sous-tendue par un discours promotionnel technophile de la part des sphères journalistique et politique (Breton, 2002 et 2006) nous a poussé à questionner les réactions des professionnels du musée vis-à-vis de ces discours d'escorte qui décrivent ces technologies comme fortement souhaitables et amalgament parfois innovation et pertinence. Par ailleurs, en questionnant le degré d'autonomie des professionnels dans ces projets numériques, nous avons cherché à comprendre dans quelle mesure ils étaient à l'origine de ces transitions. Disposent-ils d'espace pour porter un regard critique sur la façon dont se mettent en place les dispositifs numériques ? Quel degré de liberté et d'expertise ont-ils lors du choix des dispositifs ?

Répondre à ce questionnement et traiter ce sujet visant à décrire les imaginaires des professionnels nécessite une démarche en trois temps qui correspond à la logique de la thèse. Il s'agit dans un premier temps de relever les différents discours d'escorte sur les dispositifs numériques au musée, dans l'institution et hors de l'institution, et les injonctions qu'ils véhiculent afin de comprendre à quelles prescriptions les professionnels peuvent être sensibles. Il s'agit d'autre part d'interroger les professionnels de musée afin de relever l'imaginaire des dispositifs technologiques présent dans leur discours, afin de connaître leurs attentes et les craintes vis-à-vis de ces projets. Enfin, questionner les enquêtés sur leurs pratiques concrètes

lors de la conception des dispositifs permet d'observer les repositionnements professionnels à l'œuvre. Nous entendons par repositionnement professionnel la somme des ajustements mis en place par les médiateurs dans un contexte d'acquisition de dispositifs numériques. Considérant que ces mutations sont moins de l'ordre des transformations radicales que des négociations (Le Marec et Babou, 2003) nous notons à la fois ce qui évolue comme ce qui résiste lors des projets numériques, en interrogeant des professionnels de la médiation sur ces questions. À ce titre, nous parlons de repositionnement professionnel et non de modification pour ne pas se focaliser seulement sur les éléments qui évoluent. Dans ce contexte, les modèles qui perdurent et résistent nous intéressent également. Nous interrogeons de cette façon la question de la stabilité et de l'inertie en portant notre attention sur la dialectique entre mutation et permanence (*Ibid.*).

À ce sujet, les discours sur la transformation des musées par l'acquisition de ces dispositifs traitent fréquemment la question technologique de façon très générale, conduisant à masquer la diversité des fonctionnalités et des usages de ces supports. Il est pourtant possible de distinguer différentes caractéristiques des dispositifs technologiques présents 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 dispositifs qui sont le plus souvent imbriqués peuvent être distingués de la façon suivante : les dispositifs fixes, les dispositifs mobiles et les dispositifs en ligne.

Les dispositifs impliquant des technologies fixes concernent les visiteurs qui se rendent effectivement au musée et sont utilisés principalement durant la visite. Ce sont des supports non déplaçables qui servent généralement à la consultation de contenus additionnels dans les salles d'exposition. Il s'agit des tables tactiles, des bornes interactives, des navigateurs fixes de réalité augmentée et des écrans interactifs.

À l'inverse, les dispositifs mobiles et en ligne peuvent être utilisés dans différents contextes spatiaux (dans le musée ou hors du musée) et temporels (avant, pendant et après la visite). Les technologies mobiles, telles que les tablettes tactiles avec applications de visite et les visio-guides, 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 horaires du musée, être utilisée sur place pour comprendre une œuvre et être de nouveau consultée le lendemain au domicile du visiteur qui souhaiterait en revoir le contenu. De la même façon, les dispositifs proposant des contenus en ligne (site web, réseaux sociaux numériques et catalogues en ligne) peuvent être consultés

avant, pendant et après la visite et visent à prolonger l'expérience de visite par la diffusion de contenus divers.

L'offre numérique des musées regroupe actuellement ces différents types de dispositifs liés aux multiples usages des visiteurs 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 en effet s'agir de la consultation de contenus qui viendrait compléter le discours du guide (proposant ici une implication partielle), ou bien d'une application de visite qui prendrait en charge une activité de visite complète (proposant alors une implication totale). Cependant, les discours d'escorte portant sur le rapport entre ces technologies et les musées tendent à nier la diversité des usages et des fonctionnalités pour ne présenter qu'une vision stéréotypée caractérisée par un imaginaire contrasté.

En effet, 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 objets exposés. Cette vision tout à tour enchantée et diabolisée des dispositifs 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 nous questionnons les enjeux de l'introduction des dispositifs numériques pour la médiation au musée. Ces discours d'escorte (articles de journaux, témoignages de visiteurs et journées professionnelles¹) rendent compte d'un rapport complexe et ambigu entre l'univers muséal et l'innovation technologique.

En premier lieu, les discours donnant à voir une opposition entre les dispositifs numériques et les objets de patrimoine s'appuient sur l'idée selon laquelle l'utilisation des technologies n'est pas toujours compatible avec l'expérience de délectation esthétique qui est un des objectifs du musée. La matérialité du dispositif de médiation (qu'il soit ou non numérique) 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.

¹ Nous nous référons principalement aux *Rencontres médiation & numérique dans les équipements culturels*, qui se sont tenues à la BnF en 2013. Durant ces rencontres, de nombreuses institutions culturelles françaises expliquent leur façon d'inclure des scénarios numériques dans leurs pratiques de médiation. Elles font part également des réactions des visiteurs.

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. Davallon a analysé comment la vente de CD Roms à la sortie des expositions était assimilée à une intrusion des codes marchands dans un lieu patrimonial :

« La vente de produits déclinant certaines caractéristiques de ces objets de patrimoine affecte au fond peu les-dits objets ; c'est plutôt le caractère irrévérencieux qui choque ou agace, dans la mesure où ces produits semblent ainsi s'approprier une valeur de la parcelle patrimoniale de ces objets, dans l'objectif de transformer cette parcelle de valeur obtenue par contact avec l'objet en valeur marchande ». (Davallon, 1999 : 195-196)

Ces arguments s'inscrivent dans un débat ancien (Rasse, 2000 ; Ceva, 2004) que l'on retrouve bien avant l'apparition des dispositifs technologiques, Quatremère de Quincy considérant le musée lui-même comme un dispositif éloignant d'un rapport authentique à l'œuvre (Welger-Barboza, 2001). Ce débat oppose actuellement les partisans de la médiation culturelle au nom de la possibilité de mettre en place un accompagnement pour les visiteurs néophytes et les détracteurs pour qui les dispositifs de médiation (ou des dispositifs de médiation trop visibles) sont susceptibles de nuire au rapport à l'œuvre (Deloche, 2001) et de provoquer la désaffection des musées.

Ce débat est également sous-tendu par un conflit séparant l'art et la technologie. Bien que cette opposition ait été remise en question, d'une part par la popularisation de l'art numérique et d'autre part par Simondon qui juge cette confrontation inopportune, arguant qu'elle masque au contraire : « une réalité riche en efforts humains et en forces naturelles, et qui constitue le monde des objets techniques, médiateurs entre la nature et l'homme » (Simondon, 1958 : 47), on retrouve encore actuellement ce discours chez les professionnels du musée comme chez les visiteurs².

À l'inverse, nombreux sont les musées de sciences ou de culture scientifique et technique à utiliser leurs espaces d'exposition pour présenter et 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 la notion d'interactivité (Le Marec, 2001 ; 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

² Là encore nous nous référons aux discours des *Rencontres médiation et numérique dans les équipements culturels*, que nous analyserons en détail par la suite.

novateurs et prêts à l'expérimentation servent des initiatives visant à concilier technologies numériques et patrimoine. Dans cette perspective, les dispositifs technologiques sont utilisés pour valoriser et scénariser des contenus et sont censés faciliter l'accès aux ressources des institutions culturelles.

Cette confiance de la part de certains musées envers les technologies arrive dans un contexte où le numérique est pensé comme un tremplin venant réinsuffler les possibilités d'opérationnaliser les objectifs 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 étant présente dans les discours gouvernementaux depuis les années soixante-dix (*Ibid.*).

Actuellement, les termes utilisés par les professionnels pour rendre compte des effets des dispositifs numériques pour la médiation au musée sont caractérisés par le vocabulaire de la surenchère et de la plus-value (Jutant, 2011). Les termes tels que « réalité augmentée », « 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 et des expériences de visite différentes.

À l'instar des technologies de réalité augmentée, s'établit le fantasme d'un musée augmenté, qui représente une institution complétée par des appendices numériques qui viendraient opérationnaliser des objectifs de médiation et de communication envers les publics. Le musée en tant que lieu physique se doublerait d'un musée numérique, représenté par son site internet, ses réseaux sociaux numériques et tous les dispositifs fixes (table tactile, navigateurs) et mobiles (applications de visite) venant enrichir et varier les expériences de visite. Le modèle du musée augmenté étendrait sa communication dans le temps et se préoccuperait également de mettre en place puis de conserver un lien avec le visiteur durant l'avant-visite et l'après-visite.

Une autre caractéristique des discours d'escorte sur les dispositifs 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 numériques ». Des métaphores temporelles sont convoquées dans des expressions de type « à l'heure du numérique » ou à plus grand échelle : « l'ère du numérique³ », sans pour autant que ces périodes soient précisément datées et présentées (Labelle, 2007). Les termes employés pour décrire la conception croissante de dispositifs numériques peuvent actuellement se placer sur une échelle

³ Expressions entendues lors de l'édition 2014 des *Rencontres médiation et numérique dans les équipements culturels*.

sémantique dont l'une des extrémités serait un modèle de la rupture et l'autre une lente évolution.

À titre d'exemple, nous proposons brièvement ci-dessous quelques titres de journaux mettant en exergue l'aspect supposément transformateur des pratiques numériques dans les lieux culturels. Nous présentons par ailleurs une analyse détaillée de ces discours dans la seconde partie de la thèse. Les titres des articles suivants révèlent l'importance d'une dialectique de la rupture et d'une ferme opposition entre les technologies et le patrimoine, dans un modèle où le premier viendrait révéler, valoriser et également bouleverser le second. Citons par exemple : « Les musées à l'aube d'une révolution numérique⁴ » (INA), « Le numérique dans les musées : quelles révolutions⁵ ? » (Le Devoir), « Le Mans : IdéesCulture dépoussière les collections du musée⁶ » (Fil des territoires) et enfin : « Roubaix : comment la pièce maîtresse du musée La Piscine a revécu sur tablette numérique⁷ » (La voix du nord). D'autres articles insistent sur l'introduction de figures venant incarner et apporter des évolutions dans le musée : « Avec Museomix, les geeks entrent au musée : au Musée royal de Mariemont, des bénévoles ont tout réinventé⁸ » (Le Soir), ou mettent en valeur le caractère innovant des dispositifs : « Bientôt dans les musées, des visioguides futuristes à l'attention des malentendants⁹ » (Télérama).

Nous pensons que réfléchir en termes de métamorphoses et de passages d'un avant à un après conduit à limiter la pensée à un paradigme du remplacement et évoque simplement la substitution automatique d'un médium par un autre, là où au contraire il semble plus pertinent de noter les complémentarités, les ajustements et les négociations (Le Marec et Babou, 2003 ; Jeanneret, 2011). Une approche plus globale et moins binaire de ces repositionnements professionnels permet en outre d'accueillir les questions suivantes : qu'est-ce qui dans cette supposée transition ne « passe » pas au numérique, ou passe difficilement au numérique ?

Notre expérience de visiteur nous a en outre permis d'observer dans plusieurs musées que l'usage de dispositifs numériques ne remplaçait pas la médiation humaine mais que ces différentes pratiques pouvaient s'ajuster ensemble dans un dispositif remodelé. On observe par exemple qu'au musée Médard de Lunel des tablettes tactiles complètent les supports papier utilisés auparavant par les médiateurs durant les visites guidées¹⁰ et qu'au musée Mc Cord des

⁴ Source : <<http://www.inria.fr/>>

⁵ Source : <<http://www.ledevoir.com/>>

⁶ Source : <<http://www.fildesterritoires.fr/>>

⁷ Source : <http://www.lavoixdunord.fr>

⁸ Source : <http://www.lesoir.be>

⁹ Source : <http://www.telerama.fr>

¹⁰ Observation directe et entretien avec le responsable du service des publics, musée Médard, septembre 2014.

iPod ont succédé aux photographies imprimées lors des activités pour les scolaires, mais sans que le support imprimé ne soit totalement abandonné¹¹. Dans ces deux institutions, 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 (les tablettes tactiles et les iPod étant des outils déjà popularisés). L'acquisition de dispositifs technologiques ne supprime pas pour autant le recours à des supports imprimés et à des dispositifs traditionnels. 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 d'un fonctionnement à un autre.

À ce titre, les recherches de Flichy, Mattelart et Breton sur les discours portant sur la technique remettent en cause la vision d'une arrivée subite et irrévocable des technologies numériques. Laborde insiste notamment sur la nécessité de s'opposer aux « tenants d'une rupture radicale occasionnée par l'ère du numérique » (Laborde, 2008 : 82) pour au contraire prendre du recul en replaçant la question technologique « dans le temps long de l'histoire, les grands espoirs, et les idéologies du passé » (*Ibid.*).

Ainsi nous considérons que les enjeux de ces dispositifs sont anciens et « ne naissent pas tous avec la technologie émergente » (Jutant, 2011 : 24), c'est pourquoi nous opposons aux approches binaires de l'avant/après passage au numérique une décomposition en plusieurs étapes des phénomènes de modifications organisationnelles qui touchent actuellement les institutions culturelles. Ce positionnement ne doit néanmoins pas nous 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 : 7) et par là même à nier les dynamiques à l'œuvre, mais doit nous permettre de reconnaître et de catégoriser les évolutions des dispositifs comme des usages. Nous considérons donc ces dispositifs en cours de réalisation comme des supports mêlant innovation radicale et tradition (Davallon et Le Marec, 2000) associés à des logiques de « rénovation » (Renaud, 2012) qui s'appuient nécessairement sur l'usage et les codes des médias précédents.

Ainsi, notre démarche de recherche a consisté à comparer la spécificité de ces discours avec le point de vue des professionnels de deux musées faisant face à ces enjeux. Pour la mise en place d'une enquête de terrain, nous avons choisi deux musées d'ethnographie qui expérimentent de

¹¹ Observation directe, musée Mc Cord, mai 2014.

façon différente l'introduction de dispositifs numériques dans leurs activités de médiation : le musée Mc Cord (musée d'histoire de la ville de Montréal) et le Museon Arlaten (musée départemental d'ethnographie d'Arles). Le choix du terrain québécois peut paraître étonnant, étant donné que le musée Mc Cord se définit comme un musée d'histoire et non comme un musée d'ethnographie. Cependant nous avons choisi à dessein de l'étudier parallèlement au Museon Arlaten car dans son discours institutionnel, comme dans ses collections et dans sa muséographie, nous constatons un intérêt accru pour les questionnements des musées d'ethnographie. Le Museon Arlaten est quant à lui un musée d'ethnographie qui propose également dans son discours institutionnel la catégorie « musée de société » pour caractériser ses objectifs scientifiques. Nous proposons par la suite une réflexion plus détaillée portant sur les enjeux institutionnels et symboliques de ces catégories.

Par ailleurs, en tant qu'institution amenée à interroger les mutations sociales, le musée d'ethnographie est un choix de terrain propice pour observer des professionnels habitués à un recul réflexif sur leurs pratiques. Il ne s'agit cependant pas d'une comparaison des deux terrains de recherche. La perspective comparative a été écartée compte-tenu des contextes différents des deux institutions : l'une a pour objectif d'actualiser des pratiques numériques mises en place depuis les années quatre-vingt-dix (musée Mc Cord) et l'autre s'ouvre à ces enjeux dans un contexte de grande rénovation (Museon Arlaten). Le musée Mc Cord sert avant tout de terrain exploratoire pour ouvrir sur une recherche centrale au Museon Arlaten. Cependant, afin d'harmoniser le déroulement des deux enquêtes, nous avons interrogé dans les deux institutions des professionnels aux profils similaires. Il s'agit dans les deux cas de professionnels du musée concernés spécifiquement par les domaines de la médiation et des technologies : le service des publics, le service multimédia, le service documentation et le service recherche.

Cette recherche est constituée de trois axes. Une première partie vise à présenter les enjeux des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie ainsi que l'appareil théorique mobilisé. La deuxième partie discute des techniques d'enquêtes permettant d'interroger les différents discours d'escorte des technologies au musée. La troisième et dernière partie analyse les résultats de l'enquête de terrain et décrit l'imaginaire des dispositifs numériques des professionnels.

La première partie propose tout d'abord un contexte de la recherche à travers un panorama des enjeux des dispositifs numériques pour la médiation des années quatre vingt à nos jours et présente un état des lieux des recherches à ce sujet. Cet état des lieux est l'occasion de montrer un glissement dans l'appréhension des dispositifs de médiation : du support technologique il

est peu à peu envisagé comme une situation de communication qui s'inscrit dans un cadre où les musées font face à diverses injonctions d'acquisition de dispositifs numériques. Il s'agit ensuite de définir les trois concepts opératoires mobilisés dans la recherche : le concept de dispositif numérique pour la médiation, le concept d'imaginaire du numérique et le concept d'injonction numérique.

La deuxième partie consiste à penser les protocoles méthodologiques aptes à observer l'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation dans le discours des professionnels des musées d'ethnographie. Dans un premier temps nous présentons le recours à l'anthropologie de projet qui nous a permis de comprendre les aspects et enjeux techniques et symboliques du projet de rénovation et la façon dont il se construit face à une idéologie du progrès et de l'innovation, dans un contexte d'urgence (Boutinet, 2005 ; Rosa, 2010). Nous décrivons par la suite les choix qui nous ont poussée à réaliser une enquête ethnographique composée d'entretiens, de temps d'observation participante et de collecte de documents, afin d'interroger les imaginaires des professionnels. Dans un second temps nous présentons la mise en place d'une enquête préalable constituée de deux parties : une analyse des discours d'escorte sur le numérique dans quatre contextes (articles de presse, textes officiels, blogs et journées d'étude professionnelles), et des entretiens avec les professionnels du musée Mc Cord portant sur leur utilisation des technologies dans la médiation. L'objectif est de comparer les discours extérieurs à l'institution avec les discours du musée Mc Cord pour observer d'éventuels phénomènes d'échos et de contagion des discours relatifs à la trivialité (Jeanneret, 2008). La description de ces premiers résultats amène à un classement thématique plus fin des promesses du numérique pour l'enquête sur le terrain principal au Museon Arlaten. Cela nous permet d'aborder plus précisément la question des imaginaires et des ajustements.

La troisième et dernière partie décrit puis analyse les repositionnements du Museon Arlaten face à la conception de dispositifs numériques. Nous abordons dans un premier temps les reconfigurations professionnelles liées au projet de rénovation et décrivons ensuite l'imaginaire des professionnels concernant les effets des dispositifs numériques sur les futurs publics. À partir de la description de ces attentes, nous avons analysé la façon dont ces professionnels vivaient et critiquaient ces périodes de conception des dispositifs numériques et la façon dont ils réagissaient aux logiques de réquisition numérique. Cela nous permet d'ouvrir une réflexion sur les différentes façons pour les professionnels d'appréhender un projet de réalisation de dispositifs numériques pour la médiation. Dans une période de projet de rénovation contenant

des injonctions restrictives comme des possibilités d'adaptation, nous interrogeons les logiques d'ajustement des professionnels.

Dans le même temps, nous comparons le discours de ces professionnels avec les discours d'escorte médiatiques et politiques afin de mettre au jour les modes de circulation de ces discours et les imaginaires qui les fondent.

PREMIÈRE PARTIE. ENJEUX DES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES POUR LA MÉDIATION AU MUSÉE D'ETHNOGRAPHIE

« La stabilité n'est pas un état inerte par opposition à la dynamique du changement. Elle peut-être sous-tendue par des actions, mobiliser des efforts et des coordinations collectives complexes. Il y aurait un biais théorique à analyser uniquement ce qui change en présupposant que c'est là seulement que se situe l'action sociale (...). Nous partons de l'hypothèse que les individus peuvent coopérer pour la stabilité ou bien pour le changement, et que les organisations peuvent aussi bien promouvoir le changement que la stabilité. »

Joëlle Le Marec et Igor Babou. *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés*

Chapitre 1. Contexte de la recherche

Ce premier chapitre vise à présenter le contexte social dans lequel s'inscrit la conception des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie. Ce contexte inclut une mise en perspective historique décrivant les principaux enjeux des relations entre culture numérique et domaine muséal et propose ensuite une présentation de recherches menées sur le sujet depuis la massification des dispositifs numériques au musée. Nous portons spécifiquement notre attention sur la façon dont ces dispositifs se sont peu à peu intégrés au parcours muséal, dont ils ont été observés par les chercheurs en sciences de l'information et de la communication et enfin dont ils ont pu être à l'origine de logiques d'ajustements dans l'institution, menant les professionnels à repositionner leurs pratiques.

Dans un premier temps, la lecture d'ouvrages et d'articles en sciences de l'information et de la communication, en histoire de l'art et en sociologie des usages portant sur la question de la médiation par les technologies au musée a permis de dégager des éléments de l'histoire et des enjeux des dispositifs numériques dans une dimension diachronique. Par la suite, le recours à un outil de veille documentaire de type système d'alerte par e-mail, visant à récolter régulièrement des informations sur les dispositifs numériques actuellement utilisés par les musées nous a permis d'observer d'un point de vue synchronique les tendances des acquisitions numériques de ces institutions. La synthèse de ces différentes ressources constitue un état des

lieux des principaux enjeux des dispositifs numériques pour la médiation au musée, des années quatre-vingt à nos jours. Il donne à voir un contexte fait de mutations progressives s'opposant à l'imaginaire de la révolution technologique présent dans certains discours d'escorte.

1. Eléments de contexte : historique de l'utilisation des technologies dans la médiation muséale

1.1 Enjeux

En 1992, Jean Davallon fait état de l'évolution du fonctionnement du musée en décrivant la focalisation de l'institution sur l'activité de présentation et de communication. Il constate l'entrée du musée dans des logiques économiques à travers deux tendances : d'une part le développement de la « fonction de communication » au détriment de la conservation et de la recherche, et l'accroissement « du modèle gestionnaire » d'autre part (Davallon, 1992 : 14). Cet intérêt grandissant pour la communication va de pair avec l'adoption de logiques marketing orientant le musée vers le fonctionnement des industries culturelles, voire des structures économiques (Le Marec, 2007 ; Welger-Barboza, 2001) et l'amenant notamment vers l'acquisition de dispositifs numériques.

Dans ce contexte, l'intérêt pour le public évolue vers une distinction entre les différents profils de visiteurs pour qui il faut proposer une offre spécifique, notamment multimédia :

« Le musée ne rapporterait plus son action à un *public* défini comme une entité abstraite et générale (comme une des figures du citoyen), mais à des publics considérés comme autant de regroupements d'utilisateurs empiriques réels ou potentiels et définis en fonction de caractéristiques, de ressources, d'attentes ou de pratiques communes. » (Davallon, 1992 : 12)

Dans le même temps, la théorie cybernétique de Norbert Wiener portant sur l'imaginaire de l'utilité sociale de la technologie connaît une bonne fortune. Cette théorie développée dans les années quarante interroge la possibilité qu'aurait la technologie d'améliorer le fonctionnement de la vie sociale (Breton, 2006 ; Scardigli, 1992) et légitime les discours technophiles et salvateurs à propos des dispositifs technologiques. Dans ce contexte, on observe peu à peu l'émergence d'entreprises vantant la capacité de la technologie à améliorer le modèle du musée, quitte à substituer le progrès technologique à une réflexion sur la nécessité de ces outils. Nous présenterons ci-après les outils d'aide à la visite qui sont nés de ce contexte technophile.

Depuis la fin des années quatre-vingt, l'introduction des nouvelles technologies au musée prend deux formes distinctes. D'une part on observe un développement important des dispositifs numériques mobiles (applications smartphones pour la visite, guides multimédias) ou fixes (tables tactiles) présents dans le parcours d'exposition (Lesaffre, Watremez et Flon : 2014). Ces technologies sont généralement envisagées par le musée comme une plus-value importante dans l'expérience de consultation des contenus de médiation. Ainsi, il s'agit le plus souvent de permettre au visiteur d'avoir accès à des contenus de meilleure qualité et de pouvoir les consulter sur différents médias. On constate également que ces technologies sont escortées par un discours fortement caractérisé par le vocabulaire de la surenchère (par exemple : « visite augmentée », « visite enrichie »), mettant en exergue ce que le numérique apporterait de plus à l'expérience de visite.

D'autre part, le service culturel des musées a profondément investi la sphère du web participatif : les visiteurs sont amenés à faire part de leur point de vue sur l'exposition *via* des plateformes dédiées telles que les réseaux sociaux (de type : fil *Twitter*, compte *Flickr*, page *Facebook* et chaîne *YouTube* des institutions). De même, les sites internet des institutions culturelles s'ouvrent de plus en plus aux commentaires de leurs publics. Ce constat de l'usage désormais généralisé et quotidien du web et des outils numériques par une grande majorité des visiteurs a amené les musées à les rejoindre sur ces interfaces et à s'ouvrir aux enjeux actuels de la culture numérique afin de montrer que l'institution muséale est consciente des mutations sociétales de son temps et qu'elle y participe activement.

Ce phénomène prend trois formes. Sur le plan technologique, nous observons l'intégration croissante de dispositifs numériques dans les institutions culturelles (tables tactiles, réalité augmentée, applications smartphones...). Sur le plan social, nous notons l'émergence de communautés telles que les *Muséogeeks*, à l'origine de wikis collaboratifs comme *MuzeoNum*, d'initiatives telles que *Un soir, un musée, un verre*, ou encore de dispositifs comme *Museomix*, rassemblant professionnels, étudiants et amateurs de musées, et rendant compte de la convergence sur le web de deux activités qui consistent à être internaute et visiteur de musée. Concernant les collections des musées, nous remarquons la patrimonialisation d'objets techniques, anciens et contemporains, présentés comme des symboles de la culture numérique.

C'est le cas notamment d'institutions telles que la Gaîté Lyrique à Paris ou la Panacée¹² à Montpellier.

De nouvelles désignations accompagnent également ces mutations. Depuis les années quatre-vingt-dix, les expositions en ligne sont tour à tour nommées : « expositions virtuelles », « cybermusées » ou « cyberexpositions », soulignant ainsi l'imaginaire d'une translation du musée vers des espaces en ligne. Au Québec notamment, les travaux de recherche sur ces dénominations permettent d'appréhender le domaine de la cybermuséologie à la fois comme une pratique muséale professionnelle et comme un champ d'étude (Guzin-Lukic et Langlois, 2008 et 2009). Les recherches effectuées en cybermuséologie sur les liens entre le musée et internet interrogent le rapport aux collections et au patrimoine à l'heure où les techniques de sauvegarde des images renégocient le rapport à la conservation et à la perte¹³.

1.2 Historique

D'un projet d'acquisition d'outils multimédias sous forme de dispositifs d'aide à la visite pour des objets précis, débuté dans les années quatre-vingt, le musée est actuellement passé à un objectif de mise en place d'une stratégie numérique davantage globale, servant ses objectifs de communication comme de médiation.

C'est à partir des années quatre-vingt (Belaën, 2011) que se sont développés les premiers dispositifs numériques pour la médiation dans les musées français. Cet équipement technologique commence d'abord par permettre l'accessibilité aux ressources iconographiques à travers les premières bases de données (Andreacola, 2014). En 2011, Corinne Welger-Barboza utilise l'expression « musée médiathèque » pour souligner l'importante documentarisation du patrimoine à travers « la traduction du patrimoine (...) en bases de données » (Welger-Barboza, 2001 : 9). Notons cependant que 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 d'un substitut des 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

¹² Dès son ouverture en 2013, la Panacée présentait dans sa première exposition traitant des moyens de communication, un téléphone Nokia 3310 ainsi qu'un écran de minitel, devenus des icônes du passé des technologies de la communication.

¹³ Ces questions seront abordées plus en détail dans le troisième chapitre portant sur le statut de l'image numérique en ligne.

fonctions actuelles du substitut photographique numérisé : montrer un objet perdu et préserver l'objet original en montrant la copie (Deloche, 2001). La numérisation des collections fait donc perdurer ces objectifs de conservation et de diffusion.

Par la suite, à la consultation de documents en ligne s'ajoute la possibilité de participer à des jeux multimédias : ce sont par exemple 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 (Thierry, 1993). 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 visio-guides, puis des guides multimédias, puis des applications smartphones tout en conservant leur contenu explicatif) ; d'autres dispositifs profitent d'innovations venues d'autres domaines pour voir leur scénarios changer radicalement (jeux transmédias s'appuyant sur les réseaux sociaux, *escape game*, *oculus rift*...).

Nous remarquons qu'une grande partie de ces dispositifs témoignent d'une volonté des institutions culturelles d'adopter les codes actuels de la culture numérique. Nous tenterons ci-dessous de présenter les contours de ce concept fréquemment utilisé par les professionnels de musée comme par les chercheurs en sciences humaines et sociales.

1.3 La culture numérique

L'expression culture numérique est aujourd'hui largement employée pour définir autant des évolutions technologiques que l'éclosion d'usages inédits et l'émergence de valeurs et de grandes figures autour de références communes. Nous confronterons deux sortes de définitions : des définitions non scientifiques (Wikipédia, Fondation Internet Nouvelle Génération) et des définitions scientifiques. Relever des définitions non scientifiques de la culture numérique nous semble un moyen efficace de sonder les mythes et idéaux que cherchent à mettre en avant les institutions qui les formulent.

À titre d'exemple, pour les internautes contributeurs de l'encyclopédie libre Wikipédia, cette notion est dès le départ considérée comme une modification profonde de la communication. La culture numérique est définie comme la somme des « changements culturels produits par les développements et la diffusion des technologies numériques et en particulier d'internet »

(Wikipédia, 2007). C'est donc le modèle de la rupture par rapport à des médias antérieurs qui prime dans cette définition.

La définition de la culture numérique proposée par la Fondation Internet Nouvelle Génération (FING) met davantage l'accent sur les valeurs afin de donner à voir les utopies et promesses qu'elle présuppose. Selon la FING (Marchandise, 2013), deux images qui ont valeur de vertu sont à l'origine de la culture numérique : le réseau et le logiciel libre. En effet, le réseau, avec les interrelations qu'il permet, est une des images fortes qui fonde l'imaginaire participatif du numérique. Le logiciel libre et ouvert se place quant à lui comme une des vertus cardinales de cette culture. Ces valeurs s'appuient sur les idées de Richard Stallman, programmeur et militant du logiciel libre à l'origine de la licence publique générale GNU. Cette culture est également incarnée par la figure du *maker*, qu'il soit *hacker* ou membre d'un *fablab*. C'est une personnalité importante dans l'imaginaire de la culture numérique qui possède un rôle de diffusion de cette culture du code et surtout du « code source ouvert » (ou *open source, free software*). Le plus souvent, les compétences numériques du *maker* sont sous-tendues par une volonté de création collaborative, de capacitation (ou *empowerment*), d'apprentissage et d'appropriation. Si l'on prend l'angle des loisirs, les jeux vidéo s'imposent également comme un pilier majeur de cette culture, incarnée cette fois par la figure du *gamer*. Enfin, selon la FING, le concept des « humanités numériques » représente les potentialités d'accès aux connaissances liées au numérique et à des compétences spécifiques, comme la capacité à naviguer dans une base de données (*Ibid.*).

Ces deux définitions non scientifiques de la culture numérique mettent en valeur les avantages cognitifs des technologies numériques (accessibilité, immédiateté), les effets en termes d'organisation du travail visant à atténuer la hiérarchie et à favoriser les communautés (modèles collaboratifs et participatifs) ainsi que la rapide modification des technologies et des pratiques.

La littérature scientifique à ce sujet porte également son attention sur les changements majeurs qui ont causé « des pratiques de masse, qui instaurent vite de nouvelles normes culturelles » qui remodeleraient les pratiques antérieures pour ce qui est de la lecture, l'écriture et la communication (Doueïhi, 2007 : 11-12). De la même façon, Citton voit dans l'expression « humanités numériques » un repositionnement global de la plupart des modalités de réception et de production de contenus qui désormais ne concernent pas exclusivement le domaine universitaire :

« Le numérique instaure de nouveaux modes d'archivage mais aussi, voire surtout, de lecture des sources ; de l'histoire à l'esthétique, en passant par la littérature et la conception des bibliothèques, ce sont tous les

savoirs et toutes les pratiques universitaires qui se trouvent reconditionnés par une nouvelle “transdiscipline” qui vient traverser et hybrider les différents domaines ; les humanités numériques sont porteuses de nouveaux modes de travail (plus collaboratifs), de nouveaux lieux de production (des *medialabs* à parfum de *fablab*), de nouveaux publics (excédant largement les seuls cercles universitaires). » (Citton, 2015 : 172)

À ce titre, nous supposons que certains professionnels des musées désirent actuellement adhérer à ces valeurs de la culture numérique et même incarner certaines de ces figures (notamment les *maker*, membres de *fablab* et les *community manager*) afin de rentrer dans cette norme culturelle. Cette culture numérique que certains musées tentent de rejoindre donne à voir deux caractéristiques que nous présenterons ici : la continuité entre le web et le musée et les nouvelles écritures.

Pour cela nous nous appuyons sur une observation des pratiques du *Living lab Erasme*, le centre d’innovation numérique du département du Rhône dédié à la prospective, à la veille technologique et au design d’usage. Ce centre a notamment réfléchi aux dispositifs numériques pour la médiation au musée des Confluences de Lyon et constitue un observatoire intéressant pour faire état des pratiques professionnelles actuelles liées à l’utilisation du numérique dans la médiation.

1.4 Les logiques de continuité entre le musée et le web

Dans un contexte de convergence des données numériques *via* des bases de données communes, on observe une tendance des dispositifs numériques à mettre en place des passerelles entre la sphère du musée et la sphère personnelle du visiteur. C’est le cas notamment des activités de médiation qui permettent de retrouver en ligne depuis chez soi les contenus consultés au musée (comme le dispositif *Visite +* à la Cité des sciences et de l’industrie) et 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 propose en effet au visiteur de composer une courte musique (en créant dans l’ordre le rythme, le tempo et la mélodie) 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 Miyzaki au musée des Arts ludiques à Paris, un dispositif propose au visiteur de se prendre en photo dans un studio constitué 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 courrier électronique. Ce type de procédé déjà utilisé dans les parcs d'attraction et les lieux touristiques tend à se développer dans les musées.

1.5 Des écritures soumises à l'injonction de la flexibilité

Chaque nouveau dispositif impliquant une écriture particulière du contenu, on observe depuis quelques années des productions multimédias faisant la part belle au récit transmedia, au *storytelling*, au design d'interaction et au design de jeu. Face à ces écritures, les compétences des concepteurs de ces contenus se font donc de plus en plus variées. Ces nouvelles écritures qui se donnent à voir dans les musées sont le reflet de certains modes de médiatisation de la culture numérique.

Face à cette multiplicité de supports et à leur rapide obsolescence, les professionnels du domaine indiquent que la flexibilité, la souplesse et l'interopérabilité des interfaces font figure de défi majeur afin de pouvoir assurer leur durabilité dans le temps (Martin, 2011).

1.6 Décroissance numérique et retour vers la matérialité

Face à l'engouement pour les technologies de la part d'un grand nombre de musées, on observe en parallèle des actions qui tendent à atténuer voire à effacer la présence des dispositifs numériques. Ces logiques prennent deux formes principales.

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 *via* 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 qui relève également d'une stratégie marketing est d'atténuer les discours sur la dématérialisation des documents par un retour à des formes tangibles telles que l'impression papier ou l'impression 3D. C'est également le cas du musée du Jeu de Paume qui revendique un retour à une médiation essentiellement humaine, basée sur le dialogue et la relation avec le public, afin de « ralentir le regard sur l'avalanche actuelle d'images numériques » (Thiriote, 2013). Face à l'injonction de l'omniprésence des écrans, certaines institutions cherchent à investir les espaces autrement que par l'adjonction de dispositifs technologiques.

D'autres musées vont plus loin et promeuvent auprès de leur public un certain charme nostalgique du musée d'avant le numérique. À l'instar des cinémas Utopia qui font de leur label *Cinéma garanti sans 3D* une promesse forte d'authenticité et de retour en arrière, certains

musées font le choix de proposer aux visiteurs un parcours dépourvu d'écrans, militant ainsi pour une certaine esthétique de la déconnexion dans un contexte où chaque institution met en avant son utilisation des dispositifs numériques. Ce choix rappelle que le visiteur est régulièrement confronté à des dispositifs numériques lors de ses visites au musée et que l'originalité première de l'innovation technologique est aujourd'hui devenue une norme (Davallon et Le Marec, 2000).

À titre d'exemple, nous avons analysé les discours de plusieurs institutions culturelles à propos de leurs logiques d'acquisition de dispositifs numériques lors de tables rondes ou de journées d'étude auxquelles nous avons assisté¹⁴.

Nous avons alors observé que de nombreux musées souhaitent en priorité des dispositifs pertinents et discrets qui répondent à trois grandes exigences : l'aspect ludique, interactif et convivial, au nom d'un idéal de visite pensé comme un moment agréable de partage et de discussion. Si le discours publicitaire sur les technologies numériques déploie fréquemment la rhétorique du révolutionnaire et du bouleversement des codes établis¹⁵, nous supposons que les musées cherchent d'abord à minimiser ce discours afin de rassurer les visiteurs sur plusieurs points. Tout d'abord, ils souhaitent montrer qu'ils n'installent pas des dispositifs numériques seulement pour moderniser leur image mais pour répondre aux exigences de la médiation, par exemple en permettant d'augmenter la quantité de contenus disponibles ou en s'adaptant aux différents publics. Ensuite ils désirent rassurer les personnes qui ne maîtrisent pas les codes du numérique en proposant des supports dont l'usage serait simple et intuitif, dans une optique où le musée cherche à s'adresser à tous les types de public. Cependant, dans le même temps on remarque une envie de proposer les technologies les plus récentes pour donner une image du musée qui exploite pleinement les potentialités technologiques actuelles au moment où elles apparaissent et qui ne les utiliserait pas après-coup. Ces deux volontés d'innover et de rassurer dans le même temps donnent à voir un discours d'innovation modéré sur le numérique. Ainsi, face à un numérique « révolutionnaire » de la publicité, offrant sans arrêt des valeurs ajoutées, nous supposons que le musée oppose un numérique « discret », purement au service de la visite muséale.

La présentation des dispositifs numériques sur le site internet de l'abbaye de Fontevraud offre

¹⁴ Notamment les *Rencontres médiation et numérique dans les équipements culturels*, organisées par le ministère de la Culture et de la Communication en 2013, 2014 et 2015.

¹⁵ Nous pensons par exemple aux publicités de la marque *Free* pour sa *Free Box Révolution* ainsi qu'aux discours de Steve Jobs promouvant l'aspect novateur et révolutionnaire des différents smartphone de la marque *Apple*.

un exemple intéressant de cette volonté de conciliation :

« Le numérique est une dimension centrale du projet actuel de l'Abbaye Royale de Fontevraud. Utilisées comme source d'information dans de nombreux endroits du parcours et comme accompagnateur de visite pour les enfants, les tablettes tactiles se multiplient sur le site... Discrètement mais sûrement. N'étant aucunement une "fin en soi", elles permettent aux visiteurs de toujours mieux s'approprier la riche histoire des lieux. Au sein de Fontevraud, monastique rime définitivement avec numérique¹⁶ ! »

Enfin, comme signalé par certains professionnels de la médiation par le numérique, les musées se préoccupent de la façon dont vieillissent ces dispositifs et pensent que la contrepartie de la : « massification des usages est la banalisation des outils » (Martin, 2011). En effet, selon les professionnels des musées, la rapide obsolescence des technologies est un défi crucial dans le choix des dispositifs puisqu'ils doivent anticiper les grandes tendances pour se doter en avance des outils les plus flexibles et interopérables.

On voit alors apparaître dans le domaine de la prospective des modèles dictant les aspects d'une « bonne utilisation » du numérique. En effet, selon la FING, dans un contexte où apparaissent plusieurs formes de « décroissance numérique », caractérisées par un phénomène de déconnexion des réseaux sociaux dû à une crainte vis-à-vis de l'utilisation des données personnelles par les plateformes, mais aussi à une saturation cognitive ; les institutions culturelles auraient un défi à relever afin d'aller vers un « mieux numérique » et non plus un « plus numérique » ; afin que ces dispositifs soient synonymes de compétences d'autonomie et ne soit pas subis par les acteurs du musée comme par les visiteurs. De nombreux auteurs insistent sur le fait que si le dispositif numérique est une façon d'augmenter le lieu, il ne remplace en aucun cas « l'expérience sociale du lieu » (Marchandise, 2013) qui fait par exemple que l'on se rend dans un musée pour trouver un lien social que l'on ne rencontrera pas de la même façon dans une exposition virtuelle.

En outre, les enjeux principaux du numérique ont évolué. Si auparavant il s'agissait de numériser un grand nombre de documents pour proposer au public le plus de contenus possible, aujourd'hui on remarque que l'accent est mis sur des dispositifs proposant des portails hiérarchisés et des agrégateurs de données fournissant des informations plus ciblées et scénarisées.

¹⁶ Source : Site de l'abbaye royale de Fontevraud : <http://www.fontevraud.fr/A-propos-de-Fontevraud/Numerique>. Consulté le 2 mai 2013.

C'est donc dans ce paysage technologique ballotté entre innovation et déconnexion, sous-tendu par des logiques d'obsolescence et de flexibilité que s'inscrit la réalisation de dispositifs numériques pour la médiation au musée

2. Regard sur les recherches portant sur la technologie dans les dispositifs de médiation en contexte muséal

2.1 Le dispositif de médiation : du support technologique à la situation de communication

De quelle façon la question de l'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée a-t-elle été traitée par les chercheurs en sciences de l'information et de la communication ? Quelles méthodes ont été privilégiées ?

Un état des lieux des travaux effectués sur le sujet depuis la massification de ces dispositifs au musée permet d'effectuer un retour sur les différentes façons d'analyser les discours du musée face aux dispositifs numériques. Nous observons ici les tendances à l'œuvre dans l'appréhension et l'évaluation des dispositifs numériques pour la médiation et notons de quelle façon l'attention des chercheurs a peu à peu été davantage focalisée sur la spécificité des situations de communication que sur le dispositif technologique en lui-même.

2.1.1 Eléments de contexte

Les chercheurs en sciences de l'information et de la communication ont eu recours à différents protocoles d'enquête permettant d'observer les enjeux communicationnels des dispositifs technologiques. Concernant les dispositifs numériques pour la médiation au musée, c'est la phase de la réception (lors de l'usage des dispositifs par les visiteurs), qui a été privilégiée par les chercheurs dès les années quatre-vingt *via* des enquêtes de publics. Pendant cette période, les enquêtes sur l'usage des dispositifs numériques pour la médiation (alors appelés « dispositifs multimédias d'aide à la visite ») 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 & Musées*, paru en 1998 est notamment consacré aux dispositifs

multimédias d'aide à la visite. Il donne à voir la façon dont les outils multimédias de cette génération (principalement les bornes interactives, les CD-Rom et les premiers sites internet de musées) sont reçus par les usagers et analysés par les chercheurs. Nous nous appuyons dans un premier temps sur les articles de ce numéro thématique afin de présenter les premières pratiques d'évaluation dans le but de faire état des évolutions constatées dans la façon d'aborder les dispositifs numériques pour la médiation.

2.1.2 Mesurer l'efficacité du dispositif

En 1998, les articles du treizième numéro de la revue *Publics & 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.

Plus précisément, les enquêteurs se focalisent sur l'observation de trois effets que le dispositif multimédia devrait être susceptible de susciter sur le visiteur : l'efficacité cognitive, la dimension expérientielle et le pouvoir d'interactivité.

Est mesurée tout d'abord l'efficacité cognitive du dispositif, c'est-à-dire sa capacité à transmettre davantage de savoirs et à permettre leur appropriation par le visiteur. La dimension expérientielle, quant à elle, est la capacité du dispositif à modifier l'expérience de visite : immerger le visiteur dans une ambiance précise, lui faire prendre du recul, lui faire réaliser quelque chose ou bien lui faire ressentir des émotions. Enfin, le pouvoir d'interactivité désigne la façon dont une succession de réactions se met en place quand le visiteur manipule un dispositif numérique (questions-réponses dans un quizz). Sont mesurés alors les degrés d'engagement du visiteur dans l'utilisation du dispositif à travers la façon dont il se comporte face à un dispositif dit interactif ou ludique et dont le contenu est scénarisé.

Face à ces questionnements, les résultats de ces enquêtes révèlent un discours majoritairement positif de la part des visiteurs à propos des objectifs des dispositifs numériques pour la médiation. Ces derniers sembleraient avoir atteint les trois objectifs précédemment cités et sont décrits avec le vocabulaire de la plus-value informationnelle. En effet, du point de vue du support technologique, ces enquêtes mettent en avant une plus grande capacité de stockage d'informations, une meilleure diffusion de la culture technologique et une modernisation de l'image du musée. Du point de vue des contenus à consulter, les dispositifs numériques permettraient, selon la plupart des auteurs (*Publics & Musées*, 1998, n°13), de susciter la surprise et la curiosité en proposant différents médias qui s'adaptent au mode de consultation

favori des visiteurs selon s'ils préfèrent lire un texte, regarder une vidéo ou écouter un audioguide ; et de permettre la personnalisation des contenus. Certains auteurs soulèvent également le possible effacement de la hiérarchie entre amateur de musée et professionnel due à une communication facilitée sur les forums des sites internet des musées, tout en évoquant les limites de cette prétendue évolution des pratiques (Vidal, 1998 :101).

De manière générale, une grande partie de ces technologies a également été évaluée de façon positive par les chercheurs car l'efficacité cognitive du dispositif (mesurée par les réponses à l'objectif de transmission de connaissances) a été validée. Cependant on observe également un phénomène conjoint de fascination et de dépréciation vis-à-vis de ces dispositifs. D'une part la découverte du dispositif est l'occasion d'un enthousiasme accompagné d'un plaisir dû à la nouveauté de la technologie comme à la variation des supports et des écritures. Sont cités « l'intérêt pour les nouvelles technologies » de la part des publics (Breakwell, 1998 : 29) ainsi que la capacité du multimédia de permettre un apprentissage « à son rythme » (*Ibid.* 36) via une interface interactive qui aide à maîtriser le temps de consultation. De manière générale, internet est perçu comme un outil ayant pour objectif « d'augmenter le savoir » (Wetzl-Fairchild et Dubé, 1998 : 20) en privilégiant « la manipulation, l'essai, les comportements affectifs, expérientiels, créatifs, ludiques » (Vol, 1998 : 63). D'autre part, ce jugement positif se double de l'examen des limites des potentialités du multimédia. Dans un souci de regard critique sur les termes employés pour définir les dispositifs multimédia, les auteurs cherchent à relativiser certains imaginaires de la technologie, tels que : « l'illusion d'une base de données infinie » (*Ibid.* : 72) ainsi que le mythe utopique d'une communication homme-machine qui serait semblable à la communication interindividuelle (Vidal, 1998). L'objectif est souvent de tempérer le discours révolutionnaire sur les potentialités du multimédia, en ne le décrivant pas comme un changement radical mais comme « une nouvelle forme de diffusion de l'information » (*Ibid.* : 102).

Cette réception critique a également été observée chez les publics. Dans l'enquête menée par Vigué Camus sur les CD-Roms, si les usagers trouvent majoritairement cet outil « ludique », « vivant » et comportant une dimension liée à « l'émotion » (1998 : 48) ; des jugements critiques font suite à l'enthousiasme de la découverte. Pour certains visiteurs les écrans ne seraient vecteurs que d'un « savoir facile » et seraient simplement mis en place pour apporter un jeu ou des connaissances « additionnelles et superficielles » (*Ibid.* : 55). Ainsi, le contenu des écrans est parfois déprécié en filigrane car il ne serait pas doté de la légitimité du livre, ou

plus largement de l'autorité de la culture imprimée dans le domaine de la transmission des savoirs (*Ibid.*).

Si nous quittons désormais ce treizième numéro de la revue *Publics & Musées* pour déplacer notre focale vers des recherches plus actuelles, nous observons les mêmes intérêts des chercheurs pour les études de réception des technologies. Cependant les approches, les questionnements et les méthodes tendent à s'élargir. Nous présenterons ci-dessous quelques-unes de ces enquêtes.

Nous prendrons tout d'abord l'exemple des recherches qui étudient l'intérêt des musées pour les pratiques vidéo-ludiques telles que les *serious game*¹⁷. Les musées qui intègrent des *serious game* dans leur parcours cherchent selon les cas à diffuser un message, à dispenser un entraînement ou à améliorer certaines capacités cognitives et physiques du visiteur de façon divertissante (Alvarez et Dajouti, 2012). L'objectif pour le musée est alors de proposer au public des médias contemporains, afin d'enrichir et de varier le processus d'apprentissage dans une perspective qui ne soit pas incompatible avec l'amusement. Cependant, si l'étude des *serious game* peut consister à mesurer l'efficacité cognitive de ce type de jeu, on constate que l'approche de ces outils se renouvelle et s'élargit. En effet, de récentes recherches cherchent à observer d'autres effets, tels que l'impact affectif et comportemental sur le visiteur lors de l'utilisation (Fourquet-Courbet et Courbet, 2014). Il s'agit également de constater suite à l'utilisation du *serious game*, d'autres éléments que l'acquisition d'informations, par exemple les comportements des visiteurs (y a-t-il des situations d'émulation, de collaboration ou de compétition entre les visiteurs lors du jeu ?), l'engagement du public, ainsi que l'image du musée de la part du visiteur, pour arriver *in fine* à une qualification plus fine de l'expérience de visite que propose ce type de dispositif (*Ibid.* ; Jutant, 2009).

À ce titre, une enquête menée à propos du jeu *Plug : les secrets du musée* au musée des Arts et Métiers rend compte de certaines logiques d'appropriation de l'espace d'exposition. Le jeu *Plug* propose au visiteur de s'affranchir des normes du musée le temps de l'expérience et constitue une façon différente de qualifier le rapport entre visiteur et le musée :

« Le dispositif de jeu permet des rapports entre visiteurs jusque-là inédits au musée et d'autre part, la pratique de jeu dans l'espace de visite permet de renouveler le rapport au lieu patrimonial et de faire du musée un espace que l'on désire connaître ou revisiter » (Jutant *et al*, 2009 : 16).

¹⁷ Ou « jeu sérieux ».

De la même façon, un rapport de recherche mené en 2013 au Palais des Beaux-Arts de Lille à propos d'un dispositif interactif intitulé *Le Vase qui parle* (Gellereau et Dalbavie, 2013) donne à voir des critères autres que l'efficacité cognitive, expérientielle et interactive. Si ces éléments sont présents dans l'enquête, on observe que le public a également été interrogé sur les aspects esthétiques du dispositif ainsi que sur la visibilité de la technique dans le dispositif du *Vase qui parle*. Il s'avère d'ailleurs que la discrétion des aspects technologiques du dispositif a été décrite par les visiteurs comme un aspect positif et attractif.

Nous citerons enfin une dernière enquête qui donne à voir un croisement d'approches (à travers l'utilisation conjointe des méthodes ethnographiques, physiologiques et oculométriques) visant à caractériser plus précisément une expérience de visite comprenant l'utilisation d'une application sur tablette tactile (Bougenies, Leleu-Merviel et Sparrow, 2016). Le dispositif Muséo + est une application de jeu sur tablette tactile pour un public d'enfants handicapés ou non handicapés, disponible au Palais des Beaux-Arts de Lille. L'application tente de répondre aux attentes du *design for all* (ou de la « 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 une visite du musée à l'aide de la tablette pour mesurer leur degré d'engagement et d'intérêt. 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'appétence et l'intérêt de ces publics pour le dispositif proposé, ainsi que leur engagement dans l'activité (observée à travers leur niveau de concentration et de réactivité) menant à un double effet captivant et apaisant. En effet, 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 » (*Ibid.*) 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 (visite guidée adaptée basée sur l'interaction verbale). En outre, si ce dispositif numérique est décrit comme étant plus attirant que les dispositifs traditionnels de type visite guidée, il n'a pas été comparé à d'autres dispositifs non numériques qui proposent également une alternative à la médiation orale (atelier d'art

plastique, jeu de piste). Les auteurs invitent alors à considérer la diversité des expériences de visite de chaque enfant afin d'éviter de généraliser trop rapidement ces résultats.

Ainsi, les dispositifs 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.

2.1.3 L'élargissement du regard sur les usages des dispositifs

Progressivement, les études de réception vont venir nuancer et compléter les approches du dispositif en termes d'efficacité cognitive en envisageant les outils du numérique de façon plus globale.

On observe en effet que les enquêtes de public vont peu à peu prendre en compte davantage de variables et s'intéresser notamment à l'expérience de visite. À travers une recherche épistémologique sur les études de public, Joëlle Le Marec et Roland Topalian (2003) questionnent ces enquêtes et montrent les limites d'une évaluation qui ne fonctionnerait qu'en termes d'efficacité, d'impact et d'audience. Nous présenterons ici le travail de ces deux auteurs afin d'obtenir un panorama puis un bilan sur cette thématique des études de publics. L'objectif est alors d'observer sous plusieurs angles l'évolution des modèles d'évaluation afin de compléter notre état des lieux.

Joëlle Le Marec et Roland Topalian (*Ibid.*) expliquent notamment que le multimédia est peu à peu pensé en tant que situation de communication inscrite dans un contexte précis et non plus seulement en termes d'impacts sur le visiteur. En s'extrayant des modèles du déterminisme social et du déterminisme technique, la conception du visiteur est repensée autrement qu'à l'aune des phénomènes d'effet et d'impact. La représentation d'un : « ensemble d'apprenants à initier, ou comme ensemble de consommateurs à satisfaire », s'estompe alors devant un nouveau modèle, celui d'une « représentation de visiteurs engagés dans des situations communicationnelles avec des interlocuteurs qu'ils savent exister quelque part » (*Ibid.*). Ces situations communicationnelles permettraient selon eux de donner à voir à différents niveaux l'implication des visiteurs dans : « leur dimension réflexive (communication avec soi), leur dimension dialogique (communication avec le concepteur absent) et leurs dimensions communicationnelles ». Cela a des conséquences en termes d'expérience de visite, puisque ces modes de communications amènent alors à des situations réflexives où les visiteurs cherchent

à satisfaire les objectifs du dispositif puisqu'ils : « se créent un mode d'emploi des scénarios, en anticipant les intentions qu'ont eu les concepteurs de leur faire faire quelque chose » (Le Marec et Topalian, 2003 : 83).

À titre d'exemple, on observe dans le même temps l'arrivée de méthodes d'enquêtes différentes, inspirées par l'ethnométhodologie et le *breaching experiment*, qui encouragent le visiteur à porter un regard réflexif sur le dispositif. Des enquêtes qui demandent au visiteur de qualifier sa pratique potentielle d'un dispositif expérimental permettent un jugement réflexif du visiteur sur l'usage possible qu'il ferait d'un dispositif (Jutant, Guyot et Gentès, 2009) et font évoluer les enquêtes d'usage précédemment décrites.

De manière générale, la façon d'analyser les dispositifs numériques et leurs usages au musée semble avoir évolué en prenant en compte les pratiques culturelles et numériques quotidiennes des visiteurs. Le dispositif numérique serait alors actuellement moins envisagé comme un outil de médiation uniquement disponible dans le musée (comme cela pouvait être le cas auparavant avec les CD-Rom ou les bornes interactives, à une époque où les foyers étaient peu équipés d'ordinateurs), mais en tant qu'objet lié aux pratiques numériques quotidiennes des visiteurs¹⁸ dont les compétences numériques évoluent. Dans ces enquêtes, 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, *via* un ordinateur ou un smartphone) (Jutant, Guyot et Gentès, 2009). Ainsi, les analyses des dispositifs se font en parallèle d'une réflexion générale sur le musée et la possible redéfinition de ses rôles à l'heure de la culture numérique.

En plus de l'intégration des dispositifs, on note une prise en compte du contexte institutionnel dans lequel ils s'inscrivent. C'est le cas des études sur les actions visant à nouer des liens entre le musée et les milieux de l'enseignement et de la bibliothèque, dans l'objectif de faire converger les contenus et d'harmoniser la diffusion des collections et la parole des visiteurs dans la « plate-forme d'échange » (Belaën, 2011) que souhaite devenir le musée. Est également observé l'objectif qu'ont ces institutions de s'adapter aux enjeux de la culture numérique en permettant de développer chez les visiteurs des compétences numériques (Black, 2012).

¹⁸ L'étude Médiamétrie de 2013 montre une augmentation de l'équipement en technologies numériques par les foyers français. Publication en ligne : <http://www.fondation.dauphine.fr/fileadmin/mediatheque/docs_pdf/Economie_numerique/Barometre_de_l_economie_numerique_8e_edition.pdf>. Consultée le 8 avril 2014.

On observe alors que depuis le début des années 2000, le dispositif numérique est de plus en plus envisagé par les chercheurs de façon globale. Il est pensé comme un objet culturel (Davallon et Le Marec, 2000) à part entière, inscrit dans une situation de communication et n'est plus appréhendé dans une dualité entre un « support » et un « contenu ». Son usage est pris en compte à travers une trame d'usages quotidiens car la consultation d'un dispositif (par exemple un CD-Rom dans un musée) se fait toujours à partir des compétences technologiques de l'utilisateur qui a avec l'outil informatique un rapport plus ou moins familier (*Ibid.*). Il s'agit alors de sortir d'un discours centré sur l'innovation pour aller vers l'appréhension d'un dispositif liant innovation et inertie (*Ibid.*) où les usages des dispositifs antérieurs au support étudié comptent et sont également évalués.

De manière générale, on observe que les études portant sur les logiques de repositionnement des institutions face aux dispositifs numériques quittent une focale centrée sur le dispositif pour s'ouvrir aux enjeux symboliques des institutions culturelles concernées. Avec l'exemple des bibliothèques, Joëlle Le Marec et Igor Babou analysent la transition numérique des lieux culturels en prenant en compte le contexte d'arrivée des dispositifs numériques, c'est-à-dire les tensions symboliques en jeu dans les bibliothèques, ballotées entre l'immobilisme de leur imaginaire institutionnel et l'injonction à l'utilisation de technologies innovantes.

« Cette supposée révolution s'inscrit dans une dynamique du changement propre à l'institution bibliothécaire elle-même : la bibliothèque gère, en effet, une contradiction qui lui est propre entre la préservation de normes (représentation du savoir, description des fonds, etc.) et le discours sur l'innovation très présent dans le champ académique (en particulier dans les sciences de l'information) ainsi qu'au sein des pratiques documentaires des acteurs. » (Le Marec et Babou, 2003 : 235)

La théorie des composites qui est ici convoquée leur permet de relier l'observation des pratiques avec cet imaginaire ambivalent de la bibliothèque, qui n'est pas sans rappeler les enjeux des institutions muséales.

Dans ce dernier exemple, le positionnement visant à analyser le dispositif numérique comme étant inscrit dans une série d'injonctions institutionnelles contradictoires (conserver une image du passé et tendre vers l'innovation) permet de dépasser la simple observation du support technologique pour l'étudier dans les enjeux qui l'englobent. Cette prise de recul sur le dispositif est importante pour permettre une analyse complète de ces technologies car c'est « l'incapacité à penser la globalité du phénomène qui nous laisse croire aveuglément à l'efficacité de l'acte technique » (Gras, 20013 : 287).

Nous citerons deux enquêtes récentes qui donnent à voir ce type de regard réflexif. Camille Jutant rend compte dans sa thèse de la fonction symbolique des dispositifs numériques pour la médiation en fonction de leur place dans l'exposition. Ils ne sont pas simplement étudiés en tant que supports technologiques déposés dans l'exposition mais comme des dispositifs complexes qui renvoient à des compétences particulières acquises ou non par le passé, des représentations sociales fortes et des imaginaires qui varient pour chaque visiteur :

« Le dispositif engage une mémoire sociale et anticipe un pouvoir dire et un pouvoir faire qui devraient, en toute logique, mettre les individus face à une charge idéologique et non pas seulement pratique de leurs usages des dispositifs » (Jutant, 2011 : 16)

De la même façon, les résultats d'une enquête proposant d'observer trois dispositifs numériques en contexte muséal (notamment une application sur table tactile au Palais des Beaux-Arts de Lille) soulignent la nécessité de prendre en compte les compétences et les ajustements développés par les visiteurs qui sont confrontés à une alternance de l'attention entre les œuvres et les contenus écraniques (Dalbavie *et al*, 2016).

« Les allers retours du regard alternant entre plusieurs points d'attention : la représentation numérique de l'œuvre (ou son artefact interactif) et l'œuvre authentique impliquent que regarder une œuvre devient une opération complexe qui fait se combiner maîtrise de dispositifs technologiques, différentes postures de son corps, et capacité d'ajustement du regard. » (*Ibid.* : 23)

Ce positionnement en faveur de l'observation des compétences acquises par le visiteur ouvre le regard vers une prise en compte plus large de ces interactions homme-machine qui dépasse la question de l'effet ou de l'impact des technologies.

Ainsi, les études portant sur les effets d'une technologie précise (CD-Rom, borne...) tendent peu à peu vers une appréciation du dispositif d'un point de vue global. Cet élargissement de focale vers la prise en compte des situations de communication ne se fait pas au détriment de l'observation précise des technologies (audioguide, tablette, réalité augmentée...) mais permet de les englober dans des enjeux plus larges et notamment de les inclure dans un environnement numérique complexe doté d'enjeux symboliques et idéologiques.

2.1.4 Un regard critique sur les discours d'escorte

Nous verrons désormais de quelle façon cette prise de recul concernant l'approche des dispositifs numériques passe également par une certaine façon d'analyser le discours sur la technologie.

Depuis les années quatre-vingt-dix, un grand nombre d'articles vont peu à peu soulever la façon dont les discours d'escorte sur le numérique usent du vocabulaire de l'interactivité et du ludique (Breton, 1997 ; Jeanneret, 2011). Or ces deux termes renvoient rarement à une définition précise et sont davantage le reflet d'un idéal d'un numérique attractif et innovant. Ces discours, qu'ils soient promotionnels ou institutionnels, ont été longuement étudiés, depuis la fin des années quatre-vingt-dix.

Dans ce courant de recherche, Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier (1999) décèlent les métaphores et les sous-textes idéologiques venant nourrir un imaginaire particulier des nouvelles technologies. Leurs analyses cherchent également à saisir les changements apportés par l'écriture en ligne, en les envisageant comme des « faits sociaux et culturels » observables uniquement à travers « plusieurs approches combinées » (Jeanneret et Souchier, 2005 : 6) afin de dépasser la seule dichotomie entre le réel et le virtuel¹⁹ et relativiser les discours portant sur un prétendu « bouleversement » des logiques éditoriales par le numérique.

De la même façon, Le Marec (2001, 2003) s'est attachée à étudier l'évolution de l'usage du terme « interactivité », apparu avant l'essor des technologies informatisées et qui avait au départ une acception pédagogique et sensori-motrice : « par extension, une exposition “interactive”, qui a tout d'abord désigné des environnements muséographiques impliquant les visiteurs dans des activités sensori-motrices ou dans des manipulations mécaniques, en est venue, dans le sens commun, à représenter des expositions comportant des logiciels en consultation » (Le Marec, 2001 : 107). Dans ce contexte, l'usage extrêmement fréquent du terme d'interactivité risquerait de le rendre inactuel et « inopérant pour formuler des questions concernant le rapport aux nouvelles technologies » (*Ibid.*, 106) s'il n'est pas utilisé à bon escient (Jeanneret, 2011).

D'autres enquêtes remettent en cause le discours d'escorte de l'interactivité et révèlent un amalgame entre usage d'un dispositif numérique et une situation d'interactivité :

« Le fantasme d'un visiteur créatif, qui télécharge, marque ou bricole sa visite et le modèle communicationnel de l'interactivité, sont au cœur des discours qui accompagnent les nouvelles technologies associées à la visite (...) Il semble admis que lorsqu'un visiteur se trouve en possession de ce type de dispositif multimédia, son parcours est plus libre et sa pratique de visite plus active. [...] Or, de nombreuses interrogations s'imposent : le visiteur est-il plus actif lorsqu'il manipule un dispositif technique que lorsqu'il lit un panneau d'exposition ? Rien n'est moins sûr. Le visiteur est-il réellement plus libre de

¹⁹ Nous faisons ici référence à leurs travaux sur la façon dont sont produits et diffusés les formes de textes sur Internet, étudiés au prisme du concept d'énonciation éditoriale, développé par Emmanuel Souchier.

construire la visite qu'il souhaite ? La pratique de visite qu'il opère est-elle réellement une réécriture personnelle du dispositif d'exposition ? » (Jutant et *al.*, 2009 : 16)

Il en est de même pour le terme « ludique », fréquemment employé alors même que le dispositif en question ne comporte pas toujours les éléments fondamentaux du jeu (scénario, objectif, récompense...).

2.1.5 Conclusion

Ainsi, cet état des lieux du vocabulaire des dispositifs numériques et des connotations implicites qu'il comporte a contribué à compléter les analyses des dispositifs en les intégrant dans une réflexion plus globale sur les caractéristiques de la culture numérique et sur la pluralité des pratiques professionnelles.

Ainsi, les sciences de l'information et de la communication se sont saisies de la question des technologies au musée selon différentes approches, se focalisant sur son efficacité cognitive, son pouvoir d'interactivité ou bien la possibilité de créer une expérience de visite précise (immersive, interprétative, personnalisée) ; tout en complétant ces approches par une réflexion globale et transversale sur les situations de communication et les stratégies numériques des institutions.

La tendance à dépasser l'idée d'une « progression cumulative et linéaire de la puissance technicienne » (Gras, 20013 : 89) donne à voir des études qui cherchent à éviter l'alternative simplificatrice du déterminisme technique et du déterminisme social (Bertand, 2002). Ces enquêtes raisonnent moins en termes « d'effets », « d'impacts » ou de « rôle » du numérique mais tentent d'interroger la complexité des contextes d'introduction technique et symbolique des dispositifs technologiques (Jeanneret, 2011 ; Breton, 2006).

3. Les ajustements de l'institution face à l'injonction numérique

3.1 Le musée en tension entre deux injonctions

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 (Le Marec, 2007). À ce sujet, on constate pourtant que l'équipement numérique des musées ne vient pas d'une réelle demande du public, mais de décisions prises en son nom par l'institution.

Différentes enquêtes menées auprès des publics ne montrent pas : « l'expression spontanée d'attentes explicites pour une modernisation systématique de ces musées. » (*Ibid.* : 19). Au contraire, Le Marec indique que le public s'inscrit davantage dans une relation de « confiance et de délégation de compétence à l'institution » (*Ibid.* : 16), un constat qui contraste avec les discours d'escorte sur le musée participatif faisant du public un individu friand de changements et un acteur à part entière de la réalisation de l'exposition. Ainsi le musée se forge une idée d'un « visiteur modèle » (Davallon, 1999) (en référence au concept de lecteur modèle d'Eco), qui serait impliqué dans les dispositifs participatifs du musée, partagerait l'injonction moderniste du musée et soutiendrait sa transformation en industrie culturelle. Cette injonction moderniste est susceptible d'empêcher les musées de penser les attentes des « visiteurs concrets » dont les profils sont bien plus nuancés. Un malentendu important fonde alors la relation entre l'institution et ses publics et concerne la question des dispositifs numériques comme l'évolution de l'image institutionnelle du musée.

En effet, Le Marec explique également que les visiteurs qui viennent au musée pour se retrouver dans un lieu situé hors des logiques de consommation sont déroutés de voir l'institution mettre en place des éléments issues des logiques marketing et de la communication publicitaire. Dans un contexte où le musée évolue vers le modèle d'une l'industrie de la communication (*Ibid.*), les professionnels sont pris dans une injonction contradictoire entre la nécessité d'écouter au plus près les envies de leur public et l'injonction sociale à l'innovation. Cette situation devient structurelle et influence profondément le fonctionnement du musée :

« La contradiction devient un élément moteur de la dynamique muséale (...) favorisé par l'injonction moderniste faite au musée de *bouger*, changer, ne pas être en retard, ne pas *laisser passer le train* (le train du numérique et des nouvelles technologies, le train du marché) » (Le Marec, 2007 : 169)

Cet ensemble d'injonctions provenant de l'idéologie du modèle de société actuel institue une vision du : « changement comme référence normée » (*Ibid.*). Dans ce contexte, les professionnels du musée sont amenés à mettre en place des logiques d'ajustement lorsqu'ils n'adhèrent pas à l'imaginaire du numérique véhiculé par cette injonction.

3.2 Les logiques d'ajustement des professionnels

3.2.1 Le concept d'ajustement

La question des repositionnements professionnels face à l'injonction technologique dans le domaine culturel a fait l'objet depuis une dizaine d'années d'enquêtes qui mettent en avant diverses stratégies d'adaptation de la part des professionnels (Le Marec et Babou, 2003 ; Rizza, 2013 ; Fabre, 2012). Ces repositionnements, caractérisés par des logiques d'ajustements, prennent généralement forme dans différentes stratégies d'adaptation des médiateurs vis-à-vis des tâches qui leur sont demandées lors des projets numériques. Le concept d'ajustement, tel qu'il a été théorisé par Jutant (2011) dans le cadre d'une étude sur les pratiques de visite au musée nous est ici utile pour comprendre les dynamiques de négociation des professionnels face aux dispositifs de médiation. L'ajustement y est défini comme l'évolution du comportement des visiteurs de musée lors de leur consultation des dispositifs de l'exposition (textes, multimédias) en fonction de leur propre culture muséale. Dans ce contexte, l'ajustement permet de décrire « l'adéquation plus ou moins grande à une succession de tâches » (Jutant, 2011 : 222) et de rendre compte de la négociation du visiteur avec l'expérience que le dispositif lui propose.

Nous choisissons de déplacer ce modèle d'observation des visiteurs vers les professionnels du musée en nous focalisant sur une définition particulière de l'ajustement, qui dépasse le cadre de l'étude de réception des publics et qui décrit les interactions sociales de manière plus générale. En outre, Jutant s'appuie sur les recherches en sémiotique de Landowski (2006) qui définit le régime de l'ajustement comme une interaction qui s'affranchit des conventions propres à un type d'activité, permettant ainsi à des sujets de s'accorder sur un référent qui leur semble juste et qui ouvre : « la possibilité de dynamiques créatrices, et non plus reproductrices, de sens et de valeur » (Landowski, 2014). Cette définition permet d'appréhender le concept d'ajustement comme faisant partie de stratégies de communication plus larges impliquant différents types d'acteurs et non plus seulement les visiteurs.

De la même façon, Jeanneret généralise et approfondit le concept d'ajustement. Il s'agit d'une activité permettant aux individus de « définir leur mode d'engagement, de prendre des rôles et d'exercer un jugement sur les situations et les productions auxquelles ils sont confrontés²⁰. »

²⁰ Yves Jeanneret fait ici référence aux travaux de Louis Quéré et de Richard Hoggart. Tous deux ont étudié la capacité des individus à convoquer leurs propres connaissances pour porter un regard à la fois réflexif et critique sur leurs pratiques médiatiques.

(2014 : 10). Cette définition est utile pour observer de quelles manières les professionnels s'impliquent dans la culture numérique, assument certaines fonctions ou critiquent la pertinence de certaines technologies. Cependant, il nous importe de savoir de quelle façon ces trois activités sont effectuées. Il peut en effet s'agir de la recherche d'harmonie par des logiques créatrices comme des logiques de contournement plus transgressives.

En effet, ces ruses, tactiques et autres arrangements des usagers, également analysés par Michel de Certeau sous le terme de braconnage, décrivent l'existence d'une « activité silencieuse, transgressive, ironique, ou poétique » (1980 : 49). De la même façon que Michel de Certeau relève les modes de résistance du public face aux médias et qu'il réfute l'idée d'une consommation passive de ces contenus médiatiques, nous cherchons à interroger les modes d'ajustement des professionnels du musée face à l'injonction du passage au numérique. Cependant, afin de ne pas penser l'ajustement comme un simple phénomène subversif décrivant seulement des accidents ou des contre-pratiques, nous considérons que les phénomènes d'ajustement font pleinement partie des usages des dispositifs numériques :

« L'idée d'un braconnage ou d'une adaptation tactique par rapport à des stratégies établies par d'autres (...) possède une certaine force, mais elle risque aussi d'entériner une césure artificielle entre ce qui relèverait de la norme et ce qui renverrait à un détournement de cette dernière. Si les "usages" se manifestent souvent par des détournements de ce qui était originellement souhaité ou prescrit, on peut aussi penser que l'accomplissement des promesses initiales des systèmes ne peut réellement advenir que par le truchement de ces ajustements qui du même coup, ne sont pas à côté des systèmes, mais en font partie de manière intégrale. » (Cotte, 2007 : 32).

Pour ne pas tomber dans l'écueil d'une conception binaire qui décrirait les bons usages face aux résistances, nous faisons le choix d'observer de manière globale les pratiques des professionnels : « en dehors d'un modèle d'opposition contrainte/liberté. » (Jutant, 2011 : 17).

3.2.2 S'accommoder, s'opposer, inventer

La lecture des travaux de Jutant, Jeanneret, Bertin et De Certeau à propos de l'ajustement ont permis d'observer des logiques de négociation qui se déclinent dans trois comportements principaux visant à s'accommoder (adaptation), à s'opposer (résistance, détournement) ou bien à inventer (créativité, braconnage, bricolage).

L'accommodation consiste en un moyen pour l'individu de « *faire avec* les dispositifs et les gestes de médiation institués. » (Jeanneret, 2014 : 87). L'opposition en revanche est une façon d'affirmer un point de vue critique vis-à-vis des technologies à travers un « ajustement

méfiant » (Jeanneret, 2008 : 126). Enfin, l'invention relève davantage des logiques de créativité sociale (Jeanneret, 2014), plus précisément de l'accord de différents individus sur un certain nombre de décisions communes visant à « s'appuyer sur ce qui est porteur dans une situation » (Bertin, 2007 : 43). La mise au jour de ces stratégies rend compte de l'existence de différentes logiques d'ajustement chez des acteurs confrontés à l'utilisation de ces dispositifs.

Chapitre 2. Interroger l’imaginaire

1. L’imaginaire des professionnels face à l’injonction numérique

1.1 Le questionnement

Dans un contexte où l’institution muséale est soumise à des injonctions contradictoires entre une volonté d’inscription dans les valeurs de la culture numérique et une résistance au tout numérique techniciste, on observe que l’injonction numérique révèle des formes d’influence de trois natures : gouvernementale, organisationnelle et sociétale.

On remarque une exigence gouvernementale claire en faveur de la résorption de la fracture numérique qui encourage les innovations technologiques au service d’un apprentissage différencié²¹. Les institutions culturelles travaillent par ailleurs dans un contexte de redéfinition organisationnelle où elles ont recours à l’informatique dans leurs pratiques professionnelles (Le Marec et Babou, 2003) comme dans leur offre de médiation. En effet, les bibliothèques et les musées sont confrontés aux enjeux des grands chantiers de numérisation des collections, à la mutualisation de catalogues partagés, ainsi qu’à la réalisation de dispositifs numériques. Enfin, nous observons de la part des musées une volonté de s’inscrire dans la mouvance d’une culture numérique actuelle, dominée par le vocabulaire du participatif, de l’interactif et du ludique. Il s’agit alors pour les musées de connaître et de suivre les pratiques culturelles numériques des visiteurs, caractérisées par une adhésion croissante aux technologies numériques *via* une acquisition importante de technologies mobiles (smartphone, tablettes, ordinateurs...). En effet, les études quantitatives de 2010 à 2016²² constatent une augmentation croissante de l’équipement en technologies numériques de la part des foyers français. Ces formes d’influence peuvent être liées les unes aux autres : les exigences gouvernementales sur la résorption de la fracture numérique amènent à l’évidence des reconfigurations professionnelles, des collaborations différentes ainsi que l’acquisition de nouvelles compétences. Ces trois sortes d’influences exerçant une forme de pression sur les institutions muséales, nous cherchons à comprendre comment ces modifications sont vécues par les acteurs. Nous développerons

²¹ À ce sujet, lire le « Rapport Durpaire » publié en 2004 à propos de la fracture numérique et du développement des TICE dans les établissements scolaires.

²² Notamment l’enquête de Médiamétrie, 2013. Publication en ligne :

<http://www.fondation.dauphine.fr/fileadmin/mediatheque/docs_pdf/Economie_numerique/Barometre_de_l_economie_numerique_8e_edition.pdf>

notamment cette réflexion au chapitre suivant à travers le concept de réquisition numérique (Labelle, 2007 ; Jeanneret, 2014).

Pour cela, nous souhaitons interroger l'imaginaire numérique des professionnels d'un musée d'ethnographie face à un projet d'acquisition de dispositifs numériques pour la médiation. Relever l'imaginaire de la médiation des professionnels permet de comprendre les valeurs et attentes qui sous-tendent les choix réalisés en termes de rénovation et la façon dont ils approuvent ou critiquent les discours d'escorte technophiles et technophobes qui circulent dans leur profession.

Cette connaissance de leur imaginaire nous aidera à comprendre les ajustements opérés. *In fine*, cette démarche servira à interroger en détail les nombreuses étapes de la transition numérique des musées, en étant attentive à tous les ajustements, choix et blocages successifs qui constituent le phénomène d'intégration des dispositifs numériques dans l'exposition. En effet, les discours sur le « passage au numérique », en donnant l'image d'un musée se modernisant intégralement et subitement, masquent ces processus infraordinares et quotidiens qui constituent pas à pas des transformations ou des inerties. Ces discours cachent également le fait que certaines composantes du musée sont plus touchées que d'autres.

Cette analyse de l'imaginaire devrait alors permettre de mieux appréhender trois aspects du musée qui sont spécifiquement repositionnés lors de l'intégration des dispositifs technologiques : le rapport à la médiation, le rapport aux collections et les pratiques des professionnels du musée.

1.1.1 Le rapport à la médiation

Dans un premier temps, il s'agit d'interroger l'imaginaire de la médiation qu'ont les professionnels des musées d'ethnographie. Leurs attentes vis-à-vis de ces dispositifs correspondent-elles aux imaginaires technophiles des discours d'escorte qui décrivent ces dispositifs comme des déclencheurs de convivialité, d'échange et de ludification de l'expérience de visite ?

Nous souhaitons pour cela relever les différents types d'imaginaires²³ qu'ont les professionnels du musée : leur imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation et leur imaginaire des

²³Nous définirons précisément dans le chapitre suivant, consacré au cadre théorique, la notion d'imaginaire du numérique, entendue comme la partie des représentations sociales des professionnels du musée concernant spécifiquement leurs attentes vis-à-vis des possibilités des dispositifs numériques en termes d'effets sur les publics.

publics. Nous portons plus précisément notre attention sur l'anticipation des pratiques des enquêtés, qu'il s'agisse de leurs propres pratiques professionnelles (par exemple la façon dont le responsable du service des publics anticipe le futur comportement des médiateurs dans le musée) ou bien celles des visiteurs, décrites comme potentiellement réajustées avec l'intégration des dispositifs numériques. Ainsi, nous cherchons plus particulièrement à sonder l'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation que nous définissons comme les attentes des professionnels de musées sur les effets que peuvent avoir les nouvelles technologies sur les visiteurs. Nous observons également les promesses majeures du numérique auxquelles les professionnels peuvent être sensibles, qu'il s'agisse des potentialités technologiques des supports (interactivité, dématérialisation, transparence, exhaustivité et accessibilité) ou des effets des contenus des dispositifs sur le visiteur (interprétation, réflexivité, collaboration, mais aussi ludification et convivialité). Vis-à-vis de ces attentes, nous interrogeons les appréhensions en lien avec la réception des dispositifs, concernant leurs fonctionnalités et leur utilisation (utilisation correcte ou détournement). Nous sommes enfin attentive aux logiques de concurrence entre la médiation humaine et la médiation utilisant des outils numériques, dans l'attention du visiteur (Dalbavie, 2014).

Dans un second temps, la question du rapport à la médiation amène à questionner la proximité dans un même espace muséal de dispositifs de médiation appartenant à différentes époques. Partant du constat que l'intégration de dispositifs numériques pour la médiation n'implique pas la disparition des dispositifs de médiation antérieurs, nous souhaitons observer d'éventuels phénomènes de cohabitation entre des formes numériques et des formes traditionnelles de la médiation. Comment des dispositifs numériques pour la médiation jamais utilisés auparavant dans une exposition se mêlent aux dispositifs et pratiques déjà existants ? Observe-t-on des logiques de remplacement, de juxtaposition, d'hybridation ? Y a-t-il également des pratiques traditionnelles qui perdurent ? Dans le cas de la visite guidée : de quelle façon une visite qui se faisait auparavant à l'aide de documents imprimés et qui intègre désormais des tablettes ou des visio-guides amène le médiateur à repenser la forme et les contenus de la visite au-delà du changement de support ? Par ailleurs, dans un contexte où les médiateurs peuvent être amenés à développer des compétences numériques (*community management*, visites augmentées à l'aide de dispositifs mobiles), comment les médiateurs du musée sont-ils formés à ces pratiques ?

Ces interrogations nous amèneront à penser d'abord l'imaginaire de la médiation de la part des professionnels puis les ajustements mis en place.

1.1.2 Le rapport aux collections

Il est également question de savoir de quelle façon, dans l'imaginaire des professionnels du musée, les dispositifs numériques pour la médiation sont susceptibles de remodeler les modalités de visite concernant le statut des objets, le parcours d'exposition et le rôle donné aux visiteurs.

Concernant le statut des objets, nous interrogerons le rôle de l'objet de collection dans un contexte où les dispositifs numériques pour la médiation, supposément censés augmenter ou enrichir l'objet, déploient fréquemment autour de lui des couches d'informations documentaires extrêmement importantes. Comment évolue le rapport à ce type d'objet désormais lesté d'un poids informationnel important (Davallon, 2000) ? À l'inverse, nous observerons des situations contraires où des objets sont exposés dans le but d'illustrer le contenu d'un dispositif numérique.

Pour ce qui est du parcours de l'exposition, nous interrogerons la façon dont les professionnels anticipent une déambulation fortement encadrée par les dispositifs numériques pour la médiation. En effet, on peut distinguer des expositions où les technologies sont intégrées *a posteriori* et des expositions où la muséographie est pensée en même temps que les collections et que les dispositifs numériques. Un parcours scandé par des salles occupées principalement par des dispositifs numériques, comme c'est le cas au Museon Arlaten, est susceptible d'influencer et de modifier l'expérience de visite du public, en ce qu'il permet notamment un temps de consultation plus long associé à un appel à l'activité.

Enfin, concernant les comportements du visiteur, nous observerons la façon dont les professionnels du musée anticipent le comportement des publics, dans un contexte où les technologies sont tour à tour envisagées comme des éléments susceptibles de permettre l'accès intellectuel au patrimoine et comme des éléments pouvant distraire voire repousser le visiteur. L'utilisation de technologies dans un lieu régi par des codes de savoir-être très précis tel que le musée implique d'observer ces enjeux symboliques forts. À titre d'exemple, une étude sur les jeux pervasifs au musée des Arts et Métiers impliquant l'utilisation d'un téléphone portable indique que la manipulation de cet appareil dans un lieu patrimonial a été perçue par certains visiteurs comme une : « transgression des pratiques de visite traditionnelles » (Jutant *et al.*,

2009 : 16) puisqu'elle s'opposait à l'injonction sociale de silence et de « déconnexion » propre à la visite muséale. Cela interroge *in fine* la façon dont les visiteurs s'ajustent face à l'évolution des comportements actuellement tolérés, voire encouragés, dans certains musées, tels qu'utiliser un smartphone, prendre des photos ou discuter. En outre, ce repositionnement des pratiques de visite se situe dans un contexte où l'on observe plusieurs discours d'escorte décrivant la difficile rencontre entre deux cultures : une culture légitime (le patrimoine) face à une culture dite en cours de légitimation (la culture numérique) (Gunthert, 2015).

1.1.3 Les pratiques des professionnels

La question de l'évolution des métiers liés à la médiation au musée a donné lieu à de nombreuses recherches visant à identifier les fonctions, rôles et compétences particulières de cette profession (Caillet, 1996 ; Leturcq, 1999). Dans le cadre de cette recherche, nous aborderons moins la question des compétences des professionnels que celle des stratégies qu'ils déploient pour faire face au contexte actuel dans lequel les technologies numériques sont de plus en plus présentes dans le parcours de l'exposition comme dans les activités de médiation. Dans ce contexte, nous cherchons à comprendre de quelle façon les professionnels se positionnent dans l'institution lorsqu'ils sont amenés à concevoir des dispositifs de médiation impliquant des supports numériques et lorsqu'ils doivent réactualiser d'anciennes activités n'impliquant pas les technologies. À propos de l'ajustement, nous nous appuyerons sur les travaux déjà cités de De Certeau, Jeanneret, Bertin et Jutant dans l'objectif de mettre au jour chez les professionnels des logiques visant à s'accommoder (adaptation), à s'opposer (résistance, détournement) ou à inventer (créativité, braconnage, bricolage).

L'étude de l'évolution des pratiques face à des projets de conception de dispositifs numériques concerne la façon dont les professionnels mettent en place des logiques d'ajustement vis-à-vis de l'utilisation des technologies. Nous nous intéressons à trois aspects : leurs opinions et attentes vis-à-vis des dispositifs numériques pour la médiation à travers l'examen de leur imaginaire, la façon dont ils adaptent ou conservent leurs pratiques antérieures, et leur degré d'autonomie dans le projet de conception de ces dispositifs.

Interroger les acteurs du musée à propos de leurs attentes et appréhensions permet de mettre au jour leur positionnement face aux discours d'escorte des dispositifs numériques pour la médiation précédemment cités. Sonder leurs pratiques professionnelles antérieures et actuelles sera utile pour comprendre les stratégies d'ajustement employées pour s'adapter à ces mutations organisationnelles et à ces repositionnements techniques et symboliques. Enfin en interrogeant

leur autonomie dans le projet d'acquisition de dispositifs de médiation, nous cherchons à comprendre comment les professionnels sont à l'origine de ces transitions et peuvent porter un regard critique sur la façon dont se conçoivent les dispositifs numériques.

Ainsi, dans un contexte où les musées cherchent à innover à travers la modernisation de leurs dispositifs de médiation, nous observons de quelle façon l'injonction du passage au numérique est vécue par les acteurs du musée, à la fois dans l'organisation du travail, dans le vocabulaire utilisé pour qualifier les nouvelles technologies mais aussi dans l'articulation des contenus des dispositifs.

1.2 Le choix des dispositifs à observer

L'expression « dispositifs numériques pour la médiation », employée ici pour décrire les formes de la médiation culturelle ayant recours aux technologies numériques dans le domaine muséal, fait spécifiquement référence à cinq outils sur lesquels nous avons choisi de porter notre attention. Il s'agit de cinq dispositifs numériques en cours de réalisation ou bien déjà réalisés sur nos terrains de recherche au musée Mc Cord et au Museon Arlaten : la tablette tactile, la vitrine interactive, la vitrine-table, le navigateur de réalité augmentée et le dispositif mobile (téléphones intelligents dotés d'applications, iPod et audioguides).

Ce choix nous permet d'embrasser une grande partie des caractéristiques des dispositifs technologiques d'aide à la visite actuellement présents dans les musées : mobiles ou fixes, dotés de contenus informationnels plus ou moins approfondis et permettant d'offrir au visiteur des expériences variées (aspect cognitif, ludique ou immersif). Nous nous intéressons autant aux caractéristiques des supports des dispositifs (le fonctionnement de l'arborescence et des algorithmes) qu'à leurs contenus (iconographie, jeu transmédia, film).

Nous analysons à trois niveaux les technologies numériques au musée, que nous présenterons en partant du contenant pour aller vers le contenu : le dispositif numérique, le document numérique et enfin l'information véhiculée par ce document. Nous nous sommes inspirées de la distinction proposée par Jeanneret (2011) entre support, document et texte. Penser séparément ces trois niveaux évite d'amalgamer l'accès à l'information et l'appropriation d'un savoir, de supprimer la question des médiations et de véhiculer un imaginaire de l'immatérialité de ces technologies.

- Le dispositif numérique est le support technologique matériel. Il peut s'agir d'une tablette tactile ou d'un smartphone.

- Les documents numériques sont imbriqués dans le scénario du dispositif. Ils peuvent être de deux natures : les documents existants et les documents créés exprès pour le dispositif de médiation. Les documents existants sont généralement de deux sortes : un document numérisé d'un objet de la collection (son substitut numérique) ou bien un document faisant partie du centre de documentation du musée (un livre sur une des thématiques traitées par le musée). Les documents créés spécifiquement pour le contenu du dispositif de médiation sont généralement des films, des fichiers sonores, des textes ou des séquences d'animation réalisés par des entreprises prestataires ou par le musée.

- L'information est le niveau du contenu cognitif présent dans le dispositif de médiation. Nous différencions trois niveaux en nous appuyant ici sur une typologie proposée par les professionnels du Museon Arlaten : le niveau du *cartel* qui permet simplement d'identifier l'objet (nom, date, provenance), le niveau de l'*approfondissement* qui donne la signification et le contexte d'utilisation de l'objet et enfin le niveau de l'*interprétation* qui donne un regard réflexif sur la place de l'objet dans la collection.

2. Hypothèses

Nous émettons deux hypothèses découlant du questionnement précédemment décrit.

(I) Nous supposons qu'il existe un clivage important entre les discours d'escorte sur le numérique, qui ont recours à un imaginaire révolutionnaire, et le discours tenu par les acteurs du musée qui serait davantage modéré et négocierait un imaginaire de la discrétion et de la pertinence (Sandri, 2012a). Nous pensons que ce décalage est à l'origine de nombreux ajustements mis en place par les professionnels pour élaborer une médiation qui corresponde davantage à leurs aspirations. Nous pensons que les professionnels de la médiation ont un imaginaire contrasté de la médiation numérique, ayant d'une part de fortes attentes envers les capacités supposées des dispositifs et cherchant d'autre part à minimiser la visibilité de la technologie qui, présentée en contexte muséal cristallise les nombreux stéréotypes technophiles et technophobes décrits plus haut.

(II) L'intégration de dispositifs numériques pour la médiation au musée n'est pas une simple adjonction de supports technologiques. Elle procède au contraire d'une inscription symbolique du musée dans un imaginaire particulier, associant les promesses de la culture numérique, de la participation et de la démocratisation culturelle. Ces projets numériques sont susceptibles de repositionner de nombreux éléments du musée tels que le rapport aux

collections, à la documentation et au parcours muséographique tout en modifiant l'image de l'institution. Dans un contexte de convergence des données numériques, la réalisation de dispositifs de médiation utilisant les technologies a pour conséquence un large mouvement de mise en visibilité et de diffusion des contenus (bases de données en ligne et substituts numériques des collections). Il en résulte un rapprochement de trois formes de médiation : la médiation culturelle non numérique, la médiation documentaire²⁴ et la médiation utilisant les outils numériques puisque certains documents autrefois cantonnés aux bases de données et uniquement accessibles aux professionnels se retrouvent disponibles dans les dispositifs de médiation du musée et parfois intégrés à des scénarios.

²⁴ Par médiation documentaire nous entendons les interfaces qui aident spécifiquement à la recherche d'information à destination d'un public d'utilisateurs non experts. Nous cherchons à la confronter à la notion de médiation culturelle que nous délimitons ici aux seules activités organisées par les services des publics des institutions muséales étudiées. Ces deux notions se recoupent en bien des points puisque dans le cas du musée Mc Cord une grande partie des actions de médiation qui ont lieu dans le musée prennent appui sur la base de données en ligne qui propose de nombreuses activités pédagogiques. Nous nous appuyons également sur la définition de la médiation documentaire du professionnel Silvère Mercier : « une démarche visant à mettre en œuvre des dispositifs de flux, des dispositifs passerelles et des dispositifs ponctuels pour favoriser l'accès organisé ou fortuit, l'appropriation et la dissémination de contenus à des fins de diffusion des savoirs et des savoir-faire. » (Mercier, 2010). Cependant, la médiation documentaire s'effectuant de plus en plus en ligne, nous observons un phénomène de convergence de la médiation documentaire et de la médiation sur supports numériques (Gardiès et Fabre, 2012) qu'il s'agira de prendre en compte.

Chapitre 3. Cadre théorique et concepts opératoires

Le présent chapitre propose d'explorer les deux concepts principaux fondant le cadre théorique de cette recherche : le dispositif numérique pour la médiation muséale et l'imaginaire des technologies numériques confronté à des logiques de réquisition.

1. Le dispositif numérique pour la médiation

1.1 Médiation et technologie

1.1.1 L'expression « dispositif numérique pour la médiation »

Il importe tout d'abord d'expliquer l'emploi de l'expression « dispositif numérique ». Notre recherche interrogeant l'imaginaire des technologies, il a tout d'abord été complexe de trouver le terme le moins connoté afin de décrire les technologies appliquées à la médiation culturelle. L'abondance et l'hétérogénéité des expressions utilisées pour décrire ces dispositifs dans les articles de recherche comme dans le milieu professionnel nous a tout d'abord interrogée : « nouvelles technologies au service de la médiation », « numérique pour la médiation culturelle », « dispositifs multimédias », « médiation numérique ».

À ce titre, nous souhaitons souligner le fait que l'expression « médiation numérique » porte en elle une ambiguïté sémantique en ce qu'elle peut désigner dans le même temps la médiation des technologies ou bien la médiation culturelle par les technologies. Ainsi, selon le contexte, il s'agit soit de rendre les individus plus compétents dans le domaine de la culture numérique, soit de les rendre plus autonomes lors de leurs pratiques culturelles à l'aide des dispositifs technologiques.

D'un point de vue institutionnel, l'expression « médiation numérique » fait référence à la première signification, à savoir l'accompagnement des publics dans leur utilisation des technologies. En effet, le *Réseau national de la médiation numérique* (mis en place avec le concours du ministère de la Culture et de la Communication et le Secrétariat d'Etat au numérique) définit la médiation numérique comme une façon de faciliter l'accès aux outils et aux codes de la culture numérique :

« La *médiation numérique* désigne la mise en capacité de comprendre et de maîtriser les technologies numériques, leurs enjeux et leurs usages, c'est-à-dire développer la culture numérique de tous, pour pouvoir agir dans la société numérique. Elle procède par un accompagnement qualifié (...) dans des situations de formation tout au long de la vie facilitant à la fois l'appropriation des techniques d'usage des outils

numériques et la dissémination des connaissances ainsi acquises. Elle est donc au service, notamment, de l'inclusion numérique et favorise les coopérations utiles aux réalisations et aux innovations en faveur du bien commun²⁵. » Site internet du Réseau national de la médiation numérique, 2016

En outre, l'expression « médiation numérique » est peu utilisée et revendiquée par les chercheurs en sciences humaines et sociales dans les recherches portant sur les musées. Les recherches qui traitent des technologies servant la médiation au musée ont tendance à présenter côte à côte l'élément muséal et l'élément numérique. Cette juxtaposition du technologique et du culturel propose généralement une interrogation sur les enjeux et les conséquences du premier sur le second, en termes d'analyse d'interfaces et d'usages. Nous citerons quelques titres d'articles issus de la bibliographie du mémoire de thèse pour exemple : « musées et technologies mobiles » (Gentès, 2008), « les applications mobiles en muséologie » (Lesaffre, Watremez et Flon, 2014), « publics, nouvelles technologies, musées » (Bernier et Goldstein, 1998), « l'usage du numérique dans les musées » (Belaën, 2011).

En outre, d'autres recherches portent spécifiquement leur attention sur les processus à l'œuvre lors de la réunion de ces deux éléments. Citons par exemple : « l'appropriation du patrimoine culturel sur le Web » (Casemajor Loustau, 2012), « diffuser les collections photographiques sur le Web : de nouvelles pratiques de médiation ? » (Casemajor Loustau, 2009), « transformer le musée » (Black, 2012).

Afin de dissiper toute ambiguïté sémantique, nous faisons le choix dans ce travail de recherche d'écarter l'expression « médiation numérique » et d'utiliser à la place l'expression « dispositif numérique pour la médiation » (voire « dispositif numérique ») pour décrire les supports de médiation culturelle en contexte muséal ayant recours de manière partielle ou totale à des technologies numériques. Le choix de cette expression n'écarte cependant pas un questionnement sur les présupposés symboliques des termes « médiation » et « numérique » qui seront abordés dans la suite de cette partie.

1.1.2 Précisions terminologiques à propos de la médiation

À propos du concept de médiation, Jean Caune affirme qu'il est des termes « susceptibles de révéler les thèmes sensibles d'une époque et qui, après avoir juxtaposé et sédimenté les significations, finissent par faire écran et masquer les problématiques sous-jacentes » (1999 :

²⁵ Site web du réseau Médiation Numérique. Source : <http://www.mediation-numerique.fr/index.html>

11). En soulignant le recours systématique à ce concept qui a servi à décrire de nombreuses situations de communication et a fini par éluder une réflexion de fond sur la complexité de la notion, il signale également le grand nombre de domaines (milieu professionnel, recherche scientifique) utilisant ce terme.

Ce concept polysémique qui a joui d'une grande fortune à partir des années quatre-vingt est tour à tour convoqué dans un usage conceptuel ou opératoire. Il est fréquemment utilisé dans une division thématique en fonction de l'objet à médier (la culture, le domaine social, la documentation...). Le succès de cette notion vient du fait qu'elle permet d'expliquer des situations d'interaction de façon plus fine et complexe que ne le ferait le concept de communication, en prenant en compte le tiers symbolique à l'œuvre (Davallon, 2004). Le terme médiation permettrait de décrire en détail des logiques d'accompagnements dynamiques qui s'opèrent entre l'univers de l'institution et celui du visiteur (Caillet, 1995) ainsi que les conséquences de cet accompagnement en termes d'appropriation d'un objet culturel ou d'engagement du public.

On peut différencier trois thématiques qu'englobe le concept de médiation : l'aspect technique, social et sémiotique (Jeanneret, 2008). Davallon (*Op. cit.*), quant à lui, dégage cinq aspects, davantage tournés vers les domaines opérationnels où la médiation s'applique : l'aspect pédagogique, culturel, institutionnel, social et technique. Nous reprendrons ce dernier classement pour nous focaliser précisément sur l'aspect technique de la médiation. Comme indiqué plus haut, nous employons ici l'expression « dispositif numérique pour la médiation » pour décrire les formes de la médiation culturelle ayant recours aux technologies numériques dans le domaine muséal.

1.1.3 Précisions terminologiques à propos des technologies

Si les sigles NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication) et TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) sont fréquemment utilisés et connaissent actuellement une bonne fortune, on constate qu'ils ne désignent pas toutes les technologies existantes mais font uniquement référence à certains domaines, tels que l'éducation, la communication, l'urbanisme et la culture.

En effet, le sigle évoque davantage un « ensemble flou de techniques issues des domaines de l'informatique, des télécommunications et de l'audiovisuel pour lesquelles le développement de l'électronique et du numérique a été décisif » (Renaud, 2007 : 24) que des technologies

précises. On observe également que le terme « numérique » est actuellement employé comme un synonyme de TIC. Cela est particulièrement notable dans les intitulés de colloque et d'ouvrages portant sur ces questions, dont les derniers mots du titre sont fréquemment : « à l'heure du numérique » ou « à l'ère des technologies ».

Cependant, l'utilisation systématique de l'expression TIC a pour conséquence : « d'amalgamer en une seule pseudo-notion un ensemble de médiations techniques et sociales extrêmement complexes » (Jeanneret, 2011 : 54). Le recours à cette expression légitime l'existence de cet ensemble de techniques et masque la diversité comme la complexité des outils et des pratiques. Aux « TIC », nous préférons les expressions « dispositif numérique », « dispositif technologique » ou « médias informatisés » (*Ibid.*) qui rappellent les enjeux symboliques et idéologiques constituant ces outils.

1.1.4 Précisions terminologiques à propos du dispositif

Nous considérons que le dispositif numérique pour la médiation vient se surajouter à l'exposition, elle-même entendue comme un média et comme un dispositif socio-symbolique proposant plusieurs formes sémiotiques (Davallon, 1999). Dans le cas de l'exposition comme du support de médiation, le dispositif concerne toujours l'aspect matériel d'un échange en ce qu'il implique la « matérialisation de l'énonciation et/ou du processus représentatif » (*Ibid.* : 24).

Nous portons également notre attention sur la façon dont le concept de dispositif implique des rapports de pouvoir en soulignant sa dimension idéologique :

« J'appelle dispositif tout ce qui a, d'une manière ou d'une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants. » (Agamben, 2007 : 8)

Cela nous permettra d'analyser les interactions des professionnels du musée face aux dispositifs technologiques : ceux à disposition du public (tablette, écran tactile, réalité augmentée), comme ceux utilisés par les acteurs du musée (bases de données, système documentaire). Il s'agit alors de comprendre quel rôle l'utilisateur endosse face au dispositif.

En effet, en rendant possible une interaction entre l'utilisateur et le dispositif, les médias informatisés sont susceptibles de renforcer l'aspect intersubjectif de la médiation en assignant : « des rôles aux acteurs en les engageant dans “un jeu énonciatif et relationnel” » (Jeanneret, 2008 : 155). Ainsi, en observant la façon dont sont écrits les dispositifs de médiation, on note

que le public est à même d'endosser différents rôles. Nathalie Casemajor Lousteau analyse dans les sites de valorisation du patrimoine que les utilisateurs développent des rôles précis en fonction de leurs compétences numériques. Certains usagers deviennent tour à tour expert, médiateur, témoin ou même braconnier (Casemajor Lousteau, 2012). Plus généralement, nous envisageons les dispositifs numériques pour la médiation comme des supports dotés d'enjeux symboliques importants.

Nous proposons par la suite de questionner le concept de dispositif numérique pour la médiation à partir de trois focales : ses discours d'escorte, les façons d'analyser son fonctionnement et les spécificités de son contenu à travers l'exemple de l'image numérique.

1.2 Immédiateté et médiation

Face à des discours d'escorte valorisant l'immédiateté et l'immatérialité des nouvelles technologies, nous réfléchissons à la façon de considérer les conditions d'existence matérielle des dispositifs numériques pour la médiation.

Cet amalgame entre innovation technologique et communication directe est fréquemment remis en question par les chercheurs en sciences de l'information et de la communication. Lors de leur enquête ethnosémiotique au sein des bibliothèques, Le Marec et Babou décrivent et critiquent l'utopie d'une communication immédiate due aux avancées technologiques :

« Selon ces discours de sens commun, la communication entre les individus serait enfin libre, fluide, désambiguïsée, libérée des contraintes de l'interprétation : l'information serait une sorte de réel ontologique immédiatement perceptible. Ces discours d'escorte sont évidemment en contradiction avec l'identité que se construisent les professionnels de la bibliothèque comme médiateurs entre les usagers du réseau et l'information. » (Le Marec, Babou, 2003 : 255)

Ce constat concernant les débats théoriques portant sur la relation homme/machine oblige à penser une économie des intermédiaires. Jeanneret critique également dans les discours d'escorte le recours à un vocabulaire visant à gommer les médiations et leurs éléments matériels :

« On ne cesse d'attribuer, depuis deux siècles notamment, à des dispositifs la capacité à permettre la communication directe entre les hommes, ces dispositifs étant toujours nouveaux, car il est nécessaire pour le maintien de cette illusion qu'elle se renouvelle sans cesse, chaque vague d'innovation chassant l'autre. La prochaine société de "l'information" nous débarrassera inéluctablement des intermédiaires et des obstacles actuels. Demain, on connecte gratis. [...] En réalité, la médiation ne disparaît pas, mais certains

intermédiaires tendent à disparaître (les économistes parlent de “désintermédiation”) en même temps que de nouveaux intermédiaires apparaissent : “pourvoyeurs d’accès”, “portails”, etc. » (Jeanneret, 2005 : 105)

Ces mutations qui jouent sur la croissante apparition d’objets techniques innovants rendent compte d’un mythe de l’immédiateté entretenu par les industries de la technologie autour de « l’utopie du cyberspace » (Belting, 2004 : 55). Les dispositifs numériques voudraient donner une image immédiate, instantanée et dématérialisée des technologies, débarrassant les interfaces de leurs architextes (Jeanneret, 2008) et de leurs intermédiaires.

Ainsi, face à des termes tels que « dématérialisation de l’information » pour qualifier le rapport aux contenus numérisés, nous nous inscrivons dans une optique prenant en compte l’aspect concret des objets technologiques afin d’analyser les dispositifs en considérant la « matérialité des dispositifs informatiques, contrairement à l’idée selon laquelle le passage au numérique entraînerait une “transparence” de la “dimension matérielle” et corporelle de l’exploitation du dispositif technique » (Tardy, 2007 : 23). En effet, ce vocabulaire de la dématérialisation masque à la fois les techniques du corps liées à l’utilisation de ces dispositifs (Mauss, 1936) comme l’infrastructure technologique qui permet le fonctionnement de chaque appareil et qu’il importe d’avoir à l’esprit si l’on veut considérer toute la chaîne des médiations techniques. Le sociologue et anthropologue des techniques Alain Gras dénonce cette absence de prise en compte de l’arrière-plan technique dans les discours sur la technologie :

« Les innombrables récits qui rapportent avec complaisance l’amélioration de tel ou tel objet industriel, tel ou tel humble objet de la vie quotidienne, oublient toujours de mentionner l’arrière-plan, cette immense infrastructure technique, extrêmement vorace en énergie, qui permet à l’objet d’être efficace. Pas plus le grille-pain que l’ampoule électrique, la tronçonneuse que le four de la cuisinière ne fonctionnent comme entités isolées, ils ne sont que les aboutissements d’un gigantesque réseau de flux émis, gérés et contrôlés par des unités de surveillance. » (Gras, 2013 : 11)

À ce sujet, Jutant évoque plus précisément les discours d’escorte dans le domaine des dispositifs numériques pour la médiation en contexte muséal :

« La question du corps pour les dispositifs numériques de médiation est particulièrement intéressante à considérer, tant les métaphores de l’immersion, de la dématérialisation et de l’intuitif sont toujours présentes dans les discours circulants. La notion d’intuitif, par exemple, a un succès particulier dans le monde des nouvelles technologies et du design. Or dire qu’un outil est intuitif ne revient-il pas à nier la capacité d’interprétation de l’individu, à nier le statut d’objet intellectuel au média, tant l’immédiateté supposée de l’utilisation fait l’impasse sur l’appréhension de l’outil, la compréhension de son fonctionnement et l’interprétation de ses signes, fussent-ils exclusivement plastiques ? » (Jutant, 2011 : 15)

À ce propos, il semble nécessaire de débusquer la figure du passeur, de l'intermédiaire derrière « l'immédiateté des objets et valeurs culturelles » afin de montrer que « le savoir et le sens ne sont jamais simplement donnés mais qu'ils sont élaborés » (Jeanneret, 2008 : 2). Cette figure émergente du passeur est également introduite par Rifkin dans *L'âge de l'accès*, un ouvrage qui préfigure le passage de l'accès géographique aux lieux à l'accès symbolique aux données numériques. Rifkin prophétise un nouvel ordre mondial où l'avenir serait aux mains des pourvoyeurs d'accès (ou *gatekeeper*) :

« Dans la nouvelle économie, le pouvoir appartiendra désormais aux passeurs (...) qui exploiteront, transformeront et commercialiseront cette culture sous forme de consommation payante de loisirs et d'expériences vécues. » (Rifkin, 2000 : 229)

L'analyse économique de Rifkin met au jour cette matérialité de la médiation à travers des figures concrètes (abonnements, portails d'accès, agrégateurs de données...). Dans ce débat sur la matérialité des artefacts, Breton décrit cette focalisation sur les effets de l'objet technique comme la cause d'une fascination pour les technologies, soulevant la question de l'ambiguïté entre l'outil comme moyen et l'outil comme fin :

« L'un des tout premiers effets de la mise en utopie des nouvelles techniques de communication et des médias est un formidable déplacement du rôle de la fonction de l'outil par rapport à ses finalités. Celui-ci pourrait être décrit comme le produit d'une sorte d'idolâtrie de l'outil. Nous aurions là une version contemporaine de l'adage classique : ce n'est plus la communication qui est faite pour l'homme, c'est l'homme qui est fait pour la communication. L'effet pervers d'une telle inversion, (...) est que l'outil ne sert plus à réaliser ce pour quoi il a été conçu et finit par ne plus fonctionner que pour lui-même. » (Breton, 1997, 137-138)

Ces discours sont dus à un imaginaire technophile du numérique et viennent d'un paradoxe entre l'impression d'une médiation superflue alliée à une confiance grandissante en les capacités des médias informatisés. Il y aurait comme une correspondance entre le musée imaginaire de Malraux et les potentialités des expositions virtuelles à convoquer toutes sortes d'images à partir des substituts numériques disponibles (Battro, 2010 ; Tardy, 2012).

Dans cet imaginaire immatériel du numérique, les qualités d'immédiateté, d'accessibilité, d'exhaustivité et de partage sont conjointement mises en exergue par les métaphores du réseau (la toile, le hub), de l'arborescence (les racines, l'arbre) et des éléments naturels (océan, navigation, forêt...) (Juanals, 2004).

1.3 Médias informatisés et architextes

Afin d'approfondir ce débat portant sur l'imaginaire de l'immatérialité des dispositifs numériques, nous proposons d'étudier leurs aspects normatifs et prescriptifs.

Ces dispositifs décrits comme étant au service de l'utilisateur comportent pourtant une structure imposant certains usages. La façon dont les contenus sont mis en place n'est pas librement décidée par l'usager mais est imposée par la structure du logiciel. Le concept d'architexte aide à nuancer cette vision des médias informatisés intégralement manipulable par les usagers. Ce concept permet d'appréhender l'organisation interne des formes d'écritures les plus couramment rencontrées dans le domaine des technologies numériques :

« Les architextes, ce sont des écritures de l'écriture. Quelqu'un a écrit en amont de vous les formes dans lesquelles vous allez écrire. [...] Architextes de la mise en forme (traitement de texte, logiciel de présentation visuelle), de l'échange de correspondance (messagerie, chats), de la recherche d'information (moteurs de recherche), de l'intertextualité (fil RSS), etc. Les architextes sont des objets logiciels qui industrialisent la capacité des formes écrites à configurer des pratiques (...) et instaurer à ce titre une nouvelle économie scripturaire. » (Jeanneret, 2008)

Il importe de relativiser les discours actuels sur l'appropriation automatique des médias informatisés par l'utilisateur en rappelant les pratiques qu'imposent leurs formes. Si les « médias informatisés produisent en permanence une écriture des pratiques » (Jeanneret, 2008), il convient d'analyser la structure intrinsèque de ces médias avant d'étudier l'usage qui en est fait ou les contenus qui y seront disposés. La spécificité du dispositif technologique est donc à prendre en compte avant toute observation des pratiques. Cependant, même si l'outil dicte l'usage, il est délicat de différencier clairement ce qui relève de l'outil de ce qui relève de l'utilisation dans un contexte où les : « machines suggèrent la pratique sociale » (Tardy et Jeanneret, 2007 : 24).

Au-delà des dispositifs de médiation à destination du public, les architextes sont aussi présents dans les logiciels documentaires, notamment dans les systèmes de gestion de bases de données. En plus d'impliquer une forme d'écriture, ces architextes sont utilisés par des documentalistes dont la subjectivité va influencer l'organisation des connaissances, relativisant ainsi les discours qui associent technologies et neutralité. Ce constat se retrouve fréquemment dans l'analyse des systèmes documentaires, notamment dans les partis pris des taxinomies puisque la documentation n'est pas « seulement l'organisation d'une mémoire, elle est également porteuse d'une façon de voir le monde » (Tardy, 2012 : 37). Les présupposés architextuels apparaissent alors comme des dispositifs axiologiques et symboliques producteurs de sens et de valeurs. De

la même façon, le traitement documentaire fait par un documentaliste n'est pas neutre et révèle une intentionnalité qui devient une forme supplémentaire de médiation. L'indexation d'une image, par exemple, en ce qu'elle choisit un descripteur plutôt qu'un autre dans un thésaurus existant, est déjà en soi une médiation et par là même un parti pris subjectif (Le Guern, 1989). Cela permet de relativiser l'aspect rationnel souvent associé au traitement documentaire, car chaque système de classification des connaissances rend compte d'un certain rapport au savoir et d'une hiérarchie implicite entre les connaissances et les champs disciplinaires²⁶. En ce sens, chaque étape du traitement documentaire rend compte d'un positionnement subjectif qui vise à rendre le document plus ou moins signifiant.

« Cataloguer, inventorier, répertorier ne sont pas des opérations techniques, ce sont autant de manières d'englober chaque objet dans un discours commun ; d'en faire un membre d'une *collection* et de lui donner un sens comme entité de cette collection. » (Després-Lonnet, 2013)

C'est également le cas pour la documentation de l'image numérique : l'institution où le document est classé influe grandement sur son rôle, son statut et son identité. On constate même parfois une inégalité de traitement entre les documents imprimés et les documents numériques, alors même que les documentalistes tentent de les cataloguer pareillement. Dans ce cas, les supports « induisent des modes de traitement différents de l'information » (Frayse, 2007 : 5) et influent sur la médiation du document autant que sur sa visibilité.

Il apparaît que ce type de dispositif est escorté par des discours vantant son immédiateté, son immatérialité et sa neutralité là où on constate au contraire des architextes constitués de médiations complexes, d'éléments tangibles et de partis pris axiologiques.

1.4 Les contenus des dispositifs numériques pour la médiation

La banalisation des dispositifs numériques habitue les visiteurs à côtoyer dans l'exposition de nombreuses reproductions numériques d'œuvres. Les contenus présentés sur ces dispositifs jouent fréquemment à reconstituer une image de la collection afin de proposer au visiteur de la déformer (zoom, insertion de zones de textes, morphing). Quel est alors le rôle de cette image numérique dans le processus de médiation ? Comment « l'aura » (Benjamin, 1935) de l'image authentique est-elle renégociée ?

²⁶ Le débat sur la classification décimale créée par Melvil Dewey aux États-Unis en 1876 révèle que les indices relatifs à la religion chrétienne et à la littérature américaine étaient à cette époque surreprésentés par rapport aux autres cultures.

Parmi tous les médias que contiennent ces dispositifs (son, vidéo, image, texte), nous porterons notre attention sur deux types de contenus : l'image fixe et l'image animée. Ce choix nous permettra par la suite d'observer les régimes de circulation de ces images entre les différentes équipes du musée : le centre de documentation, le service des publics, le service de la recherche et le service dédié à la réalisation des contenus multimédias des dispositifs de médiation.

1.4.1 Modification de l'image numérique

La disjonction entre le support et le sens

Les innovations technologiques concernant les images numériques se doublent d'une réarticulation de la valeur de l'image. Par réarticulation, nous entendons une modification de quatre aspects principaux de l'image que nous détaillerons : son support, son autorité, son statut et, par là même, son sens.

En effet, l'image dans un contexte de numérisation est malléable à souhait et voit ses caractéristiques évoluer : on peut l'agrandir, la faire pivoter sur elle-même ou changer la luminosité. L'autorité est également modifiée car l'image peut changer d'instance et de propriété en fonction de son origine, à travers le travail des acteurs successifs tels que le photographe, l'infographiste ou le documentaliste. Le statut de l'image est modulable car le document peut tour à tour avoir une valeur documentaire, artistique ou scientifique. Cette réarticulation n'est pas spécifique à l'image mais concerne tout type de document numérisé. Par image numérique, nous entendons toute image disponible sur l'interface d'un média informatisé. L'image numérisée, quant à elle, est une image qui a subi une conversion de son signal analogique en une suite de chiffres par le procédé électronique de numérisation informatique.

Nous observerons dans un premier temps de quelle façon l'image numérique se caractérise par une scission du support et du sens. De ce fait, le document numérique est à considérer comme une combinaison entre une forme, un texte et un médium (RTP DOC, 2007), le document ne pouvant donc pas être pensé indépendamment de son médium. Selon la réflexion du collectif de chercheurs RTP DOC, c'est la disjonction entre le support et le sens qui rend compte des mutations majeures de l'image numérique.

« Le numérique a déplacé la question du support du document, qui en assurait la stabilité grâce à la fixité de l'inscription, vers la problématique de sa structure (...) En effet, en séparant de façon radicale la structure

logique d'un texte de sa représentation visuelle, elle autorise des traitements formels différents pour un même contenu à une échelle inédite. » (RTP DOC, 2007 : 17-18)

C'est cette disjonction qui prime dans les textes de référence concernant la numérisation et qu'accompagne une nouvelle terminologie visant à qualifier ces images caractérisées par la perte de repère due à l'absence de lien entre le sens et le support. En effet, nombreux sont les auteurs qui évoquent cette perte.

« Face à un médium qui s'est lui-même désincarné, on assiste à la dissolution du lien physique entre l'image et son médium, alors qu'il fondait encore, jusqu'au tirage photographique, la règle de tout dispositif analogique » (Belting, 2004 : 54)

En d'autres termes, l'image numérique rompt avec la croyance en le « ça a été » barthésien et indiciaire de la photographie analogique. Le divorce du support et du sens serait alors la cause de la dispersion des données et des métadonnées (Zeller, 2004). La question de la numérisation de l'image met en action une série de paradoxes concernant son identité comme son accessibilité (Després-Lonnet, 2008). Dans cette hybridation de la forme et du sens, l'image subit de nombreuses transformations techniques, parmi lesquelles sa traduction en nombres²⁷. Ainsi, une image numérique se présente comme une suite de chiffres décrite par des lettres (des métadonnées) qui constituent un code, ce qui explique que la numérisation des images entraîne discontinuité et juxtaposition (Debray, 1994).

Authenticité de l'image numérique

Cet aspect malléable de l'image numérique pose également la question de la fidélité à l'image originelle. L'argument principal de la numérisation réside dans la capacité à reproduire le plus fidèlement possible le document original alors même que le procédé électronique de numérisation lui fait subir la double traduction décrite plus haut.

Nous ferons état des modifications matérielles concrètes de l'image électronique avant d'en venir à l'évolution de la signification de l'image. Catherine Saouter (2000) emploie les outils de l'herméneutique peircienne pour interroger les modalités de « fidélité » de l'image numérique. En premier lieu, on observe une modification concernant le registre des couleurs. La photographie, la peinture et l'imprimerie utilisent comme couleurs le cyan, le jaune et le

²⁷ « La numérisation répond à la nécessité informatique de codification binaire de toute donnée. Le terme employé est d'ailleurs révélateur de ce changement de matérialité : l'image est numérisée. Les périphériques d'acquisition tels que les scanners ou appareils photo numériques, transforment les différentes plages de couleur de l'image ou de l'objet original en pixels dont les codes binaires sont organisés pour composer une "bitmap". » (Després-Lonnet, 2000 : 88)

magenta. L'image numérique, quant à elle, connaît un régime tout autre puisqu'elle demande une prise en compte des procédés optiques. Le procédé de captation de l'objet photographié est également différent puisque la technique numérique utilise là encore davantage l'optique que la chimie. L'enregistrement de rayons lumineux et leur codage en langage binaire dans la photographie numérique remplacent le procédé chimique des sels d'argent déposés sur la pellicule. On distingue ensuite l'image fixe en tant que représentation d'une image unique (dans un seul cadre) de l'image cinématique qui présente des images multiples et un temps de visionnage contraint (*Ibid.*).

De manière générale, la reproduction de l'image à travers la numérisation est de l'ordre de la distorsion sémiotique puisque contrairement au texte, quand il y a changement du médium pour l'image il y a un effacement important du contexte (le cadre, l'épaisseur du tableau, sa matérialité). Face à ces modifications techniques qui impliquent une réarticulation, différents termes ont tour à tour été créés pour définir l'image numérisée, tels qu'« image de synthèse » ou qu'« image écran » (Katz, 2004). Cette multiplicité de termes a ensuite été remplacée par l'expression « nouvelles images », faisant référence à : « l'ensemble des mutations subies par l'image au cours du dernier siècle : intégration du mouvement, du son, possibilité de modifier une image, de créer une représentation virtuelle de la réalité sans modèle préexistant » (Lavaud, 1999 : 225). Le terme de « nouvelles images » est également venu définir plusieurs supports innovants : hologramme, image tridimensionnelle puis réalité augmentée et réalité alternée (Joly, 2004 : 19). Cependant, à l'heure actuelle, les termes « image numérique » ou « image numérisée » ont pris le pas sur ces expressions antérieures. Ces termes rendent compte d'une disjonction entre le support et le sens qui rend l'image intrinsèquement duelle. Elle révèle alors deux réalités : celle qu'elle donne au spectateur et celle qui constitue son code numérique, son envers, et lui permet de s'afficher (Katz, 2004 : 91).

Enfin, concernant l'aspect matériel de cette réarticulation, l'image numérique n'est pas sous le même régime que le support papier, au sens où elle subit différemment les attaques du temps. C'est ainsi qu'est pensée par Barthes la vulnérabilité de la photographie argentique :

« Je ne puis transformer la Photo qu'en déchet : ou le tiroir ou la corbeille. Non seulement elle a connu le sort du papier (périssable), mais, même si elle est fixée sur des supports plus durs, elle n'en est pas moins mortelle : comme un organisme vivant, elle naît à même les grains d'argent qui germent, elle s'épanouit un moment, puis vieillit. Attaquée par la lumière, l'humidité, elle pâlit, s'exténue, disparaît. » (Barthes, 1980 : 146)

Cependant, l'image numérisée n'en est pas moins mortelle. Sa disparition n'est pas due au caractère altérable du papier mais à des difficultés d'accessibilité. Il est très complexe d'accéder aujourd'hui à une image sauvegardée sur l'une des premières disquettes si l'on ne dispose pas d'un ordinateur comportant le lecteur adéquat. La question de l'obsolescence des supports devient alors un enjeu majeur de l'accès à l'image.

Ces conditions de l'existence matérielle de l'image nous amènent à penser les conditions de son existence symbolique : le statut, l'autorité et la cohérence de l'image. Si l'image regroupe de nombreuses réalités, elle pose surtout la question de l'homogénéité de son identité iconique :

« La catégorie désignée par l'appellation images est particulièrement hétérogène : c'est une mosaïque, une sorte de bric-à-brac sémiotique. À des photographies et des dessins, c'est-à-dire des images dites analogiques, succèdent des schémas et des cartes. Des reproductions de tableaux ou de gravures alternent parfois avec des caricatures ou des bandes dessinées. » (Jacobi, 2005 : 106)

Cette description d'un « bric-à-brac sémiotique » rend compte de la difficulté de catégoriser clairement l'image, en fonction de sa nature (peinture, photographie, schéma) et de son statut (élément de l'exposition, élément de médiation). Cependant, afin de ne pas restreindre l'analyse, il convient d'envisager l'image au sens large, au-delà de sa seule dimension iconique, pour prendre en compte le texte qui la compose et parfois l'accompagne (titre, légende, signature...). Pour rendre possible l'appréhension de la dimension textuelle des images, le recours à la notion d'image du texte est précieux. Plus spécifiquement, pour catégoriser les interfaces des médias informatisés, la notion voisine d'écrit d'écran (Souchier, 1998 ; Jeanneret, Souchier, 2005) permet de considérer l'écriture, quelle qu'elle soit, en relation avec son support de diffusion. Ces deux théories qui nourrissent le concept d'énonciation éditoriale favorisent une vision davantage globale et matérielle des enjeux de l'image.

Cependant, la question de l'autorité de l'image reste à soulever. Cette « distribution auctorale » complexe (Tardy, 2012) est d'autant plus difficile à saisir que la photographie numérique sert à la fois d'outil et de média : elle obéit à plusieurs régimes de légitimité. La photographie en particulier a longtemps été marquée par le sceau de l'expression artistique subjective ou de la recherche d'exactitude documentaire et il est désormais ardu de penser un juste milieu (*Ibid.*). C'est cette hétérogénéité de l'image qu'il convient désormais d'aborder.

1.4.2 Une indécision quant à la valeur de l'image : image de collection ou image adjuvante ?

La définition de l'image en contexte muséal est susceptible de présenter une ambiguïté intrinsèque entre objet de musée à part entière et document contextuel. On trouve cette ambiguïté dans les définitions de l'image qui la présentent à travers cette dualité :

« Représentation, en dessin, peinture, gravure, photographie, qui peut être un document fournissant des informations sur l'objet de musée, ou qui peut être une œuvre d'art, original ou reproduction (copie ou substitut) et est alors considérée comme un objet de musée à part entière » (Dictionnaire de muséologie, 2011 : 610-611)

Pourtant des typologies existent : on peut facilement classer les images au musée en deux catégories : l'image originale et l'image de reproduction. L'image originale se présente sous la forme d'un : « document iconique authentique tiré des collections » (Jacobi, 2005 : 102). L'image de reproduction, quant à elle, est dotée d'un rôle davantage auxiliaire puisqu'il s'agit d'une copie. Elle sert à illustrer l'image originale et se confronte alors à deux pertes de légitimité : « non seulement, elle est reproduite, ce qui n'est pas du tout anodin. Mais de plus, elle perd sa souveraineté (ou son autonomie) puisqu'elle se transforme en auxiliaire : elle est comme asservie à un message qui ne lui appartient plus en propre » (Jacobi, 2005 : 103). Ce rôle purement contextuel de l'image de reproduction qui aurait perdu son aura renvoie à la grande diversité des statuts de l'image et nourrit le débat ouvert par Benjamin (1935) dans *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*. Cela interroge l'attrait pour l'œuvre originale à l'heure d'une numérisation massive et de l'accessibilité des copies.

Dans ce débat, le statut de la photographie est particulier à bien des égards. Tout d'abord, le médium photographique est complexe en ce qu'il endosse plusieurs rôles : technique de diffusion, support de diffusion et enfin objet patrimonial, ce qui tend à amincir la frontière entre l'image-expôt et l'image contextuelle. La photographie offre de multiples points d'entrée dans l'analyse des médiations du patrimoine (Gellereau et Casemajor Loustau : 2008). En effet, l'alliance entre les trois domaines de compétence nécessaires à la numérisation des images, que sont la conservation du patrimoine, l'ingénierie informatique et la médiation culturelle diversifie le rapport à l'image en ce qu'elle devient dans le même temps objet de communication, objet technique et substitut photographique du patrimoine.

L'une des principales caractéristiques de l'image numérisée selon Daniel Jacobi est son importante malléabilité. En effet, selon le sens que l'on souhaite lui donner il est facilement possible de modifier l'image :

« Le muséographe peut agir et intervenir sur l'image source. Il modifie à sa guise le format et l'échelle. Il intervient sur la forme d'ensemble, efface l'arrière-plan, sélectionne un détail. Il affiche l'image seule ou au contraire l'associe à d'autres en un montage ou collage. Il peut isoler un élément iconique qui sera, au besoin, habillé ou recontextualisé. [...] Quelle homogénéité de l'image qui est auxiliaire, personnalisable, modifiable : elle vient pour illustrer, figurer, traduire un concept mais est interchangeable. Fidélité ou réinterprétation ? Les images perdent leur "statut initial". » (Jacobi, 2005 : 103-104)

Cette série de transformations appliquées à l'image, autant au niveau de sa composition qu'au niveau de son format, complexifie son analyse puisqu'elle existe désormais sous des formes et des supports différents. En conséquence, le vocabulaire employé pour définir les modifications des formats des documents rend compte parfois d'une certaine violence appliquée à l'image. Marie-Després Lonnet décrit des « images écrasées par le code » et « altérées », qui donnent naissance à des documents hybrides et orphelins. Les documents peuvent être qualifiés d'hybrides en ce qu'ils possèdent des particularités provenant de plusieurs modèles. Leurs supports ont été de nombreuses fois changés (ne serait-ce que par les différents formats et extensions des documents) et ils perdent leur cohérence initiale. En outre, ils sont passés entre les mains de plusieurs intermédiaires (prestataire, graphiste documentaliste) et il est parfois complexe de leur attribuer un unique auteur. La numérisation irait jusqu'à créer de véritables monstres numérisés à partir d'images ayant trop souvent changé de format, ce qu'Olivier Le Deuff (2007) appelle la « tératologie documentaire », développant ainsi un imaginaire de la chimère documentaire.

En outre, la caractéristique de l'image numérique est d'abriter dans plusieurs visuels, une même image pouvant donner trois réalités différentes : l'image en haute résolution rend compte clairement de ce qui est représenté, un zoom sur la même image fait apparaître une série de pixels et l'affichage du code source donne à voir une série de chiffres. L'image se présente alors comme un assemblage de formes et de couleurs encodé en pixels, eux-mêmes codés par des chiffres.

Par ailleurs, les phases de conception de contenus de médiation sont susceptibles de modifier, d'agrandir ou de morceler l'image et posent la question de la cohérence du document. Dans ses travaux sur le webdesign, Nicole Pignier rend compte des déformations que peut rencontrer l'image lorsqu'elle est intégrée à des dispositifs interactifs. La notion d'interactivité est ici entendue en termes de mouvements, à savoir les modifications que subissent les images (déformation, rotation, défilement, *morphing*, zoom...) lorsque l'utilisateur les manipule (avec une commande ou de façon tactile). Ainsi, les technologies telles que la réalité augmentée ou les fonctionnalités des tablettes tactiles, qui permettent de faire pivoter les objets présentés, de

les feuilleter et d'approfondir les modes de navigation intègrent l'image dans des logiques d'interactivité. L'interactivité correspond ici à des : « propriétés dynamiques et animations cinétiques des médias informatisés » qui sont interactionnelles, c'est-à-dire qui établissent une participation mentale et physique entre l'utilisateur et l'outil (Pignier, 2005 : 148).

Ces paradoxes amènent à s'interroger de manière plus générale sur les traits d'une nouvelle économie documentaire (Jeanneret, 2007) dans le cadre des pratiques de réalisation de dispositifs numériques pour la médiation.

1.4.3 Image et photographie ethnographique

Cette question de l'image a au musée d'ethnographie une importance tout particulière due à une forte relation entre l'ethnographie et la photographie. Ce lien vient d'un processus d'intégration de cette technique dans une démarche méthodologique de collecte et de relevé photographique. En effet, dès l'invention du daguerréotype, la photographie devient l'auxiliaire de la science, plus que du dessin ou de la peinture, par le caractère authentifiant du procédé (Saouter, 2003). On assigne cependant des statuts différents aux photographies. À ce sujet, on peut distinguer trois types d'images (Barthe, 2010) dans les musées d'ethnographie :

- (1) La photographie d'art (considérée comme une œuvre à part entière)
- (2) La photographie d'inventaire (considérée comme un document)
- (3) La photographie ethnologique ou scientifique (considérée comme une donnée)

Face à cette typologie, c'est le système de documentation qui façonne l'identité iconique de la photographie par un processus de labellisation et de légitimation. Cette logique est par exemple à l'œuvre dans le travail de classement des photographies au musée de l'Homme :

« À travers le classement utilisé, les choix faits pour décrire et montrer les photographies, le vocabulaire employé se révèle donc un véritable processus de traitement de l'image. Nous pourrions le résumer par la formule suivante : "Comment une photographie devient une photographie anthropologique au musée de l'Homme" ? » (Barthe, 2010 : 4)

Les modalités du traitement documentaire en bibliothèque permettent alors l'assignation d'un statut particulier au document. De ce fait, il existe de nombreux points communs entre l'univers de la bibliothèque et celui du musée. Ce sont les mêmes enjeux de numérisation des documents qui sont à l'œuvre et les techniques de traitement documentaires sont parfois similaires. Cependant, de l'identité de l'institution dépendra le statut de l'image et de ses métadonnées puisque « la même photographie, selon qu'elle sera détenue par un musée ou par une bibliothèque, occupera une place différente dans le fonds et sera accompagnée d'une "notice",

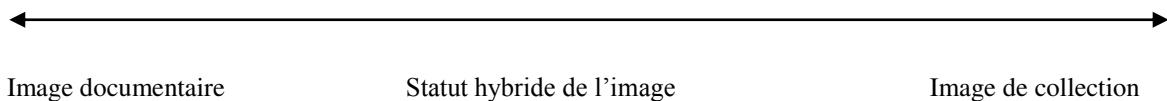
ou d'une fiche d'inventaire, structurée et renseignée différemment » (Després-Lonnet, 2013 : 45).

Cela rend compte du statut particulier de l'image dans le musée d'ethnographie. Le plus souvent, il s'agit de photographies qui oscillent entre un statut scientifique, artistique ou purement documentaire. Les images sont ballottées entre les salles d'exposition et les bases de données des iconothèques qui leur octroient tour à tour une fonction d'expôt ou d'illustration. De la même façon, la présence ou non de l'auteur de l'image influe sur son statut. Se pose alors la question de l'auctorialité (Broudoux *et al.*, 2005). Selon le statut de la photographie (inventaire, artistique ou ethnologique) l'auteur n'aura pas la même visibilité²⁸. Dans le champ de l'ethnographie, l'anonymat des auteurs permet de conférer à la photographie un statut objectif, celui d'une donnée impersonnelle car l'objectivité va « de pair avec l'effacement graduel de l'observateur » (Barthe, 2010 : 4).

Vers des images de médiation

Nous proposons de classer le statut des images sur un axe délimité par deux pôles : les images de collection d'une part et les images documentaires d'autre part.

Si au musée des beaux-arts, la distinction entre l'œuvre d'art et son substitut photographique se fait aisément, cette différence est plus complexe à repérer dans le cas du médium photographique (reproductible à l'envi) ainsi que dans le contexte du musée d'ethnographie où sont exposés des objets hétéroclites. Il en résulte une catégorie d'images hybrides, à mi-chemin entre la valeur artistique de l'image de collection et la fonction de l'image documentaire (aussi appelée contextuelle et adjuvante car au service d'un énoncé autre). Cette zone de flou dans la catégorisation de l'image depuis l'arrivée des technologies numériques pourrait être représentée sur l'axe suivant :



²⁸ On observe dans de nombreux sites internet de musée que le nom de l'auteur de la photographie n'est pas mentionné de la même manière en fonction du support d'inscription. Dans le catalogue en ligne des objets du musée du Quai Branly, on constate par exemple l'absence du nom de l'auteur sous les photographies d'inventaire. Or le nom du photographe est mentionné sous les photographies des œuvres servant à promouvoir une prochaine exposition temporaire. Se dessine alors une distribution des rôles de l'image et de son auctorialité selon son utilisation et son lieu de médiatisation.

Les images que nous appellerons « images de médiation » font parties des visuels hybrides situés au centre de l'axe. Elles servent à décrire un objet d'exposition. Elles ne sont donc ni des images de collection, ni des substituts photographiques à proprement parler mais des images qui aident à la compréhension. Ces images ayant généralement subi maintes transformations et remédiations, leur signification évolue selon le contexte qu'elles traversent. Elles s'inscrivent donc dans une sémiologie, une production de sens, qui parcourt différents contextes (base de données documentaire, outil de médiation...) afin de s'adresser, dans le cas du musée, à un visiteur.

Enfin, il importe de préciser que les images numériques ne sont pas circonscrites à leur présence sur les bases de données ou les dispositifs de médiations mais sont envisagées en tant que faisant partie d'une chaîne de médiations diverses, convoquant différents acteurs et supposant une utilisation future (voire une appropriation) par les utilisateurs (Tardy, 2012).

Afin de résumer les déclinaisons sémiotiques, sociales et matérielles de l'image numérique, la carte heuristique présentée en annexe 11 propose de mettre l'accent sur trois points essentiels : la nature de l'image (numérique ou non numérique), sa localisation et son statut (valeur et fonction). On observe que l'image numérique est principalement caractérisée par sa capacité à être modifiée (possibilité de zoomer, de pivoter, de feuilleter, de provoquer des animations...) alors que l'image non numérique est définie en fonction de son médium (dessin, photographie, gravure...). La localisation de l'image, quant à elle, permet fréquemment d'indiquer son statut et son accès.

Ainsi, le statut ambigu de l'image numérique laisse apparaître des zones de flottement dans sa finalité et permet de questionner l'aspect multiple de ses fonctions, tour à tour documentaire, artistique ou médiatrice. L'enquête de terrain interrogera par la suite la façon dont les professionnels utilisent les images numériques comme des documents ou des images de médiation.

2. L'imaginaire du numérique face à l'injonction techniciste

2.1 Définir l'imaginaire

Il semble de prime abord périlleux d'emprunter la notion polysémique d'imaginaire, fréquemment convoquée lorsqu'il s'agit de rendre compte de l'aspect symbolique des objets techniques. En effet, nombreux sont les auteurs en sciences humaines à souligner le recours automatique au concept d'imaginaire comme une notion floue peu assortie d'un questionnement méthodologique solide (Lakel, 2008).

Cette notion se voit également amalgamée avec des concepts connexes ayant trait à l'utopie, à l'idéologie ou aux croyances :

« La notion d'imaginaire(s) a connu un réel succès en sciences sociales car elle permet de réintégrer dans une perspective anthropologique les manières de faire, les discours et les objets de la société contemporaine. Abondamment sollicitée dans l'étude des relations entre technique et société, cette notion est le plus souvent confondue avec d'autres : le mythe, l'utopie, l'idéologie, le symbole, la croyance » (Massit-Folléa, 2008 : 9).

Dans ce contexte, notre objectif est double : définir le concept d'imaginaire en le différenciant des notions d'utopie, d'idéologie et de représentation sociale, puis interroger la capacité de cette notion à devenir un outil de problématisation efficace pouvant soutenir le questionnement proposé.

La notion d'imaginaire en sciences humaines est généralement convoquée pour observer trois types d'éléments : les aspects idéologiques qui sous-tendent les discours sur les technologies, leurs représentations sociales et enfin les attentes des concepteurs ou des usagers (Lakel, 2008). Nous définirons ces trois éléments et expliquerons en quoi la notion d'attente nous semble la plus pertinente.

2.1.1 L'imaginaire n'est pas l'idéologie

L'analyse des aspects idéologiques des technologies s'attache à déceler ce qui, dans les discours d'escorte, relève de l'utopie, du mythe et plus généralement de la croyance. Les termes « illusion » et « religion » sont parfois convoqués, opérant alors des comparaisons avec le domaine du sacré (*Ibid.* ; Scardigli, 1992).

Le concept d'imaginaire a notamment été utilisé par les sociologues et les chercheurs en sciences de l'information et de la communication (Breton, 1992 ; Scardigli, 1992 ; Flichy, 2008) en rapport avec les concepts d'idéologie et d'utopie, avec pour objectif d'éclairer les liens entre technologie et société. Il s'agissait de soulever le caractère « métaphorique, allégorique et idéologique du vocabulaire en usage lorsqu'il est question de nouvelles technologies » (Le Marec, 2001) et de mettre au jour la façon dont les technologies étaient investies symboliquement. Ces études mettent en avant le caractère particulier des technologies comme objet étude, en ce qu'elles cristallisent un grand nombre d'attentes liées à certaines valeurs d'internet (le partage, la collaboration) ainsi qu'à des attentes techniques et symboliques (exhaustivité, rapidité, dématérialisation, accès universel à la connaissance, extension du temps et de l'espace). Elles génèrent également des craintes concernant les nouvelles modalités des sociabilités numériques (désocialisation) d'une part et l'altération de l'attention des utilisateurs due à la multiplication des écrans d'autre part (Scardigli, 1992 ; Stiegler et Tisseron, 2009). Ces utopies de l'innovation technologique, qu'elles soient diabolisées ou encensées, ne datent pas de l'apparition des technologies numériques mais sous-tendaient déjà des projets antérieurs, tel que le *Mundaneum* pensé par Paul Otlet et Henri Lafontaine, une tentative de regroupement de toute la connaissance disponible qui n'est pas sans rappeler les desseins de Google.

En effet, l'approche généalogiste de Breton et les résultats de Mattelart rendent compte de la continuité de l'imaginaire technique depuis deux siècles. Les mêmes archétypes euphoriques ou dysphoriques sont mobilisés lors de chaque innovation numérique :

« Le mythe de la grande famille et du village global, (...), la démocratie, le thème de la modernité et de la technique source de progrès pour l'humanité (...), la quête de l'immédiateté, la disparition de l'espace et du temps. » (Lakel, 2008 : 82)

À l'aune de ces résultats, nous souhaitons questionner spécifiquement l'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée afin de savoir s'il s'inscrit dans ces représentations de la technologie.

Enfin, notre étude ne portant pas sur une analyse exhaustive des aspects symboliques de l'introduction des technologies à l'échelle de la société mais sur le milieu professionnel de la sphère muséale, nous ne prétendons pas observer spécifiquement des idéologies ni des croyances. Nous nous cantonnons à la sphère de l'imaginaire, que nous définirons ci-dessous en le différenciant des concepts connexes.

2.1.2 L'imaginaire n'est pas la représentation sociale

L'imaginaire et la représentation sociale sont deux concepts présentant des similitudes : ils ont trait à des conceptions non scientifiques d'un objet donné et concernent une « forme de connaissance, socialement élaborée et partagée » (Jodelet, 1989 : 36). Ce sont tous deux des productions de l'esprit humain à partir de récits, d'images et de souvenirs qui ont à voir avec un « assemblage de références sémantiques et cognitives » (Seca, 2001 : 11) qui peuvent renvoyer à l'étude de la stéréotypie (clichés, préjugés et idées reçues) et des conceptions naïves. Cependant, selon Wunenburger (1991), l'imaginaire a ceci de particulier qu'il se décline sur le plan de l'affect : il est davantage lié à des aspects émotionnels qu'à des enjeux cognitifs. L'imaginaire agit comme un « miroir de nos émotions » (Wunenburger, 1991 : 80), venant évoquer chez le sujet des « résonances intérieures de plaisir et de déplaisir » (*Ibid.*) par rapport à un objet précis. En effet, les émotions dominantes provoquées par les technologies concernent majoritairement le couple émerveillement/peur, lui-même sous-tendu par des réactions euphoriques ou dysphoriques (Scardigli, 1992 ; Renaud, 2007) présentes dans la plupart des discours d'escorte.

La perception des technologies étant en grande partie centrée sur des émotions (majoritairement la crainte et l'espoir) en lien avec des attentes vis-à-vis des fonctionnalités et des effets des dispositifs, nous préférons le terme imaginaire à celui de représentation sociale, en ce qu'il nous permet de nous focaliser spécifiquement sur cet aspect particulier des promesses des technologies.

2.1.3 L'imaginaire comme attente

Ainsi, le terme imaginaire servira à définir la partie des représentations sociales des professionnels du musée concernant spécifiquement leurs attentes vis-à-vis des possibilités des dispositifs numériques en termes d'effets sur les publics.

Il s'agira également d'observer le degré de confiance des professionnels face aux promesses des technologies véhiculées par les discours d'escorte. Nous entendons par promesse « l'expression explicite d'une proposition sur la communication et ce qu'elle peut apporter à ses publics » (Jeanneret, 2014 : 14).

Comme indiqué précédemment, les discours d'escorte sur l'intégration des technologies au musée développent depuis les années quatre-vingt les promesses suivantes en termes d'effets sur les publics : l'efficacité cognitive, la dimension expérientielle et le pouvoir d'interactivité

(Public & Musées, 1998), servant l'idéal d'un musée convivial et s'adaptant à la diversité des publics. Parmi ces différents discours d'escorte, nous portons spécifiquement notre attention sur la façon dont les institutions muséales décrivent leurs attentes et les effets des dispositifs numériques pour la médiation sur leurs futurs publics.

Enfin, les caractéristiques de l'imaginaire du numérique pouvant se mesurer à la nature comme à la puissance des images utilisées (Wunenburger, 1991), nous porterons notre attention sur les figures de style dans le discours des acteurs (notamment les métonymies, les métaphores et les oxymores) qui sont utilisées pour décrire les technologies.

Au final, nous considérons l'imaginaire des individus comme un « monde mental descriptible » (Renaud, 2007 : 32) dont l'observation permet de comprendre des attitudes professionnelles.

2.1.4 L'imaginaire pour observer les logiques de réquisition numérique

Notre objectif de mettre au jour les caractéristiques de l'imaginaire numérique des professionnels du musée d'ethnographie s'accompagne d'une volonté de comprendre la façon dont cet imaginaire s'articule avec l'injonction ambiante du passage au numérique présente dans les discours d'escorte. Cette injonction numérique peut se définir comme une prescription qui : « place toute la société dans l'obligation, d'une part de reconnaître absolument que le neuf est du nouveau, d'autre part de se mettre résolument en position d'apprentissage permanent, enfin de ressentir sans cesse la culpabilité d'avoir du retard. » (Jeanneret, 2011 : 83).

Nous supposons que l'imaginaire des professionnels est marqué par une négociation constante avec cette prescription de la transition numérique. Cette prescription s'incarne dans les discours d'escorte²⁹ sur le passage au numérique ou dans la rhétorique du numérique révolutionnaire décrite précédemment. Cette hypothèse qui nous a été inspirée par des travaux sur des sujets similaires fait référence au concept de réquisition développé par Labelle (2001, 2007) et commenté par Jeanneret (2014). La réquisition est un phénomène de prescription qui encourage fortement certains usages tout en opérant une partition sociale liée au respect ou non de ces pratiques :

« La réquisition est l'ensemble des moyens techniques, idéologiques, formels, qui contribuent à pousser toute une société à adopter des outils médiatiques sans nécessairement avoir de raison ou de but particulier pour y avoir recours et qui tend à marginaliser ceux qui n'y ont pas recours » (Jeanneret, 2014 : 14)

²⁹ Nous proposons dans la deuxième partie une définition plus précise des discours d'escorte.

Il s'agit d'un « appel à l'activité » (*Ibid*, 120) dans un cadre normatif, donnant à voir une orthopraxie. Dans ce contexte, l'aspect éminemment opérationnel de la réquisition est mis en avant puisqu'il s'agit essentiellement d'une « forme de préfiguration de la communication qui mobilise un scénario de communication réduit à l'injonction de devoir faire n'importe quoi, mais le faire » (Jeanneret, 2014 : 197).

À l'origine de ces discours sur la réquisition se trouvent les discours dogmatiques sur la technique perçue comme un moteur essentiel de l'amélioration de la société. L'historien François Jarrige et le sociologue et anthropologue des techniques Alain Gras observent dans ces discours sur la technique un amalgame visant à considérer l'émancipation des individus comme une conséquence du progrès technique. Le risque de cette « utopie industrialiste » (Gras, 2003) est alors de masquer l'existence d'autres façons de mesurer le progrès social que l'étude de l'innovation technique.

« Il faut trouver les ressources pour sauver le progrès de ses illusions progressistes, car seul l'horizon d'un progrès peut nous faire agir, mais ce progrès doit être dissocié du changement technique car celui-ci ne peut plus être le seul étalon de mesure du bonheur des sociétés. » (Jarrige, 2014 : 348-349)

Cette critique d'une idéologie progressiste focalisée sur la technique se double d'une mise en cause du discours sur la prétendue neutralité³⁰ des dispositifs techniques. Jarrige souligne au contraire l'importance de révéler les « rapports sociaux conflictuels et les choix politiques » (*Ibid.* : 258) qui sous-tendent l'usage de ces techniques.

Penser la complexité de ce contexte social suppose alors d'envisager la question de la technique en dépassant la simple opposition entre les opinions technophiles et technophobes, et d'être attentif aux présupposés idéologiques qui sous-tendent ces dispositifs :

« La ligne de fracture ne passe pas entre les partisans et les opposants à la technique, mais entre ceux qui prétendent que les techniques sont des outils neutres, que le progrès technique est un dogme non questionnable, et ceux qui y détectent des instruments de pouvoir et de domination, des lieux où se combinent sans cesse des rapports de force et qui, à cet égard, doivent être critiqués. » (Jarrige, 2014 : 12)

Cette seconde posture nécessite de questionner la façon dont le discours progressiste écrit l'histoire des techniques en considérant l'innovation comme une conséquence inévitable. En effet, ces discours présentent une image salvatrice du progrès qui « se conçoit comme orientation de l'Histoire où se révèle la nécessité qui libère l'homme du travail et améliore les

³⁰ Les discours sur la neutralité de la technique se basent sur des raisonnements visant à mettre l'accent sur l'usage de l'outil et non sur sa nature, à l'aide d'arguments de type : « Il est impossible de qualifier la technique de bonne ou mauvaise puisque c'est son utilisation par des individus plus ou moins bien intentionnés qui détermine son impact positif ou négatif ».

conditions de vie de tous » (Gras, 2003 : 12). Ces discours axiologiquement positifs s'appuyant sur une utopie techniciste fortement liée à la croyance en le progrès sont visibles autant dans les récits de sciences fiction que dans l'histoire des techniques (Renaud, 2007 : 25).

À ce sujet, le concept de réquisition, par sa capacité à saisir les logiques idéologiques à l'œuvre, permet de mettre au jour les « discours falsificateurs d'une histoire des techniques qui utilise le passé pour nous condamner à un avenir déjà là » (Gras, 2003 : 292). Au final, ce n'est pas une critique de la modernité ou du progrès technologique que proposent Gras et Jarrige, mais bien une dénonciation de l'absence de choix et de possibilité de débat, venant acculer les individus dans des « rails techniques » (*Op. cit.* : 7) imposés.

2.1.5 Les logiques de réquisition numérique dans le domaine culturel

Les logiques de réquisition sont à l'origine d'une partition des utilisateurs en fonction de leur adhésion à ces valeurs et de leurs compétences technologiques. L'effet pernicieux de cette partition est décrit par Le Marec et Babou comme une confusion entre compétences technologiques et légitimité des pratiques numériques :

« Le rapport à l'informatique est sensible : il produit un sentiment d'incompétence ou d'illégitimité chez qui se sent individuellement en décalage par rapport à la règle implicite du changement par les nouvelles technologies et, symétriquement, un sentiment de compétence et de légitimité chez ceux qui y adhèrent. » (Le Marec et Babou, 2003 : 275)

De la même façon, Jeanneret (2014) décrit les formes que peuvent prendre ces injonctions à l'action dans le secteur culturel en faisant référence aux échanges entre les professionnels des technologies numériques et les salariés d'institutions culturelles :

« Combien de fois n'ai-je pas assisté à des situations où les médiateurs professionnels, bibliothécaires, militants de la démocratisation culturelle, spécialistes des publics, archivistes scrupuleux étaient placés dos au mur face à des spécialistes arrogants de la connaissance du futur et traités au mieux de personnes frileuses et au pis de dinosaure, dans un espace où la violence peut se banaliser parce ce qu'elle se sent portée par l'esprit du temps. » (Jeanneret, 2014 : 90)

À ce sujet, Sarah Labelle décrit dans sa thèse de doctorat (2007) l'impérieuse injonction adressée aux villes pour rentrer dans la « société de l'information » en s'appuyant sur l'analyse des discours politiques sur les villes internet. Nous remarquons des points communs entre ce que Sarah Labelle analyse dans la société de l'information (une prescription normative de l'entrée dans une société connectée) et ce que nous avons observé des discours portant sur l'injonction de l'introduction du numérique au musée. Nous cherchons alors à comprendre si le

« passage au numérique » des musées obéit à la même réquisition que la ville devant rentrer dans la société de l'information (Labelle, 2007). Nous supposons que l'imaginaire des professionnels du Museon Arlaten se confronte à une logique de réquisition d'entrée dans la culture numérique dont les conséquences sont multiples.

En effet, la tendance actuelle des musées à intégrer les dispositifs et les pratiques de la culture numérique tend à disqualifier *de facto* l'image des institutions qui effectuent des choix différents. L'une des conséquences est une certaine uniformisation des formes de l'exposition, entendue ici comme un média :

« Les technologies de la communication sont entrées en force, et gare aux institutions qui ne les mobilisent pas : elles passent pour être vieillottes et presque déclassées. Comme tous les médias, l'exposition devient un genre qui impose son format et ses règles. Au point que toutes les expositions, en dépit de leur singularité, semblent avoir un même "air de famille" (Wittgenstein, cité par Bloor, 1983). Pour le média exposition, la communication devient une obligation, chaque nouvelle exposition est un évènement : la démonstration que le musée vit et invente toujours de nouveaux contenus. » (Jacobi, 2012 : 139)

Le paradoxe soulevé par Jacobi réside dans l'impossible désir de singularité du musée qui se heurte au développement d'une mode numérique sans cesse obsolète, empêchant alors toute distinction. Dans un contexte où les musées réalisent de plus en plus des dispositifs numériques, les repositionnements que nous souhaitons observer sont alors les ajustements professionnels découlant de cette négociation avec les logiques de réquisition.

Par ailleurs, si l'on applique au contexte muséal la réflexion sociologique d'Hartmut Rosa (2010) sur l'accélération du rythme professionnel, il apparaît que l'accélération technique est susceptible d'encourager les professionnels des musées à innover dans une situation d'urgence. Hartmut Rosa développe une pensée critique sur la question du rapport au temps en lien avec l'innovation technique. Il fait apparaître le paradoxe suivant : si la technologie conçoit des innovations censées faire gagner du temps libre à leurs usagers, ce temps gagné n'est jamais utilisé pour le repos ou pour le loisir mais il est au contraire sans cesse réinvesti dans une nouvelle urgence de l'innovation. Pour expliquer ce paradoxe, il distingue l'accélération technique, l'accélération du rythme de vie et l'accélération de la vitesse des transformations sociales et culturelles, dans un modèle où l'accélération technique explique l'accélération du rythme de vie³¹. Il décrit une société où les organisations subissent une urgence permanente,

³¹ Selon Rosa Hartmut : « [Nous avons] affaire à trois types d'accélération. En premier lieu, [nous avons] affaire à l'accélération technique, qui devrait avoir pour conséquence de ralentir le rythme de la vie. Mais l'accélération du rythme de vie représente, compte tenu de l'accélération technique, une forme sociale d'accélération paradoxale qui est peut-être en relation avec une troisième manifestation de l'accélération sociale, indépendante du point de vue analytique : celle de l'accélération de la vitesse des transformations sociales et culturelles. Les complexes effets conjugués de ces trois formes d'accélération, comme

similaire à ce que Paul Virilio (2010) appelle la « tyrannie de l'instant ». Cette urgence empêcherait les individus de travailler dans une vision sur le long terme en réfléchissant posément à la nécessité des dispositifs à acquérir :

« La contrainte de l'accélération condamne les sujets, les organisations et les gouvernements à une situation réactive, au lieu d'une conduite organisatrice de la vie individuelle et collective. [...] Ils commencent donc à ressembler à un pilote de course automobile qui, en raison du degré d'automatisation des processus qu'il est censé diriger, " n'est plus que la vigie inquiète des probabilités catastrophiques de son mouvement ". »
(Rosa, 2010 : 368)

Nous serons attentif à l'aspect temporel du projet afin d'observer si l'acquisition de dispositifs innovants s'effectue dans une telle situation d'urgence où les acteurs réagissent moins qu'ils n'agissent.

Nous observerons enfin les conséquences de ces réquisitions en termes d'anticipation du comportement des usagers. Les discours d'escorte des dispositifs technologiques mettant régulièrement en avant le caractère intuitif des appareils, cela a pour effet de marginaliser symboliquement ceux qui ne maîtrisent pas les codes de fonctionnement. À ce titre, Joëlle Le Marec et Igor Babou, dans le cadre d'une enquête sur la réorganisation numérique d'une bibliothèque, soulignent cette tendance des discours d'escorte du numérique à accentuer la simplicité de l'utilisation :

« L'utilisateur valorisé est celui qui se débrouille tout seul face à l'Internet, alors que le "neu-neu", dont il de bon ton de se moquer, est une figure de ringard qui a besoin d'aide : les discours d'escorte du multimédia insistent, en effet, de manière appuyée sur la facilité d'accès à l'information et l'autonomie des usagers. »
(Le Marec et Babou, 2003 : 255)

Les conséquences de ce vocabulaire intuitif sont doubles : d'une part un effacement progressif des aspects techniques et ergonomiques du dispositif (navigation, arborescence) au profit d'un

j'espère le montrer, expliquent qu'au lieu du rêve utopique d'un temps abondant, les sociétés occidentales sont confrontées à une pénurie de temps, une véritable *crise du temps*, qui met en question les formes et les possibilités d'organisation individuelles et politiques ; une crise du temps qui a mené à la perception largement répandue d'un *temps de crise*, dans lequel, paradoxalement, se répand le sentiment que, derrière la transformation dynamique permanente des structures sociales, matérielles et culturelles, de la « société de l'accélération », se cacherait en réalité un immobilisme structurel et culturel profond, une pétrification de l'histoire, dans laquelle plus rien d'essentiel ne changerait, quelle que soit la rapidité des changements en surface. [...] Cependant, la relation entre cette dimension de l'accélération et l'accélération technique et les changements sociaux entraîne une conséquence paradoxale extrêmement fâcheuse, qui voue fatalement à l'échec la « promesse de bonheur » implicite de l'accélération : les mêmes inventions, techniques et méthodes qui permettent la réalisation accélérée de possibilités du monde et augmentent ainsi la somme totale des *options réalisées* au cours d'une vie augmentent en même temps le nombre et la diversité des *options réalisables*, démultiplient donc le « temps du monde » et ce, comme nous l'avons vu, souvent de manière exponentielle. Il suffit de penser à la gigantesque augmentation des options encadrée par les nouveaux médias, par exemple la télévision par câble, ou à plus forte raison Internet, qui ne se contente pas d'accélérer les processus d'information et de communication traditionnels, mais a aussi ouvert de nouveaux espaces de services, de loisirs et de modes de communication – deux exemples qui témoignent de l'augmentation exponentielle de la peur de "passer à côté de quelque chose". » (Rosa, 2010, 138)

imaginaire immédiat de l'accès aux technologies, d'autre part une tendance à ne pas penser les compétences requises pour utiliser le dispositif.

Nous présenterons dans les deux parties suivantes les caractéristiques de cette réquisition numérique en contexte muséal : l'injonction à la participation, à l'interactivité et à la nouveauté.

2.2 Eléments de contexte : imaginaire participatif et réquisition numérique

En ce qu'il constitue également un appel à l'activité décrit comme étant dans l'intérêt du citoyen, l'imaginaire participatif est une composante importante de la réquisition numérique³².

Le terme participatif, fortement présent dans les discours des professionnels de la culture, rend compte d'une volonté de créer un lien spécifique avec le public et de réactualiser les conditions de la démocratie culturelle. S'il s'agit dans la plupart des cas de donner un rôle prétendument actif au visiteur en lui proposant de contribuer à un projet, chaque dispositif exige de lui un degré d'implication différent. En effet, comment mettre sur un même niveau un dispositif qui demande au visiteur de voter pour son projet favori depuis le site internet d'un musée et un dispositif de co-écriture de fiches de salle impliquant une présence régulière dans l'institution ?

Nous partons également du constat que la définition de la participation se heurte fréquemment à un manque de précision, puisqu'elle est invoquée par un grand nombre de musées pour définir des modes d'implication du public extrêmement variés. L'usage indifférencié de l'adjectif participatif empêche de penser la nature et le degré d'implication du visiteur, le travail de l'institution pour s'ouvrir à ses publics et la qualité des échanges entre ces deux pôles.

Cela occulte également des questionnements essentiels sur les enjeux et les valeurs supposées des dispositifs participatifs. Dans un contexte où l'on demande fréquemment au visiteur d'agir au sein de l'exposition dans le but de s'approprier des savoirs, comment différencier par exemple la manipulation d'outils multimédias de la participation ? De quelle façon comparer les initiatives qui viennent du public (*bottom up*) et celles qui viennent des institutions (*top down*) ? Quelle est la spécificité de la médiation participative numérique telle qu'elle est actuellement développée en contexte muséal ? Ces dispositifs sont-ils susceptibles de favoriser véritablement une capacitation³³ (ou *empowerment*) de la part des visiteurs ou bien s'agit-il de la part des institutions d'instrumentaliser des activités culturelles pour en faire des outils

³² Nous nous référons ici aux recherches menées durant la rédaction d'un chapitre d'ouvrage intitulé « L'imaginaire numérique dans les dispositifs participatifs au musée », à paraître en 2016 dans *Le musée augmenté* sous la direction de Camille Jutant et de Gaëlle Lesaffre.

³³ La capacitation définit la façon qu'a un individu de pouvoir agir par lui-même dans une situation donnée.

d'intervention sociale (Duchesneau, 2011) ? *In fine*, c'est le statut du visiteur, ainsi que sa capacité d'action, qui sont interrogés.

Afin d'éclairer ces questionnements, nous proposons d'observer les dispositifs de la médiation participative à travers deux angles précis : l'idéal de démocratie culturelle et la place de l'imaginaire des technologies numériques vers les pratiques professionnelles participatives des musées. Ces deux angles ont été choisis en prenant en considération le contexte actuel dans lequel les projets visant à impliquer le visiteur rendent compte d'une volonté d'opérationnaliser les objectifs de la démocratie culturelle, initiés depuis plusieurs décennies, en termes de capacitation (ou *empowerment*) des individus et d'acquisition d'un esprit critique. Ces dispositifs s'appuient sur la certitude selon laquelle le citoyen peut et doit prendre part aux activités culturelles de son lieu de vie. En outre, on observe que les dispositifs participatifs ont tendance à avoir recours aux outils numériques du web 2.0 dans le but de favoriser l'expression des publics. Cette fusion de deux imaginaires (un imaginaire numérique positif et un imaginaire de la médiation participative comme opérationnalisation de la démocratie culturelle) donne alors à voir la cristallisation d'un imaginaire salvateur du numérique au musée.

Nous proposons ici de répondre à deux objectifs : classer ces dispositifs pour proposer une typologie théorique de la notion de participation en fonction du degré d'implication du visiteur et donner quelques exemples de dispositifs participatifs et de leurs imaginaires.

2.2.1 Enjeux des dispositifs participatifs dans l'histoire de l'action culturelle

La démocratie, le milieu scientifique, la culture numérique et le milieu culturel ont ceci de commun qu'ils ont tous eu recours au modèle participatif. Les discours d'escorte sur le modèle participatif ont en outre circulé d'un domaine à un autre

La participation est d'abord un concept utilisé en économie pour décrire les formes de travail en entreprise. Elle concerne l'engagement des salariés et des employeurs dans la même entreprise puisqu'elle est définie comme l'ensemble des : « mesures destinées à intéresser les membres du personnel à leur entreprise et à la vie économique ainsi qu'à favoriser l'établissement de rapports de confiance entre salariés et employeurs » (Larousse, 2015). Cette logique d'intéressement des individus est également à l'œuvre dans le domaine de la citoyenneté : la démocratie participative désigne les actions permettant aux citoyens de s'impliquer dans des prises de décision relatives au fonctionnement de la société. Cette définition interroge le rôle de citoyen dans une réflexion sur la démocratie participative ou

délibérative, concernant sa capacité à s'émanciper par l'*empowerment* que permettrait ce type de projet.

De la même façon, le modèle participatif dans la culture s'appuie sur les fondements des politiques culturelles à l'œuvre depuis 1940 : la démocratisation culturelle (caractérisée par l'objectif d'élargissement des publics et de décentralisation) mais également la démocratie culturelle (caractérisée par la volonté d'implication des publics dans la vie culturelle). Le droit à la culture, ancré dans la constitution depuis 1946³⁴, implique que l'accès aux contenus culturels doit être pensé au sens large et sous-entend la possibilité de s'impliquer et d'être acteur de la vie artistique et culturelle.

En outre, depuis les années soixante-dix, les discours politiques privilégient la participation des publics à la vie culturelle, à travers notamment la pratique amateur, par rapport à la simple diffusion artistique. Les défenseurs de l'animation culturelle, de l'éducation populaire ou de la diffusion culturelle s'accordent peu à peu pour dépasser le modèle d'accès direct à l'art impulsé par Malraux afin de privilégier des dispositifs à l'écoute des publics. En 1974, dans une note intitulée *Orientation générale d'une politique d'action culturelle*, le socialiste Dominique Taddéi met au cœur de son projet l'implication des publics au sein de l'action culturelle française :

« Il ne s'agit pas simplement de mettre le savoir, les compétences, les œuvres, à la portée d'un nouveau public dans une optique qui privilégierait la diffusion, n'importe quelle diffusion. Il s'agit de faire en sorte que ce nouveau public, c'est-à-dire la masse des citoyens, et au premier rang d'entre eux les travailleurs, puissent participer à l'élaboration d'une nouvelle culture³⁵ »

L'idée d'une culture *par* tous venant compléter une culture *pour* tous étend la portée des actions de démocratisation culturelle. Cette dernière n'est plus la simple juxtaposition de la diffusion artistique et d'animations occupationnelles mais elle souhaite devenir une façon de donner aux citoyens la possibilité d'être partie prenante de la vie culturelle, de la façonner comme de la contester³⁶.

³⁴ Le Préambule de la Constitution du 27 octobre 1946 garantit : « l'égal accès de l'enfant et de l'adulte, à l'instruction, à la formation professionnelle et à la culture », ce qui confère au droit à la culture une valeur constitutionnelle. Source : http://www.culture52.fr/fichiers/constitution-et-droit-a-la-culture_1317980494.pdf

³⁵ *Orientation générale d'une politique d'action culturelle*, Secrétariat national à l'action culturelle du PS, 1974. Centre des archives contemporaines 840754/64 direction du théâtre et des spectacles. Cité dans Moulinier (Pierre), 2012, *Histoire des politiques de « démocratisation culturelle » : La démocratisation culturelle dans tous ses états*, Comité d'histoire, Ministère de la culture et de la communication. Publication en ligne : <www.culturecommunication.gouv.fr>.

³⁶ À ce sujet, on peut citer la définition de la démocratie de Paul Ricœur qui met en avant la participation du citoyen : « Par rapport à la notion de conflit, est démocratique un état qui ne se propose pas d'éliminer les conflits, mais d'inventer les procédures leur permettant de s'exprimer et de rester négociables. [...] Quant à la définition de la démocratie par rapport au pouvoir, je dirai que la démocratie est le régime dans lequel la participation à la décision est assurée à un nombre toujours plus grand de citoyens. » (Ricœur, 1986 : 404). De nombreux militants de l'éducation populaire, tels que Franck Lepage, font

Ainsi, la volonté de permettre au visiteur de s'impliquer activement dans le fonctionnement d'un lieu culturel n'est pas un projet récent. Bien avant la massification des technologies et les discours sur la participation *via* le web 2.0, de nombreux dispositifs permettent à des visiteurs passionnés de s'engager dans la vie de l'institution, que ce soit par des dons ou par des adhésions à des associations d'amis du musée.

Nous choisissons de nous arrêter sur deux mouvements spécifiques de l'évolution du discours sur le modèle participatif dans la culture, d'abord en remontant aux origines de la participation en contexte muséal puis en étudiant la fusion de l'imaginaire du numérique et de l'imaginaire du musée participatif.

2.2.2 Des écomusées à la médiation participative : contexte et enjeux de la participation du public au musée

S'il est parfois présenté comme révolutionnaire et inédit, le modèle de l'implication des non-professionnels dans les musées n'est pas nouveau. Les écomusées et musées d'ethnographie rurale ont développé de longue date des logiques de fonctionnement participatif. Cependant, l'implication demandée dans ce contexte diffère de celle proposée aujourd'hui aux visiteurs des musées.

L'écomusée se construit dans un contexte militant : il peut symboliser un outil de changement social et de capacitation³⁷. Georges-Henri Rivière le définit de la manière suivante : « un instrument qu'un pouvoir et une population conçoivent, fabriquent et exploitent ensemble » (Binette, 2004). Les habitants du village où se trouve l'écomusée endossent des responsabilités professionnelles multiples : accueil du musée, médiation (visite guidée, rédaction de textes), gestion des collections (parfois dons d'objets au musée de la part des habitants) et programmation culturelle (animations, conférences, activités...). Actuellement, le musée Dauphinois donne toujours à voir un fonctionnement participatif inspiré des écomusées. Selon le directeur du musée de la Résistance et de la Déportation de l'Isère, ces musées héritiers des écomusées « associent, depuis plusieurs décennies, les acteurs de la société civile pour élaborer leur programme muséographique » (Cognes, 2012). Cependant, le modèle de l'écomusée,

d'ailleurs référence à cette définition de la démocratie pour souligner l'importance de l'implication des citoyens dans débat politique comme faisant partie intégrante de la culture d'une société.

³⁷ En effet, certains écomusées se construisent sur une volonté forte de changement social. Selon Paul Rasse : « c'est à l'institution elle-même, proclamait Ducan Cameron, de financer la révolution, en donnant aux artistes et aux critiques sociaux des occasions d'être entendus, d'être exposés et de contester les valeurs reconnues et les institutions en place. » (Rasse, 2000 : 6)

fortement associé à une communauté géographique précise et à un contexte militant, reste actuellement un exemple marginal en France. Qu'en est-il aujourd'hui de ces fonctionnements participatifs ? Actuellement, excepté dans quelques lieux emblématiques, le mode de fonctionnement des écomusées n'est pas grandement développé en France.

À une échelle internationale, des modèles autres que l'écomusée proposent des fonctionnements participatifs à travers le bénévolat ou l'engagement associatif et posent des questions similaires concernant le degré d'engagement du visiteur. À ce titre, le contexte muséal américain offre un modèle d'implication intéressant à travers la figure du *volunteer*, permettant de sortir du cadre européen pour penser d'autres formes d'implication. Un *volunteer* est un bénévole qui donne de son temps dans un musée et qui peut y assurer plusieurs tâches : accueil, visites, gestion de la boutique du musée ou collecte de fonds (Tobelem, 2001). L'importance des bénévoles dans les musées américains est très différente de celle du contexte européen puisque la présence des *volunteers* dans ces musées représente plus du double de la masse salariale de l'institution³⁸. En échange de cet investissement, le musée assure un contre don symbolique : il met en place des rencontres avec les conservateurs, des formations et des événements festifs. Ainsi, si l'implication des visiteurs dans les musées n'est pas nouvelle, on remarque qu'elle concerne en priorité les bénévoles et les passionnés. Nous nous focaliserons par la suite sur les situations où l'institution vient également à la rencontre de visiteurs moins proches du musée pour les inciter à participer.

Enfin, le mouvement de la nouvelle muséologie, développé dans les années soixante-dix, a très tôt interrogé la capacité du musée à devenir un lieu de débat social qui remette en cause une transmission descendante du savoir et une conception élitiste de la culture. Les métaphores d'un musée temple (fermé et sacralisé) qui s'opposerait à un nouveau musée forum (ouvert et évolutif) de Duncan F. Cameron (1992), utilisées pour représenter les usages sociaux du musée, rendent compte d'une volonté de penser le musée comme un lieu où se rencontrent les valeurs de la démocratie participative. Le terme forum renvoie ici à la place publique, le lieu de discussion dans la Rome antique.

En outre, on remarque qu'actuellement, des professionnels du musée impliqués dans le domaine numérique ont également recours à ce type de métaphores topologiques pour définir les usages du musée. Nous prendrons l'exemple de Samuel Bausson, médiateur numérique au Champs

³⁸Il y avait « en 1994 plus de 350 000 bénévoles dans les musées des Etats-Unis, soit en environ deux fois et demi le nombre d'employés » (Tobelem, 2001, 6). À ce titre, les relations entre les bénévoles et les salariés peuvent être complexes, les premiers assurant comme les seconds une fonction de médiation.

Libres engagé dans la communauté Muzéonum. Dans son blog *Mixeum* consacré aux nouvelles formes de médiation, il propose les expressions de « musée Lego » ou de « musée bazar » pour définir le modèle du musée participatif. Ces expressions insistent sur l'aspect flexible, ouvert et hétéroclite de l'institution, dans laquelle le bricolage et l'expérimentation sont à l'honneur. Il s'agirait d'un lieu modulable qui s'opposerait à un « musée cathédrale » (Bausson, 2013). Pour illustrer ce contraste entre un « musée cathédrale » et un « musée bazar », rappelant le rapport entre le temple et le forum (Cameron, 1992), Samuel Bausson fait référence à un article³⁹ sur le logiciel libre Linux et inscrit ainsi sa réflexion dans les valeurs de la culture numérique. Ces métaphores ainsi que le succès du concept de « musée Lego », fortement relayé dans la communauté MuséogEEK, sont le signe que certains professionnels de la médiation ont pu trouver dans l'imaginaire de la culture numérique participative de quoi alimenter une vision contemporaine d'un musée en réseau et en lien avec ses différentes communautés. On observe en effet des témoignages de professionnels de la médiation qui insistent sur l'importance d'entretenir et de créer un lien entre le musée et les différentes communautés existants sur internet (des passionnés d'architecture, de design, d'histoire...). La notion de communauté en ligne est ici moins liée au territoire qu'à des affinités pour des sujets communs⁴⁰.

2.2.3 Démocratie participative et culture numérique

Si la notion de participation prend une place importante dans le débat démocratique, elle est également fortement présente dans les réflexions portant sur la culture numérique.

³⁹ L'auteur de cet article approuve et encourage la créativité ainsi que les logiques de détournement et de bricolage (définies comme du « bidouillage ») dans la réalisation des logiciels libres : « À l'opposé de la construction de [logiciels] cathédrales, silencieuse et pleine de vénération, la communauté Linux paraissait plutôt ressembler à un bazar, grouillant de rituels et d'approches différentes (très justement symbolisé par les sites d'archives de Linux, qui acceptaient des contributions de n'importe qui). (...)Le fait que ce style du bazar semblait fonctionner, et bien fonctionner, fut un choc supplémentaire. Alors que j'apprenais à m'y retrouver, je travaillais dur, non seulement sur des projets particuliers, mais encore à essayer de comprendre pourquoi le monde Linux, au lieu de se disloquer dans la confusion la plus totale, paraissait au contraire avancer à pas de géant, à une vitesse inimaginable pour les bâtisseurs de cathédrales. » Source : *La cathédrale et le bazar* d'Eric S. Raymond. Publication en ligne : <http://www.linux-france.org/article/these/cathedrale-bazar/cathedrale-bazar_monoblock.html>.

⁴⁰ A titre d'exemple, Samuel Bausson (2013) décrit le travail qui peut être fait avec les communautés en ligne dans les dispositifs participatifs à travers le modèle de la « conversation » : « Un des ressorts du participatif en ligne est basé sur la mise en relation de profils qui s'affilient par affinité. Ces regroupements forment des réseaux basés sur les motivations et centres d'intérêt de chacun. Ces relations inter-individuelles s'enrichissent mutuellement du fait du tissu d'échanges au sein du groupe et de la masse d'informations générés collectivement. Le musée-Légo ne passe pas du mode « contrôle » au mode « abandon » en se contentant de réunir les « participants » ensemble et en espérant que la « sauce participative » prenne toute seule. Il ne peut pas y avoir d'un côté le musée « générique en bloc » et de l'autre « les communautés » de visiteurs. Au contraire, il comprend que le musée est un « organisme » dont font partie ceux qui y travaillent. Chacun s'y implique, avec son expertise, en assumant sa place, en relation avec les autres, ni plus, ni moins. Les personnels du musée prennent place avec leurs individualités professionnelles et prennent une part assumée à la « conversation ». Le musée-Légo retire le masque institutionnel de la relation générique « façade/logo » avec le « grand » public. Il embrasse une relation inter-individuelle assumée entre professionnels et visiteurs du musée. »

À l'origine des promesses d'usage d'internet se trouvent les intentions de la communauté Arpanet, dans un contexte où la contre-culture californienne développe de grands espoirs quant aux communautés en ligne. Il s'agirait de créer un espace où ces communautés « renforceraient ou remplaceraient les communautés locales, où les conférences informatiques permettraient d'exercer une intelligence collective, de construire un nouvel espace public » (Flichy, 2001 : 60). Les aspects social et politique de ce projet sont déterminants dans le sens où la communauté Arpanet espère « refonder un lien social qui se délite, redynamiser le débat public et, plus largement, la vie démocratique » (*Ibid.* 61). Yves Citton propose une lecture semblable de la culture numérique en expliquant qu'elle repose historiquement sur un idéal de démocratisation culturelle :

« Une certaine aspiration politique en direction de la démocratisation des savoirs semble inhérente au mouvement global des humanités numériques. Émergées au moment où Internet apparaissait comme une promesse d'échange sans barrière et d'accès universel, libre et gratuit, elles ont été porteuses de revendications indissociablement épistémologiques, sociales et politiques. » (Citton, 2015 : 173).

Par la suite, les expressions « web social », « web 2.0 » et « web participatif » ont eu un franc succès à partir des années 2000 pour décrire des interfaces permettant aux internautes de générer du contenu. Les plateformes de blogging et les réseaux sociaux proposant des structures souples et accessibles pour éditer des documents facilitent la posture d'auctorialité (Broudoux *et al.*, 2005). Le web social est à ce moment-là défini comme « la participation active des usagers dans la production et la diffusion des contenus sur la Toile » (Millerand, Proulx et Rueff, 2010). En outre, le modèle contributif de certaines plateformes (les wikis) et la réflexion sur les biens communs (tels que logiciels *open source* et livres de droits) ont contribué à nourrir la réflexion sur les capacités de la culture numérique à favoriser le partage, l'échange et la participation.

Les dispositifs participatifs dans les musées qui utilisent les nouvelles technologies, tels que des jeux transmédiés sur les réseaux sociaux ou des ateliers d'écriture sur des wikis, se situent à la rencontre de ces deux imaginaires : l'imaginaire du participatif (supposé favoriser l'*empowerment*) et l'imaginaire du numérique (supposé favoriser le partage et l'innovation).

Un tel investissement symbolique du concept de participation a intéressé les chercheurs en sciences de l'information et de la communication, en sciences du langage et en sociologie des usages qui ont interrogé la spécificité des imaginaires sociotechniques véhiculées par ces dispositifs. Les analyses des discours sur la participation dans les médias en ligne révèlent, comme pour le musée, une grande diversité d'appropriations de ces espaces d'expression (Denouël, Granjon et Aubert, 2014). L'aspect axiologique de la participation est, là aussi,

extrêmement important puisque les discours d'escorte de ces dispositifs indiquent qu'ils permettraient l'opérationnalisation de certains comportements envisagés comme des valeurs : l'émancipation, l'*empowerment* et l'esprit critique. Les médias participatifs voient alors l'émergence de différents types de figures chargés d'investir ces nouveaux espaces (les témoins, les experts, les veilleurs et les commentateurs⁴¹) ; chacune de ces figures développant un rapport spécifique à l'expression en ligne. On observe finalement que le modèle participatif a toujours eu un lien fort avec les technologies numériques et l'univers des *hackerspace*, en tant qu'espace souhaitant privilégier des logiques : « d'inventivité, de fascination, de détournement d'usage et de bricolage » (*Ibid.*, 24⁴²).

Cet imaginaire participatif des technologies, fréquemment positif et associé à une vision militante, pose cependant la question du recul critique des concepteurs de ces dispositifs concernant les présupposés symboliques des protocoles utilisés. Les chercheurs en sciences de l'information et de la communication qui ont observé d'un point de vue critique les discours sur les dispositifs participatifs montrent en effet une très forte adhésion des concepteurs de ces dispositifs aux modèles de la coopération.

À ce sujet, Yves Jeanneret (2014) révèle de la part des communautés d'utilisateurs un manque de recul critique sur le fonctionnement de certains dispositifs contributifs en prenant pour exemple l'encyclopédie Wikipédia. Cette plateforme contributive en ligne entretiendrait un « idéal participatif, qui veut que le meilleur sorte de la confrontation collective, *hic et nunc*, dès lors qu'on soumet celle-ci à un protocole rationalisé » (*Ibid.*, 27). La posture de Wikipédia revient ici à établir un lien de causalité direct entre la participation des internautes et la rigueur intellectuelle, dans une logique où la simple collaboration des individus d'une communauté suffit à conférer symboliquement à leur contribution une valeur scientifique attestée. Dans cet idéal, la notion même de contribution est d'emblée chargée de valeurs positives. Ce fonctionnement étant dès le départ considéré comme bénéfique (car faisant appel à tous) et donc efficace, le danger réside dans le fait que les contributeurs font l'économie d'un regard critique sur le résultat du dispositif (notamment lorsque la chaîne de validation des articles manque de fiabilité).

⁴¹ Dans les communautés numériques sur la médiation participative (comme la communauté Muzeonum) on observe ces mêmes figures, notamment celle du veilleur et du commentateur.

⁴² Et en effet, dès les premiers projets de la communauté Arpanet, l'ordinateur devait permettre aux utilisateurs d'être : « plus créatif, plus inventif, plus efficace » (Flichy, 2001 : 58). La coopération est alors la pierre angulaire de ce projet, à la fois sur le plan du support technologique que sur celui des usages : « Le principe de coopération qui est à la base de l'architecture technique du réseau constitue également la règle d'or de fonctionnement du projet. L'imaginaire coopératif de l'internet est d'autant plus fort que, dès le démarrage, il s'applique aussi bien à la technique qu'à l'organisation sociale » (*Ibid.* 57).

On retrouve une critique similaire des jugements hâtifs sur l'efficacité des dispositifs participatifs dans les travaux de Labelle (2008) décrivant la façon dont les technologies ont été investies symboliquement comme un moyen de réactiver l'exercice de la démocratie. Elle discute l'idée selon laquelle le « processus démocratique serait *de facto* revivifié par "l'interactivité" » ainsi que la « redistribution de la parole permise par les nouveaux médias » (Labelle, 2008 : 43) et critique la confusion entre l'utilisation des technologies et un meilleur fonctionnement du système démocratique. Établir un tel lien de cause à effet entre ces deux éléments constitue à ses yeux un biais visant à considérer l'outil non plus comme un moyen mais comme une fin : « ce qu'on annonce, c'est la réactivation du politique par le dispositif technique et non celle du politique par la pratique » (*Ibid.* : 46). Le principal problème posé par l'évaluation de ces dispositifs participatifs serait alors le manque d'analyse de leurs architectes (Jeanneret, 2008), c'est-à-dire des cadres d'écriture qui conditionnent les productions des contributeurs. Sans observation des architectes, le risque est d'attribuer davantage la production finale aux utilisateurs qu'aux cadres du dispositif, ce qui peut rapidement mener à des conclusions naïvement optimistes à propos de l'*empowerment* des utilisateurs.

À l'instar des domaines médiatique et politique, on remarque dans le milieu des musées une forte adhésion aux croyances du modèle participatif ainsi qu'aux valeurs du numérique. Ces dispositifs participatifs étant actuellement nombreux et demandant des niveaux d'engagements très différents de la part des visiteurs à travers des architectes variés, nous proposons par la suite de les qualifier plus finement.

2.2.4 Distinguer les dispositifs participatifs

Nous présenterons puis comparerons quelques typologies de dispositifs participatifs avant de proposer un nouveau classement. Ces typologies de dispositifs distinguent les actions à réaliser en fonction du statut qui est donné au participant et du degré d'implication de l'institution.

La typologie proposée par Casemajor Lousteau et Lamoureux (2014) étudie le lien entre les artistes et les participants lors d'ateliers de création dans le champ de la pratique artistique. Les dispositifs participatifs sont classés en fonction du statut qui est donné au contributeur : public, co-auteur ou auteur. Elles distinguent trois types de dispositifs montrant une implication croissante du public : l'interaction, la collaboration et la co-création. Dans le modèle de l'interaction, le visiteur est considéré comme un spectateur qui doit interagir avec l'œuvre d'art pour qu'elle ait lieu. Ce type d'interaction a lieu au moment de la réception de l'œuvre par le

public, ce dernier n'ayant pas d'influence sur l'œuvre au stade de la conception. Le participant fait alors partie du public. Il n'est pas associé au processus de création et n'a pas le statut de co-auteur. Il en est différemment dans le cas de figure de la collaboration, où le visiteur participe pleinement à la création de l'œuvre et constitue une aide pour l'artiste. Il s'associe alors à la création sans pour autant être désigné comme co-auteur à la fin du processus. Enfin, dans la modèle de la co-création, la conception de l'œuvre se fait de concert avec le participant à qui l'on octroie *in fine* un statut d'auteur de l'œuvre réalisée. L'intérêt de ce classement par degré d'autorité des participants est de mettre au jour le contre-don symbolique qui leur est fourni en échange de leur investissement. En fonction de leur aide, leur nom est associé à la création artistique en tant que contributeur ou auteur dans un fonctionnement où la gratification est proportionnelle à leur engagement.

La typologie mise en place par Simon (2010) concerne davantage les professionnels du musée et mesure ce qui est demandé au visiteur dans l'institution muséale. Elle dégage cinq types de demandes faites au visiteur, allant d'une simple consultation au fait de voir que ses actions sont intégrées par le musée : découverte, interaction, participation, collaboration et échange. Elle décrit dans cette typologie ce qui est demandé au musée ainsi que la nature des interactions entre les visiteurs et l'institution. L'intérêt de cette typologie est qu'elle décrit l'engagement de la structure culturelle, c'est-à-dire sa capacité à mettre en place un lien (caractérisé par un échange ou un dialogue) avec son public, ainsi que les moyens mis en œuvre pour y parvenir et les effets sur ce même public.

À partir de ces deux typologies, nous proposons un classement différent des dispositifs dits participatifs, en s'appuyant sur des exemples précis. Il s'agit de dresser un portrait des grandes tendances de la participation, en définissant pour chacune trois aspects : les exigences du dispositif de la part de l'institution, la nature de l'implication du visiteur en termes d'actions à réaliser et ce qui est donné au visiteur en échange de son engagement. Nous décrivons quatre modèles allant du degré d'exigence le moins important au plus important : les dispositifs consultatifs, les dispositifs de valorisation de l'expérience de visite, les dispositifs de collecte et enfin les dispositifs de co-conception. Pour chacun de ces modèles, nous examinerons ce que doit faire l'institution et ce que doit faire le visiteur⁴³. Pour cette typologie, nous différencierons les approches participatives venant de l'institution (de type *top down*) des approches venant des visiteurs eux-mêmes (de type *bottom up*) et décrirons en priorité les approches *top down*. Il

⁴³Les dispositifs participatifs décrits ont été étudiés à travers une veille documentaire en ligne effectuée de septembre 2011 à mai 2016. Nous avons notamment consulté les réseaux sociaux à travers la communauté Muséogek, le groupe Facebook Muzeonum et site internet du CLIC France.

s'agira *in fine* de comprendre comment ces quatre types de dispositifs sont associés à un imaginaire mélioratif du numérique participatif.

(I) Les dispositifs consultatifs

Les dispositifs consultatifs visent à recueillir l'opinion des publics à propos d'un projet ou d'une activité existante. Différents dispositifs sont utilisés, parmi lesquels les enquêtes, les bêta tests⁴⁴, les votes de budgets participatifs et les comités d'utilisateurs... À titre d'exemple, le musée d'Histoire de Marseille proposait en janvier 2014 un espace où les visiteurs pouvaient voter pour leur bâtiment favori parmi une liste de monuments de la ville. Les résultats du vote ont eu une influence sur les conditions de restauration et de valorisation du bâtiment élu. De la même façon, le vote pour le budget participatif des habitants de la ville de Paris⁴⁵ mis en place en 2014 a permis aux habitants de voter entre plusieurs projets concernant la ville. Ces types de dispositifs de démocratie participative ne sont pas nouveaux. Ils existent notamment depuis les années quatre-vingt-dix au Brésil, où les projets ne sont pas proposés par les collectivités territoriales mais directement par les habitants. Dans le cas parisien, la participation est partielle puisque les habitants ne font que choisir leur dispositif favori et n'ont pas réfléchi en amont avec les élus à ces différentes propositions, comme cela peut être le cas dans d'autres situations dans lesquelles des citoyens ou des associations sont force de proposition.

Dans ce type de dispositifs consultatifs, le degré de participation du public dépend du protocole mis en place. Selon les cas, le point de vue du visiteur est matérialisé par un rapide vote en ligne ou bien demande la formulation d'une opinion détaillée et réflexive sur un usage précis. Ces dispositifs sont également une invitation pour les publics à comprendre les codes de l'action culturelle et à s'y sentir associés. De la part de l'institution, il s'agit d'anticiper les attentes du public afin de proposer des projets susceptibles de générer l'envie de participer.

(II) La valorisation de l'expérience de visite

Les sites internet ou les réseaux sociaux des musées accueillent et relayent fréquemment les productions des visiteurs relatives à leurs expériences de visite telles que les photographies d'œuvres ou les articles de blog consacrés aux critiques d'exposition.

⁴⁴ En octobre 2011, le centre Pompidou fait appel à des bêta-testeurs pour naviguer sur la première version du nouveau site internet de l'institution. Des rencontres sont organisées pour entendre les retours des utilisateurs et éventuellement les intégrer au nouveau webdesign du site.

⁴⁵ Source : <<https://budgetparticipatif.paris.fr/bp/je-vote.html>>.

Le phénomène des *selfie* réalisés dans les musées (*museum selfie*) puis postés sur Twitter, Instagram ou sur des blogs connaît actuellement un succès grandissant. Un grand nombre de ces photographies sont à caractère humoristique et rendent compte d'un jeu entre le visiteur et l'œuvre, souvent lié à l'imitation de l'objet de collection. À titre d'exemple, le tumblr *Museum Selfie* recense un grand nombre de ces photographies de visiteurs prenant la pose devant les œuvres⁴⁶. Parmi ces photographies, on peut distinguer des valorisations qui sont des actions spontanées de la part des visiteurs et des valorisations qui viennent des institutions proposant par exemple un concours de photographies. Dans ce cas, il est demandé au visiteur de se prendre en photo dans l'exposition et donc d'accepter de communiquer à l'institution son image associée à celle du musée. Du côté de l'institution, il s'agit d'accepter des comportements davantage décontractés dans les salles d'exposition ainsi qu'un rapport parfois désacralisé aux œuvres.

La Panacée (le centre de culture contemporaine de Montpellier), proposait en octobre 2014 à ses visiteurs de prendre en photo leur œuvre favorite dans l'exposition *Une lettre arrive toujours à destination*. Les médiateurs affichaient ensuite dans l'exposition toutes les photographies effectuées avant de les envoyer par la poste aux visiteurs une fois l'exposition terminée. De cette façon, les médiateurs découvrent les œuvres préférées des visiteurs à travers le support photographique qui devient un complément utile au livre d'or et aux enquêtes de public concernant la réception de l'exposition. L'objectif du dispositif est alors double : valoriser ce qu'exprime le visiteur au sein même de l'espace d'exposition et lui laisser par la suite un souvenir agréable de sa visite à travers l'envoi à son domicile d'une photographie.

Dans tous ces exemples, nous notons que peu de ces dispositifs sont à l'initiative du public. Le visiteur est davantage amené à suivre une consigne donnée par l'institution qu'à décider par lui-même de la nature de son implication :

« Lorsqu'ils écrivent quelque chose dans l'exposition (...) il s'agit souvent d'une écriture qui consiste à remplir des champs. [...] Les visiteurs reconnaissent dans le discours la place qui leur a été désignée par les énonciateurs. » (Le Marec, 2007 : 151).

⁴⁶Source : <<http://museumselves.tumblr.com/>>.

On peut également noter le cas du Storify qui a été réalisé pour la Panacée (centre de culture contemporain de Montpellier) et diffusé en 2014 sur leur page Facebook. Ce Storify, réalisé par l'agence Hexagramm, valorise les photographies des visiteurs, montrant ainsi qu'elles ont leur place dans l'identité institutionnelle du musée. Source : <<https://storify.com/stephanehexa/la-panacee-saison-2014>>.

(III) Les dispositifs de collecte

Les dispositifs de collecte proposent aux visiteurs d'apporter au musée des éléments de plusieurs natures (objets, photographies, témoignages) qui sont susceptibles d'enrichir le contenu scientifique des expositions ou des dispositifs de médiation.

À titre d'exemple, le musée Mc Cord propose à ses visiteurs de décrire les images de leur collection en apposant des tags sur les images issues de la base documentaire disponible en ligne, afin d'obtenir des métadonnées non expertes permettant de comprendre le rapport des visiteurs aux œuvres. Au même titre, le Museum d'histoire naturelle de Toulouse propose à son public d'alimenter les bases de données du musée avec des photographies (plantes, animaux) prises par les visiteurs lors de leurs sorties dans la nature. Ce dispositif proche des actions de science participative est présenté comme une opportunité pour compléter le fonds documentaire iconographique des collections⁴⁷. D'autres musées proposent de récolter des témoignages, des objets ou des créations des visiteurs afin de les exposer ou de les valoriser.

Les objectifs de ces dispositifs de collecte sont de trois types : favoriser un lien privilégié entre le public et le musée en valorisant sa contribution, documenter les collections, et surtout impliquer les visiteurs pour qu'ils se sentent concernés par la notion de patrimoine. En mettant en valeur la production des visiteurs, par exemple par la mise en exposition, le musée espère que la notion de collection et de patrimoine fera davantage sens à leurs yeux. C'est pourquoi on observe que ces dispositifs sont fréquemment utilisés pour valoriser le patrimoine immatériel d'un lieu précis afin de souligner l'aspect quotidien et vivant des savoirs faire à documenter.

À titre d'exemple, à l'occasion de l'exposition *Food, produire manger consommer*, le Mucem propose un concours de photographie sur le thème de la cuisine et de l'identité. Ce concours permet de gagner un cours de cuisine ainsi qu'une entrée dans l'exposition. Il est accompagné de la consigne suivante :

« Quel est votre lien à la nourriture ? Dites-le nous en faisant parler votre assiette sur tumblr du 29/10/2014 au 09/03/2015 et participez au jeu-concours ! Postez la photo du plat qui vous ressemble accompagnée d'un texte expliquant pourquoi cette assiette vous représente (de 5 lignes au roman, il n'y a qu'un pas). »

⁴⁷ Nous pouvons comparer ce dispositif avec la plateforme Tela Botanica qui propose la mise en place d'un herbier collaboratif, réunissant chercheurs et passionnés de botanique.

La technique du jeu concours avec récompense à la clef, fréquemment utilisée dans le secteur du marketing, vient ici désacraliser l'image du musée et éclairer la notion de patrimoine immatériel à propos des recettes de cuisine.

Ces projets ne sont pas uniquement à l'initiative des institutions culturelles mais peuvent être pensés par d'autres structures, comme c'est le cas pour le dispositif *Wiki loves monuments*⁴⁸. Il s'agit d'un concours visant à enrichir la base de données photographique des biens patrimoniaux en proposant aux internautes d'envoyer leurs clichés vers le répertoire *Wikimedia Commons*. Ce type de projet s'inscrit dans une réflexion sur le partage des biens communs et rend compte d'une accointance entre imaginaire participatif et imaginaire numérique.

Enfin, les dispositifs de financement participatif (*crowdfunding*) sont utilisés dans les musées lorsqu'une institution fait un appel aux dons auprès de ses visiteurs afin d'acquérir ou de rénover des objets de la collection. Au Mudo (musée de l'Oise), le financement participatif contribue à la restauration de la toile de Thomas Couture : *L'enrôlement des volontaires* (1792). Les contreparties pour les visiteurs qui participent à ce financement prennent la forme d'événements susceptibles de créer un lien avec le musée. En fonction des sommes versées, les donateurs pourront être invités à l'inauguration d'une exposition, bénéficier de visites dévoilant les coulisses du musée ou échanger avec des professionnels de la restauration. Au musée du Louvre, le *crowdfunding* a déjà permis de réaliser des restaurations d'œuvres, parmi lesquelles un sarcophage et *Les trois Grâces* de Cranach. Le site web *Tous mécènes !* mis en place par le musée du Louvre a également permis d'acquérir très rapidement de nouvelles œuvres⁴⁹. Les mécènes sont remerciés en voyant leur nom inscrit sur la liste des donateurs près de l'œuvre.

Les différents types de dons sont toujours accompagnés d'un contre-don sous la forme d'une gratification symbolique prenant souvent la forme d'une invitation à revenir au musée pour y découvrir la façon dont ce qui a été donné par le visiteur est présenté et réinvesti. L'engagement est donc plus élevé que dans le cas du dispositif de consultation.

Du côté de l'institution, la démarche de demander au visiteur de lui fournir des éléments venant de son expérience personnelle implique pour le musée d'être prêt à accueillir les productions du visiteur, à accepter sa subjectivité et à lui assurer un contre-don.

⁴⁸Selon l'encyclopédie Wikipédia : « Littéralement *Wiki aime les monuments*, est un concours photographique international se tenant annuellement en septembre, dont l'objectif est de mettre en valeur les biens classés patrimoniaux. Depuis sa création en 2010 aux Pays-Bas, l'événement encourage les gens à prendre des photos des monuments historiques et des lieux patrimoniaux de leur région, puis de les téléverser dans le répertoire *Wikimedia Commons*. D'après le Livre Guinness des records, l'édition 2011 de *Wiki Loves Monuments* bat le record mondial du plus grand concours photographique. En 2012, la compétition s'étend en-dehors des frontières de l'Europe avec 35 pays participants. » (Encyclopédie Wikipédia, 2015).

⁴⁹ Un million d'euros a été récolté en un mois à l'aide de ce dispositif.

(IV) Les dispositifs de co-écriture

Les dispositifs de co-écriture (Cambone, 2015) ou de co-conception impliquent une collaboration entre des professionnels et des non professionnels pour produire un résultat qui sera par la suite réutilisé dans l'institution. Observons deux exemples de dispositifs : les ateliers entre Wikipédia et le centre Pompidou et le co-commissariat d'exposition.

Le projet entre Wikipédia et le centre Pompidou prend la forme d'une suite d'ateliers durant lesquels les visiteurs, les contributeurs de Wikipédia et les professionnels du centre Pompidou réfléchissent ensemble à la rédaction de fiches Wikipédia pour les salles d'exposition. Cet exemple de collaboration entre professionnels et amateurs donne à voir une situation où les documents contextuels sur les œuvres sont réalisés par des personnes apportant un regard extérieur sur l'institution. Contrairement aux exemples précédents où les visiteurs remplissent certains espaces préétablis de l'exposition, on se trouve ici face à un processus qui vise à mettre le participant dans un rôle de médiateur.

À l'inverse, le co-commissariat d'exposition implique de demander aux visiteurs de donner leur avis ou bien de choisir une partie des œuvres à exposer dans une salle de musée. L'exposition de photographie participative *L'art est au coin de ma rue*⁵⁰ à Pélissanne propose aux participants de jouer le rôle de photographe, commissaire et jury le temps d'une exposition. Dans ce cas, on demande tour à tour aux participants des compétences d'artiste, de commissaire ou de critique d'exposition.

Dans ces cas de figure, l'implication du visiteur est plus importante que dans les trois derniers dispositifs décrits. Ces types de protocoles demandent cependant une plus grande souplesse à l'institution qui doit s'ouvrir aux expertises du visiteur ; c'est-à-dire accepter d'accueillir son regard sur l'exposition, en prenant en compte que celui-ci puisse être différent du discours établi par le musée.

⁵⁰ Source : <<http://associationparentheses.fr/expo-photo-participative/>>

Nous pouvons également citer l'exposition *La science, une histoire d'humour* organisée par le Centre Prouvé de Nancy en juin 2015. Ce projet d'exposition participative cherche à récolter des dessins humoristiques sur la science, à travers un appel à la communauté universitaire. Sur le modèle du *crowdsourcing*, les chercheurs sont encouragés à mettre en ligne sur le site du projet tout document relatif à l'humour dans la science (blague concernant une discipline, dessin humoristique...). Source : Exposition science humour. Publication en ligne : <<http://www.science-humour.fr/>>. Pareillement, la fondation Caisse d'Épargne pour l'art contemporain a proposé en 2015 une démarche similaire à travers le dispositif *Ma vie avec toi* : « Le temps d'une exposition, la Fondation espace écurieul propose au public une expérience à partager. L'idée est d'inverser les règles : c'est le public qui choisit les œuvres exposées en expliquant ses choix. La règle du jeu : vous déposez à la Fondation une œuvre d'art contemporain (...) ou sa reproduction. (...) Il s'agit d'une œuvre qui vous accompagne dans la vie, de tout temps ou en ce moment. Vous y joignez un texte d'une vingtaine de lignes qui explique, de manière tout à fait subjective, votre cheminement avec cette œuvre. *Ma vie avec toi* interroge ce que l'art contemporain nous apporte dans nos vies quotidiennes. » Source : http://www.caisseepargne-art-contemporain.fr/ma-vie-avec-toi_616.php

Ce classement des dispositifs participatifs par ordre d'engagement du public et de l'institution rend compte d'une variété de projets dont une très grande partie est liée aux technologies. On observe en effet une forte médiatisation en ligne de ces dispositifs *via* les sites internet des institutions et les réseaux sociaux. Nous notons dans les discours présentant ces différents exemples la conviction selon laquelle les technologies permettraient une plus grande implication des visiteurs. Ces discours favorisent une fusion de l'imaginaire de la culture numérique et de l'imaginaire du musée participatif autour des valeurs de collaboration et d'*empowerment*. Ce constat nous amène à prendre en compte une relation forte entre l'imaginaire numérique et l'imaginaire participatif.

2.2.5 Conclusion

L'enthousiasme qui accompagne la généralisation de certains avatars de la culture numérique au musée vient alors réactiver l'imaginaire de l'élargissement des publics ainsi que le discours et les valeurs des politiques de démocratisation culturelle (Rasse, 2000). Quant à la question de savoir si le musée participatif est susceptible de déplacer les frontières entre la figure du professionnel et de l'amateur, ou de renégocier les fonctionnements hiérarchiques, la diversité des dispositifs et des situations empêche de proposer une réponse valable pour la majorité des institutions. On observe néanmoins que les publics qui prennent part à ces dispositifs de médiation participative sont souvent des passionnés ou des initiés des musées et du monde de la culture (Chaumier, 2016). En outre, les dispositifs participatifs sont davantage à l'initiative des institutions culturelles (*top down*) que des visiteurs eux-mêmes (*bottom up*). On observe davantage de cas de figure où les musées proposent des cadres préétablis pour accueillir la participation des visiteurs que des espaces où le public peut spontanément faire part de ses aspirations (Le Marec, 2007). Cependant cela n'exclut pas l'instauration d'un espace pour le dialogue lorsque les dispositifs sont effectués de façon régulière et sur le temps long. En effet, nous insistons sur la nécessité d'étudier ces phénomènes sur le long terme et de se focaliser sur le rôle du médiateur comme vecteur de ces habitudes participatives dans l'espace public, au sens de Paul Rasse (2000) :

« Si le médiateur peut avoir un rôle de transformation sociale, c'est au sens où l'entendent Kant à propos des Lumières, ou plus tard Habermas avec le concept d'espace public. Là, ce ne sont plus les tribuns qui engagent la foule dans une révolution, mais un long et imperceptible travail du corps social sur lui-même, parce qu'il invente des lieux publics, les salons, les cafés, les salles de théâtre et de concert, où il se découvre

petit à petit en capacité de mettre en question la culture des élites, et où il fait l'apprentissage du sens critique, jusqu'à mettre en débat et en question la culture de son époque. »

La question de la participation en contexte muséal s'observe moins dans les dispositifs précis que dans une façon d'envisager le rôle du musée et leur façon d'accueillir les propositions des visiteurs. Ainsi, les dispositifs précédemment décrits donnent à voir un fort intérêt des musées pour les modèles de la participation, quitte à amalgamer participation du visiteur et appropriation des connaissances ou à confondre utilisation des technologies et exercice de la démocratie, à travers une idéologie technophile qui promeut les valeurs de l'utopie numérique : « le non normé est préférable au normé, l'ouvert est désirable et le clos haïssable, l'accès de tous aux données élémentaires est une condition de la démocratie. » (Jeanneret, 2001 : 36).

De cette alliance entre imaginaire numérique et imaginaire participatif découlent d'autres imaginaires technophiles qui s'appuient sur la croyance en le bien-fondé du progrès technique.

2.3 L'imaginaire technophile des dispositifs numériques en contexte muséal

Nous nous sommes appuyée sur la réflexion menée par Yves Jeanneret dans son ouvrage *Y-a-t-il vraiment des technologies de l'information ?* pour effectuer le recensement des imaginaires du numérique en contexte muséal. Cet ouvrage qui entreprend la critique de l'imaginaire techniciste à l'œuvre dans les discours d'escorte des médias informatisés décrit les deux promesses majeures de ces médias : la transparence et la thaumaturgie, d'où découlent trois croyances que nous décrirons ci-dessous : l'immatérialité, l'intégration et l'interactivité.

L'immatérialité relève d'une hyperbole dans laquelle la flexibilité des médias est exagérée jusqu'à penser la disparition de la machine. L'intégration donne à voir une métonymie, où les documents uniformisés techniquement seraient également : « unifiés culturellement » (*Ibid.* : 158). Enfin, par un procédé d'analogie, l'interactivité attribue aux appareils des compétences humaines telles que l'intelligence ou l'autonomie. Cette croyance amène à percevoir ces dispositifs comme étant intuitifs, c'est-à-dire vecteurs de facilité, de familiarité et d'accessibilité (*Ibid.* : 164 ; Després-Lonnet, 2002). Nous tenterons d'appliquer l'étude réalisée par Yves Jeanneret au domaine muséal afin d'en caractériser l'imaginaire.

Nos lectures sur le sujet ont révélé la présence des trois imaginaires décrits plus haut, auxquels s'ajoutent d'autres promesses. Nous présenterons ci-dessous un imaginaire en cinq temps, caractérisé par des valeurs axiologiquement positives : la facilité, la nécessité, l'attractivité, la nouveauté et la démocratisation culturelle.

2.3.1 La facilité

Les auteurs ayant travaillé sur l'analyse des discours d'escorte des technologies dans le domaine culturel relèvent fréquemment la prétendue facilité d'utilisation des dispositifs, que sous-tend le mythe de l'intuitivité (Després-Lonnet, 2002 ; Jeanneret, 2004). Cet imaginaire consiste à montrer la manipulation de l'interface comme une activité accessible à tous par des gestes spontanés et déjà connus de l'utilisateur. Cette façon de présenter de façon naturelle un geste qui dépend d'un héritage culturel correspondant à des codes sociaux (Jeanneret, 2004) a pour conséquence de nourrir un amalgame entre l'accès à l'information et l'accès au savoir (Jeanneret, 2011 ; Fraysse, 2015).

En outre, l'imaginaire actuel des dispositifs numériques donne une seconde vie à la conception malrautienne d'une appréhension spontanée et directe des œuvres : « cette idée (...) est réactualisée par celle de l'accès généralisé et facilité par le numérique. » (Fraysse, 2015 : 4). En somme, un amalgame est fait entre accès à des informations et appropriation du savoir, comme s'il suffisait de consulter une notice catalographique sur la base Joconde pour acquérir immédiatement une solide culture en histoire de l'art ou de se connecter sur le portail Europeana pour comprendre les tenants et aboutissants du patrimoine européen qui y est présenté. En effet : « diffuser et communiquer, ce n'est pas encore ou complètement proposer une médiation culturelle (...) il y a encore du chemin pour arriver au savoir que chacun doit s'approprier pour le transformer en connaissances » (Fraysse, 2015 : 6). Une attitude raisonnée consisterait au contraire à opposer « l'accès à des ressources informationnelles et l'aptitude à en faire un usage éclairé » (Jeanneret, 2011 : 30).

2.3.2 La nécessité

L'utilité des technologies est justifiée par un rappel récurrent du retard français dans le domaine numérique. En étudiant les discours sur le numérique éducatif dans les conservatoires de musique, Levoine (2016) a observé une description du contexte français sous l'angle du retard et du décalage avec d'autres institutions plus innovantes dans le domaine, conduisant à une injonction à rattraper ces institutions. Il indique en outre que les discours officiels tendent vers une conception presque eschatologique et futuriste des dispositifs numériques, dans laquelle : « les problèmes du monde éducatif trouveront une solution dans la généralisation de l'usage du numérique » (Levoine, 2016 : 71). Cette obsession pour le retard français, associée à un contexte

d'urgence permanente relevée par Rosa (2010), conduit à un déterminisme technique qui légitime la nécessité des dispositifs numériques dans le domaine culturel.

Ce déterminisme technique entraîne alors une forme de fatalisme en ce qu'il présuppose une conception du progrès technique comme une force inévitable à laquelle les individus doivent s'adapter. Cette pensée rend alors légitime : « l'idée que d'importants changements ont lieu (...) sans que nous ayons de choix à exercer sur eux » (Breton, 2001 : 12). Ce déterminisme repose également sur un récit de la genèse des technologies considérée comme le signe d'un progrès utile et irrésistible. Breton décrit l'argument fataliste comme une opérationnalisation de l'idéologie de la rupture, véhiculée par les discours prônant une arrivée révolutionnaire des technologies, de type : « des techniques de communication se sont posées sur notre société (...) elles sont extra-terrestres et provoquent automatiquement un changement social important, inéluctable et, par nature, positif. » (*Ibid.* : 11). Il en résulte un amalgame entre l'existence d'un dispositif inédit et son utilité sociale, via une injonction indiquant que toute invention disponible doit nécessairement être diffusée (Jeanneret, 2011).

2.3.3 L'attractivité

La recherche effectuée par Levoine indique également que les discours sur le numérique dans un contexte d'apprentissage posent comme une évidence l'aspect : « d'emblée attractif des outils et des médias numériques » (Levoine, 2016 : 81). Les discours d'escorte des logiciels permettant d'apprendre le solfège indiquent par exemple que le numérique permet de mettre en place de façon ludique un enseignement autrefois rébarbatif et monotone (*Ibid.*). Qu'ils proposent ou non des jeux, ces dispositifs sont systématiquement décrits comme étant dynamiques et conviviaux. Cela est dû au fait que la manipulation par les utilisateurs provoque une réponse de la part de l'outil (par exemple lors d'un quizz dans un musée sur une tablette tactile). Ce fonctionnement continue de nourrir le mythe d'une interactivité des interfaces, les rendant supposément intuitives et autonomes, là où pourtant elles dépendent d'une programmation faite par des ingénieurs (Deloche, 2001 ; Welger-Barboza : 2001 ; Vidal, 2006).

L'imaginaire de l'attractivité des dispositifs provient également d'un discours sur la mise en avant des aspects sensoriels des contenus, venant s'opposer à une appréhension intellectuelle de ces derniers (Jeanneret, 2011). Or, le fait d'opposer une approche cognitive à une approche purement sensorielle ne paraît pas un modèle pertinent. En effet, chaque espace sensoriel est sous-tendu par un espace de texte qui est lu et déchiffré en même temps qu'il est ressenti.

Comme l'indique Jeanneret : « si je clique, c'est que j'ai lu l'espace comme un ensemble de signes, et non que je l'ai vécu seulement comme une expérience » (2011 : 108).

2.3.4 La nouveauté

La distinction opérée par Jeanneret entre le « neuf » et le « nouveau » permet de comprendre le fonctionnement de l'injonction à l'innovation. L'objet neuf est un objet inédit inventé pour la première fois. L'objet nouveau est au contraire celui qui engendre des pratiques différentes sur le long terme et qui est davantage affaire : « d'appropriation et de culture » (Jeanneret, 2011 : 76) que l'objet neuf. Le problème est que les tenants de l'injonction technologique veulent faire passer chaque objet neuf pour un objet nouveau (*Ibid.* ; Bertrand, 2002).

Ainsi, les musées qui intègrent des dispositifs numériques confondent innovation et appropriation et vantent la plus-value du support récemment acquis là où on constate le plus souvent le simple transfert de contenus classiques d'un dispositif existant à un dispositif plus récent (Schmitt et Meyer-Chemenska : 2015). L'exemple de l'acquisition de consoles de jeu *Nintendo DS* par le musée du Louvre donne à voir un exemple de ce déplacement de contenus traditionnels (analyses des œuvres, plan du musée, pistes sonores de l'audioguide) sur un support numérique peu inédit car la console de jeu *Nintendo DS* était déjà rentrée dans les mœurs à l'époque de son acquisition par le musée (Frayssé, 2015 : 6).

2.3.5 Démocratisation culturelle

Nous avons déjà abordé plus haut la façon dont les promesses des dispositifs numériques participatifs étaient susceptibles de réactiver le mythe de la démocratisation culturelle. Ainsi nous nous contenterons ici de rappeler la caractéristique majeure de cet imaginaire. Cette supposée capacité des dispositifs numériques à rendre la culture plus accessible rend compte de l'amalgame présenté plus haut entre information et savoir. Il provient d'un discours : « simplificateur sur la démocratisation du patrimoine culturel par la seule facilitation technique de l'accessibilité des documents » (Jeanneret, 2011 : 90). Ainsi les idéaux de la participation active des visiteurs, de l'élargissement des publics et de la transparence sont des imaginaires à observer de façon prudente afin d'éviter cet amalgame et par là même les deux écueils du déterminisme technique et du déterminisme social (*Ibid.*).

2.3.6 Conclusion

Les études réalisées sur la question de l'imaginaire numérique dans le milieu culturel donnent à voir des logiques de réquisition numérique se traduisant au musée par une injonction à l'innovation, à l'interactivité et à la communication.

Cet imaginaire euphorique est toutefois nuancé par un discours opposé, caractérisé par la crainte de voir les contenus du musée dégradés par ces campagnes de communication vantant les dispositifs technologiques (Jeanneret, 2011 ; Davallon, 2006). Un débat oppose depuis longtemps les partisans de la médiation par les technologies et ceux qui appréhendent une « dénaturation possible du patrimoine, une *disneylandisation* de l'histoire de l'art » (Jeanneret, 2011 : 189). L'institution muséale se retrouve alors en tension entre deux injonctions : celle de s'adapter à ses publics et celle de préserver l'exigence scientifique, dans un contexte où les opérations de médiation et de promotions se ressemblent en de nombreux points. À l'origine, on y trouve une crainte de la trivialité, une peur que la : « traversée des espaces sociaux dégrade les messages » (*Ibid.*), lorsqu'ils s'éloignent des circuits de la culture légitime.

Ainsi, cette crainte mise à part, cet état des lieux nous a permis d'observer un imaginaire des dispositifs numériques au musée caractérisé par la prégnance d'un discours thaumaturgique. L'enquête de terrain dans la troisième partie nous permettra de confronter ces hypothèses au discours des professionnels des musées d'ethnographie.

DEUXIÈME PARTIE. ANALYSER L'IMAGINAIRE DES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES POUR LA MÉDIATION AU MUSÉE D'ETHNOGRAPHIE

Chapitre 1. Comprendre le projet de rénovation numérique du Museon Arlaten

1. Interroger un projet de rénovation réflexif

Nous avons choisi comme terrain principal un musée permettant d'analyser le projet de réalisation de dispositifs numériques pour la médiation durant une période de rénovation de l'institution muséale, c'est-à-dire à l'étape des logiques de conception. L'intérêt de cette enquête au Museon Arlaten, le musée d'ethnographie d'Arles, est d'obtenir une analyse de l'imaginaire du numérique des professionnels en recueillant leur parole directement durant la période de rénovation qui correspond à la phase de réalisation de ces dispositifs ainsi qu'à une période de repositionnement de l'image de l'institution. Ce chapitre a pour objectif de présenter les enjeux de recherche de terrain ainsi que les choix méthodologiques.

Dans un premier temps, nous avons mis en place une enquête de terrain préalable, constituée d'une analyse de discours d'escorte sur les dispositifs numériques venant de différentes sources (discours de la presse, blogs, discours officiels, associatifs et institutionnels). Considérant que les discours d'escorte sont des lieux d'expression de l'imaginaire (Jeanneret, 2001), ce relevé a permis de présenter les principaux imaginaires du numérique qui circulent dans la société. Cette enquête préalable comprend, outre l'analyse des discours d'escorte, une partie d'observation et d'entretiens au musée Mc Cord, le musée d'histoire de Montréal, afin de mettre au jour deux éléments : les enjeux des dispositifs numériques dans le fonctionnement de l'institution et l'imaginaire de la médiation du numérique dans les discours des professionnels. Nous avons délibérément choisi un musée qui n'était pas en période de rénovation afin de questionner les repositionnements du musée face aux dispositifs numériques dans une institution ouverte au public.

Ces deux études de terrains se placent à des échelles différentes. L'enquête préalable vise en premier lieu à analyser les discours sur des dispositifs de médiation déjà présents et l'enquête

au Museon Arlaten cherche davantage à observer la façon dont une institution pense une stratégie numérique globale dans un temps de grande rénovation. Nous présentons en détail dans le chapitre suivant les méthodes choisies pour ce pré-terrain. Cette première enquête nous a donné des clefs d'entrée pour l'enquête de terrain principale au Museon Arlaten que nous exposons dans le présent chapitre.

Ainsi, l'objectif de l'enquête au Museon Arlaten est d'analyser, *via* le relevé de l'imaginaire des professionnels du musée, la nature des repositionnements qui se jouent au musée d'ethnographie face aux logiques de réquisition numérique. En effet, le Museon Arlaten connaît de 2009 à 2018, date de sa réouverture, une phase de rénovation totale : architecturale et muséographique. Cette rénovation inclut d'importants travaux de rénovation du bâtiment, la construction d'un centre de conservation des collections (CERCO), la restauration des œuvres, la redéfinition du parcours muséographique (centrée sur la mise en scène de l'histoire de l'ethnographie et de la muséographie), le renouvellement du discours scientifique sur les collections ainsi que du discours des médiateurs, l'actualisation du site internet et la réalisation de dispositifs de médiation (numériques et imprimés).

1.1 Les enjeux institutionnels de la rénovation du Museon Arlaten

Nous décrirons dans cette première partie les enjeux muséographiques dus à l'histoire du Museon Arlaten ainsi qu'à son ancrage régional afin de présenter le contexte dans lequel se développe le projet de rénovation actuel.

En 1896, mû par le désir d'ériger un musée de la Provence, l'écrivain Frédéric Mistral établit une liste de familles d'objets à collecter et sollicite les Arlésiens pour qu'ils donnent au futur musée tout objet susceptible de rentrer dans ces grandes classifications (parmi lesquelles : mobilier, costume, religion, science, art, jeu et alimentation). Il entreprend également la constitution d'une bibliothèque ethnographique, qui réunira plus de 6 000 documents. La collection du musée a également été réalisée par des dons personnels de la part des Arlésiens. Un grand nombre de visiteurs provençaux viennent aujourd'hui au Museon Arlaten pour reconnaître des objets donnés par leurs ascendants au fondateur du lieu mais aussi pour découvrir les mises en espace des objets très spécifiques que sont les dioramas.

La conservatrice du Museon Arlaten propose une définition des dioramas qui souligne leurs aspects didactique, mémoriel et identitaire :

« Se référant à une temporalité incertaine, celle des traditions populaires, les dioramas ethnographiques

représentent généralement un intérieur paysan spécifique à une région ou à un groupe social, animé de mannequins ou mettent en scène leurs activités traditionnelles de plein air principalement agro-pastorales dans un paysage dont la localisation reste générique. Malgré une intention délibérée d'exactitude souvent mise à mal par des discordances ethnographiques ou temporelles patentes, ces dioramas constituent chacun un ensemble indissociable conçu en tant que tel par ceux qui les ont mis en place. Chacun de ses éléments participe du diorama et garantit sa vraisemblance ; il donne aux plus experts des visiteurs de précieuses indications ethnographiques sur la région où se situe la scène et met en lumière, à l'intention d'un large public, la typicité plus ou moins avérée d'un territoire et/ou celle de certaines populations autochtones. Chaque objet, chaque mannequin, chaque élément du décor concourt au pittoresque de la scène et légitime une narration ethnographique centrée sur les traditions populaires rurales. » (Séréna-Allier, 2016 : 29).

Ainsi, un lien affectif profond lie les habitants d'Arles à ce musée en ce qu'il légitime et conserve la mémoire sociale des habitants. En effet, le Museon Arlaten est pour une partie de la population arlésienne un lieu de recueillement, un musée identitaire qui rappelle la Provence rurale du XIX^e siècle et nourrit le lien intergénérationnel. Il paraît donc complexe et délicat d'introduire des dispositifs numériques dans ce qui a longtemps été la conservation volontaire d'une muséographie traditionaliste qui rappelle le rôle de Frédéric Mistral pour la valorisation de la culture provençale ainsi que l'engagement de Georges-Henri Rivière pour les écomusées. En effet, la muséographie pensée par Mistral cherche à mimer au plus près le monde d'origine des objets (Davallon, 2006) sans remettre en question d'un point de vue ethnographique les partis pris de cette mise en espace.

Par la suite, quand Fernand Benoît devient le conservateur du musée, il propose une muséographie davantage centrée sur sa formation d'historien et d'archéologue et par la même moins liée à l'émotion ou au régionalisme. La muséographie 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 donc un exemple de l'histoire de la muséographie, à travers des objets ou des mises en espace (dioramas) qui ont valeur de témoignage historique. Aujourd'hui ce musée donne alors à voir dans son parcours même des strates entières de l'histoire des musées de société et de l'histoire de l'ethnographie.

Depuis 2009 le musée est fermé pour une période de rénovation totale allant jusqu'en 2018. Afin d'élargir le public potentiel du musée et d'intéresser les amateurs des musées de société, l'institution désire modifier le rapport à la mémoire et au savoir en revisitant non pas les objets mais le discours sur les objets en portant un regard critique sur la façon dont ils ont été choisis et exposés. La nouvelle muséographie met alors en place 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 particulier, qualifié de « musée du musée » par le Museon Arlaten se matérialise dans le choix de dispositifs numériques donnant à voir, au-delà d'un discours descriptif traditionnel sur les objets, des clefs de compréhension concernant la muséographie des objets ethnographiques (Séréna-Allier, 2008 et 2016).

Les deux axes majeurs de la rénovation du musée, nommés par l'institution : « l'invention de la tradition » et le « musée du musée » (Projet scientifique et culturel, 2011) sont les moyens choisis pour opérationnaliser ce projet réflexif.

1.1.1 « L'invention de la tradition »

Outre cette mise en perspective de la façon d'exposer les objets, il est également question d'évoquer l'évolution à travers le temps des coutumes provençales (telles que les treize desserts, la fête de Carnaval ou l'élection de la reine d'Arles) à l'aide de la notion « d'invention de la tradition ». En faisant référence au concept de Ranger et Hobsbawm (1995), l'objectif est de démontrer que les traditions ne sont pas figées dans un passé idéal et folklorique mais bien réinventées chaque jour par la population locale. Cette volonté de montrer la minceur de la frontière entre archétype et stéréotype sert l'objectif de réflexivité et de démythification du projet de rénovation. Cette mise en perspective historique, tant au niveau des objets que des thématiques, rend également compte d'un élargissement de la mémoire sociale présentée par le musée, ce dernier englobant désormais des populations peu représentées par les anciens conservateurs, comme la communauté gitane d'Arles ou les cheminots des ateliers SNCF de la ville. Finalement, au-delà de la culture provençale, c'est le « principe de la transmission lui-même qui est transmis comme un acte et un devoir collectif » (Jeudy, 2008 : 11), présentant le musée comme un outil de valorisation de la mémoire sociale des communautés moins représentées.

L'objectif est alors de donner un recul critique sur les traditions provençales pour en montrer les rémanences contemporaines, à l'encontre d'un imaginaire de coutumes provençales figées dans le passé. Cela implique de réinterroger la façon dont les musées de société présentent les traditions d'une région puisque l'objectif du Museon Arlaten est moins de valoriser ces traditions que de démythifier les discours qui leur attribuent une existence ancestrale et immobile.

En outre, cette posture à l'échelle de la micro-histoire qui cherche à prendre en compte les transformations, évolutions et répétitions des sociétés entre héritage et temps présent, s'inscrit dans le positionnement des anthropologues qui prônent l'enquête microsociale et la recherche de la singularité (Bensa, 2006) afin de nuancer les approches généralisantes (de type structuralistes, culturalistes ou holistes).

1.1.2 « Le musée du musée »

À travers cet impératif de réflexivité sur sa scénographie, le projet scientifique et culturel (PSC) du musée⁵¹, met en avant son aspiration à devenir un musée de la discipline ethnographique ainsi qu'un musée de la muséographie.

Il cherche à ressembler à un musée des savoirs de l'ethnographie en valorisant dans ses collections les traces de l'évolution de la discipline ethnographique : « ce musée d'ethnographie, l'un des tout premiers en France, porte encore aujourd'hui témoignage de l'histoire de la discipline ethnographique et de son usage au musée, de la fin du XIX^e au milieu du XX^e siècle » (Projet scientifique et culturel). Il tend également à présenter un musée de l'histoire des musées de société : « Le Museon Arlaten sera une vitrine précieuse de l'histoire muséale. » (Projet scientifique et culturel). Ces deux objectifs sont réalisés à travers une patrimonialisation de la muséographie elle-même : « Mises en scène significatives (dioramas) et mobilier muséographique du XIX^e siècle seront conservés : l'atmosphère deviendra patrimoine » (Projet scientifique et culturel). L'objectif majeur de ce parti pris est de changer l'image du musée pour que le visiteur ne soit plus confronté à un discours militant sur la Provence rurale mais puisse comprendre les enjeux sociétaux de l'évolution de la muséographie comme de la discipline ethnographique.

On constate dans ce projet un retour sur soi de la discipline ethnologique, l'amenant à « étudier ce qu'elle a elle-même produit » (Jeudy, 2008 : 49) pour présenter au visiteur une mise en perspective historique. En ce sens, l'enjeu du Museon Arlaten est de permettre aux visiteurs d'avoir une connaissance plus fine des enjeux d'un musée d'ethnographie. À l'issue de la visite, le public devrait pouvoir appréhender les musées de société moins comme la présentation

⁵¹ Source : extrait de la synthèse du projet scientifique et culturel (PSC) du musée, disponible en ligne : <<http://www.museonarlaten.fr/museon/CG13/cache/offonce/pid/15;jsessionid=4A5589BB3DBFA5379B4CC38CB3BC9EA>>.

objective des cultures provençales que comme une expression des conceptions de la culture d'une époque précise à travers une mise en scène idéologiquement marquée.

En effet, le futur parcours de visite traverse les grandes périodes des musées d'ethnographie du XIX^e siècle à nos jours et explique pour chacune les présupposés politiques et sociaux qui sous-tendent les scénographies. Le parcours du musée rénové débute par une description de la vision régionaliste, rurale et nostalgique de la Provence mistralienne, marqué par les origines mythiques d'une Provence gréco-romaine et par l'imaginaire du Félibrige. C'est aussi l'époque où les méthodologies scientifiques de la collecte (inspirées des méthodes du musée d'ethnographie du Trocadéro) se développent et où le musée fait appel aux habitants de la région pour obtenir les objets qui constitueront les collections.

Le parcours se poursuit avec une présentation de la muséographie du Museon Arlaten des années trente, marquée par le travail de Fernand Benoît : son intérêt pour le folklorisme, dans un contexte d'émergence de la notion des ATP (les Arts et Traditions Populaires), donne à voir au musée des mises en espace pédagogiques de scènes de la vie quotidienne (à travers des dioramas différents) et va permettre l'enrichissement de la politique de collecte.

Ces salles sont suivies par une séquence proposant une réflexion sur la façon dont le régime de Vichy s'appuyait sur les institutions muséales pour légitimer son discours patriotique et nationaliste. Le musée présente ensuite les évolutions des musées régionaux à travers l'influence de Georges-Henri Rivière dans les années soixante. Sont présentés les principes de la nouvelle muséologie dans un contexte d'avènement des écomusées. On explique au visiteur la spécificité de la scénographie de Georges-Henri Rivière visant à mettre en valeur l'objet à travers une mise en scène inédite. Les objets dans un décor épuré, sont suspendus en l'air, simplement retenus par de fins fils de nylon. Le parcours s'achève sur une présentation des enjeux actuels des musées de société, présentés comme des lieux intégrant la parole des publics et s'appuyant des enquêtes ethnographiques contemporaines dont la méthodologie est en constante évolution⁵².

Ainsi le parcours muséographique est censé favoriser chez le visiteur un regard neuf sur les objets : on lui demande de regarder les objets provençaux avec le même regard que s'il était devant des objets extra-occidentaux dont la nature et la fonction lui seraient inconnues. Henri-Pierre Jeudy décrit cette tendance à la distanciation comme un trait commun des musées de

⁵² Source : Site internet dédié à la rénovation du Museon Arlaten, rubrique « Les espaces ». Publication en ligne : <http://www.museonarlaten.fr/renovation/>

société actuels :

« L'enjeu est-il de rendre exotique ce qui nous est trop familier ? Pratiquer "l'inquiétante étrangeté" là où tout nous paraît si familier. En somme : une mise en perspective du regard qui fait surgir l'énigme de ce que nous croyons trop bien connaître. Car l'étrangeté ne vient plus de l'objet lui-même, mais bel et bien du regard capable de produire des effets d'étrangeté⁵³. » (Jeudy, 2008 : 46)

1.1.3 La fonction des dispositifs numériques au Museon Arlaten

Dans ce contexte, les dispositifs numériques sont considérés comme un moyen d'enrichir les apports documentaires sur les objets et les thématiques exposés. Mais ils servent avant tout à distinguer les dispositifs de l'ancien musée des dispositifs du musée rénové, dans un parcours d'exposition au discours scientifique exigeant qui veut exposer à la fois les objets et les dispositifs de médiation du passé (comme les cartels rédigés à la main et les dioramas). En effet, les outils numériques serviront dans la nouvelle muséographie à localiser la médiation actuelle qui est l'élément garant du discours du musée (à travers par exemple une table tactile dont on sait qu'elle n'était pas présente au XIX^e siècle) et à la différencier de ce qui fait partie des dispositifs de médiation du passé (comme des cartels écrits en provençal de la main de Frédéric Mistral). Selon les professionnels du musée, cette distinction aurait été impossible à effectuer à l'aide de supports traditionnels, puisque des cartels imprimés se seraient simplement surajoutés aux anciens cartels et auraient nuit à la compréhension du discours d'exposition. Selon eux, le changement de média (le numérique symbolisant la médiation du présent et le papier symbolisant la médiation du passé) est le choix effectué pour servir le projet de distanciation du musée.

Par ailleurs, le futur parcours muséographique revendique cette logique dans laquelle les dispositifs numériques correspondent à un espace dédié au regard critique puisque chacune des séquences du parcours s'achève par une salle spécifique appelée « salle d'interprétation », entièrement dédiée à une prise de recul sur la séquence précédente. Après une séquence sur la muséographie de Georges-Henri Rivière, les contenus multimédias de la salle d'interprétation (principalement des films et des contenus à consulter sur un écran tactile vertical) serviront à revenir sur ce que le visiteur a compris de la muséographie pour l'interpréter et le mettre à distance. Il s'agira dans ce cas précis de décrire l'utilisation de la lumière et des fils de nylon

⁵³ Pour décrire ce décentrement Jeudy fait référence à la perspective inversée dans les tableaux de Paul Cézanne : « Le "point de fuite" n'est plus dans le tableau mais dans l'œil de celui qui le regarde. Il en est de même pour le regard ethnographique : celui-ci ne plus s'exercer sans tenir compte de ce qu'il a lui-même produit. La mise en perspective de son objet commence à faire retour » (Jeudy, 2008 : 49).

chez Georges-Henri Rivière au service d'une présentation objective et non stylisée des objets dans les vitrines. L'objectif est alors que le visiteur n'associe pas les formes muséographiques à une quelconque vérité délivrée par le musée mais puisse comprendre la critique qui est faite aujourd'hui des conceptions antérieures de la muséographie et de l'ethnologie. Il convient donc d'avoir à l'esprit ce rapport entre la disposition des collections et les dispositifs numériques qui sont repensés conjointement lors de la rénovation.

1.1.4 Le rapport aux collections

Si l'introduction de dispositifs numériques au Museon Arlaten rend possible une extension des contenus éditoriaux au service de l'objet, on observe également des situations où ce sont les objets qui sont au service de la médiation. Deux dispositifs en particulier présents dans ce musée illustrent cette renégociation du rapport aux collections.

D'une manière générale les dispositifs numériques pour la médiation opèrent par l'adjonction de plusieurs couches d'informations autour de l'objet permettant de le documenter. La médiation sur support numérique au musée d'ethnographie sert le plus souvent à permettre un prolongement de l'objet, soit par un discours approfondi sur sa fonction, soit par l'adjonction de documents divers (iconographie, films) visant à le présenter dans son contexte d'utilisation. L'objet (ou la thématique) est alors entouré de plusieurs couches de documents véhiculant des savoirs le concernant. Ces documents peuvent servir à donner des informations générales sur sa nature, sa fonction et sa provenance (fonction de cartel), à permettre de le voir dans son contexte ou bien de présenter d'autres objets similaires (fonction d'approfondissement et d'analogie) et enfin à expliquer la place de l'objet dans le parcours d'exposition et les raisons du choix de cet objet (fonction d'interprétation). Ce fonctionnement donne à voir un dispositif numérique au service du prolongement de l'objet mais aussi de l'éducation du regard. Il s'agit au-delà de la description de l'objet, d'apprendre au visiteur à analyser ce qu'il y a d'essentiel ou de révélateur dans un objet particulier.

En proposant sur des tablettes tactiles des photographies ou des reconstructions 3D d'objets absents de la collection, les dispositifs numériques mettent en valeur des objets initialement non-exposables. C'est le cas des objets trop fragiles, trop petits, détériorés, disparus ou inaccessibles. Ces dispositifs permettent de donner à voir un objet invisible en temps normal pour le visiteur. Or il existe des cas de figure où les dispositifs numériques pour la médiation opèrent un renversement de ce fonctionnement puisque l'objet vient servir un contenu de

médiation.

Nous nous intéressons à deux cas de figure en particulier où l'objet perd son statut central : l'objet au service de la médiation et la médiation exposée.

(I) L'objet au service de la médiation : de l'objet de collection à l'objet prétexte

Les objets n'ont pas tous le même statut dans le parcours d'exposition des musées d'ethnographie. On peut distinguer des objets de la collection qui vont être médiés *via* les dispositifs décrits plus haut et des objets qui servent à évoquer une thématique générale et servir la médiation à propos d'un sujet précis.

Nous prendrons dans un premier temps l'exemple des salles d'interprétation du Museon Arlaten. Ces salles sont situées à la fin de chaque séquence du parcours et sont uniquement composées d'écrans tactiles et de surfaces de projection de films. Elles permettent de revenir sur les thématiques abordées dans les salles précédentes (par exemple le Carnaval en Provence). Il s'agit de donner l'opportunité au visiteur de porter un regard distancé sur ces traditions en expliquant ce qu'il en est aujourd'hui d'un point de vue anthropologique. Les visiteurs pourront consulter les écrans tactiles, près desquels figurent quelques vitrines proposant des objets « prétextes » qui agissent comme des balises⁵⁴. Les objets doivent simplement évoquer la thématique (par exemple un costume de Carnaval pour ce même évènement) mais ne seront pas accompagnés de cartel. Ce choix muséographique rend compte d'une logique où l'objet est au service d'une médiation plus globale. Nous retrouvons cet enjeu dans d'autres dispositifs numériques du musée tels que les vitrines-tables qui sont des dispositifs hybrides, à la fois mobilier d'exposition et dispositif numérique. Le quart de cette vitrine est un écran tactile permettant d'avoir des informations sur les objets contenus sur les trois quarts restant de la table. L'originalité du dispositif est que l'écran tactile est transparent et qu'en navigant sur l'interface on peut apercevoir des objets situés sous l'écran. Pareillement, ces objets ne sont pas accompagnés de cartel mais sont présents pour poursuivre l'évocation de la thématique.

Cet exemple nous amène à penser une certaine hiérarchie dans les objets de la collection. Même si la frontière n'est pas nette entre les différents statuts des objets, on distingue des objets qui sont présentés et médiés par un cartel d'autres objets qui sont uniquement présents pour évoquer une thématique liée à la séquence de l'exposition. Même si ce constat n'est pas spécifique aux enjeux numériques, il importe de questionner dans un premier temps ces aspects de la médiation

⁵⁴ Les professionnels du musée les appellent les « objets clefs ».

avant de réfléchir aux particularités des dispositifs numériques.

(II) Quand la médiation est exposée : une évolution du rapport à l'objet

Un autre phénomène intéressant dans la relation entre l'objet et son dispositif de médiation est la patrimonialisation croissante de certains de ces dispositifs. En effet, dans un contexte où des musées de société s'intéressent de plus en plus à l'histoire de la muséographie, on observe un intérêt croissant pour des formes qui ont marqué l'histoire de la médiation telles que les unités écologiques de Georges-Henri Rivière ou les dioramas.

Un des exemples les plus frappants se trouve au Museon Arlaten, où le choix sera peut-être fait d'exposer les cartels écrits en provençal de la main de Frédéric Mistral, le fondateur du musée. Ce document autrefois dispositif de médiation servant à définir la nature et la provenance de l'objet, devient un objet de la collection et est exposé comme un témoin de l'ethnographie provençale du début du XX^e siècle. Ce cartel pourra à son tour être présenté par un cartel numérique, ce dernier venant en quelque sorte faire office de méta-médiation.

Il en est de même pour la mise en scène des objets. Nous prendrons trois exemples : la muséographie de Georges Henri Rivière caractérisée par des fils de nylon invisibles, les dioramas de Frédéric Mistral évoquant ses souvenirs d'enfance et les dioramas du conservateur suivant (Fernand Benoît) qui s'appuient au contraire sur la reconstitution historique. Ces mises en scène d'objets considérés autrefois comme des supports de médiation ou des logiques de mises en exposition se retrouvent exposées comme témoins des débuts des musées de société et des écomusées. Le discours qui les décrit dans les dispositifs numériques est alors de l'ordre du recul critique et de la mise en perspective historique.

La lecture des documents présentant le projet fait apparaître qu'au Museon Arlaten les dispositifs numériques sont entendus par les professionnels comme les moyens d'opérationnaliser une distance critique envers ces anciennes formes de médiation⁵⁵. La logique de répartition des rôles des objets dans l'exposition est la suivante : les outils numériques sont de l'ordre des dispositifs de médiation et servent à décrypter les objets non numériques qui font partie des objets de la collection (quand bien même ces objets étaient auparavant des dispositifs de médiation comme des dioramas).

⁵⁵ Source : Projet Scientifique et Culturel du Museon Arlaten.

Au-delà de la relation de sujétion qui lie ces deux types d'objets (la médiation au service de l'objet et inversement), on peut également observer une possible relation d'évolution du statut de l'objet : de dispositif de médiation (comme un diorama) à un objet de collection.

1.2 La volonté de réflexivité au musée d'ethnographie : éléments de contexte

1.2.1 La médiation au musée d'ethnographie

Les stratégies de médiation étant spécifiques à chaque type de musée, nous interrogerons ci-dessous la spécificité des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie.

Si certains musées d'art conçoivent les dispositifs de médiation comme une entrave à l'expérience esthétique, les musées de science au contraire ont tendance à favoriser des supports interactifs et manipulables afin de faire comprendre des principes scientifiques complexes. Les musées d'ethnographie se situent quant à eux dans un entre-deux où la technologie est parfois présente dans la scénographie pour éclairer des thématiques et des objets. Historiquement, le musée de société comme le musée de sciences se veulent des institutions ouvertes à l'innovation technologique et au : « changement social, ayant rompu leurs attaches avec la structuration traditionnelle du savoir, sa collecte et sa préservation systématique. » (Le Marec, 2007 : 39). Le musée de société, habitué à présenter des concepts autant que des objets, semble donc déjà coutumier de cette cohabitation avec les dispositifs numériques (Drouguet, 2015). Des institutions comme le musée du quai Branly ou le musée ethnographique de Neufchâtel proposent depuis une dizaine d'années de nombreux dispositifs numériques pour la médiation.

1.2.2 Vers une muséographie réflexive

L'exposition entendue comme un média implique déjà une part de métadiscours visant à guider le visiteur dans son expérience de visite : « non seulement elle [l'exposition] montrerait *des choses*, mais toujours indiquerait comment les regarder » (Davallon, 1999 : 7).

Cependant, au-delà de cet aspect didactique du média exposition, on remarque depuis quelques années une tendance des musées d'ethnographie à réaliser une sorte d'introspection muséographique, à se tourner vers leur histoire, leurs propres pratiques muséologiques et de les exposer afin de proposer au visiteur une exposition réflexive. Cette nécessité de distance trouve sa source dans les critiques de Clifford (1998) qui fustige les musées reconstituant des univers

muséographiques intemporels et ne prenant pas en compte, au nom de l'authenticité, les synchrétismes comme les changements d'utilisation des objets. Il attire l'attention sur l'importance de montrer le phénomène de réappropriation locale d'objets anciens qui donnent de nouveaux sens à ces objets dans le présent. En effet, les initiatives actuelles des musées de société montrent une tendance à la recontextualisation de leurs collections ainsi qu'à un intérêt croissant pour l'histoire de la muséographie et de l'ethnologie. Exposer devient alors « une traversée des idéologies et des paradigmes scientifiques qui ont informé la collecte et la conservation des objets à travers le temps » (École du Louvre, 2011).

C'est notamment le cas de l'exposition *Retour d'Angola* au musée ethnographique de Neufchâtel, qui interroge la légitimité et l'éthique des pratiques de la collecte d'objets dans une exposition qui cherche à faire ressortir : « les singularités et les différences de sensibilité entre hier et aujourd'hui » (MEN, 2013). À partir du récit de la mission scientifique suisse en Angola, menée par des chercheurs au cours du XX^e siècle et qui a permis de nourrir les collections de l'institution, il s'agit d'interroger la légitimité du chercheur dans un contexte géopolitique précis et de questionner cet héritage muséographique et ethnographique trouble sans pour autant s'adonner à un jugement univoque à partir des postures intellectuelles actuelles.

Plus précisément, cette volonté réflexive se donne à voir dans une renégociation du rapport à l'objet (Bonnot, 2006). Les exemples d'objets qui ont vu leurs usages évoluer (des objets utilitaires devenant décoratifs) sont nombreux et la mise en œuvre d'une muséographie réflexive cherche aujourd'hui à saisir ces trajets complexes. La réflexion mise en place par Bonnot à ce sujet montre qu'un discours réflexif au musée modifie trois relations : le rapport à l'objet, le rapport au savoir et le rapport à l'espace.

La réflexivité modifie le rapport à l'objet dans le sens où il n'est pas seulement vu dans une situation précise mais dans l'évolution de ses usages à l'échelle d'un temps long. Ainsi, on relie de plus en plus l'objet patrimonial à son contexte historico-culturel en termes d'histoire de l'art et d'histoire de la muséographie. L'objet de musée n'est donc plus envisagé pour lui-même mais appréhendé dans un réseau de significations multiples dû à son contexte de production, de diffusion et de réception (Fabre, 2012).

La réflexivité modifie le rapport au savoir car les contenus de médiation ne sont plus seulement descriptifs mais se font davantage en lien avec les modalités d'exposition de l'objet. Deux niveaux de sens se dégagent alors des contenus de médiation : un premier niveau explicatif visant à identifier l'objet et un second niveau davantage critique qui explique l'intérêt de présenter cet objet dans une exposition ethnographique.

La réflexivité change le rapport à l'espace car dès lors la logique d'exposition d'un objet exposé près d'un cartel univoque est caduque. Il convient d'imaginer une médiation qui laisse davantage de places aux savoirs ethnographiques entourant l'objet et qui présente son trajet social et sémiotique. En effet, on ne circule pas de la même façon dans une exposition où l'objet est mis au centre que dans une exposition où un discours réflexif, introduit par les documents contextuels, est privilégié. On observe alors actuellement un mouvement d'éloignement de l'objet au profit des couches de savoirs qui l'entourent ainsi qu'un intérêt pour la mise en exposition de l'histoire de la muséographie telle qu'évoquée plus haut. Ainsi le musée en quête de réflexivité a recours à de nombreux documents contextuels pour opérationnaliser ce mouvement de mise à distance de l'objet et de mise en valeur des contenus de médiation.

Cette tendance à la muséographie réflexive semble se retrouver également dans les attentes des visiteurs. Un résumé des enquêtes mises en place au musée du Louvre (Krebs, 2013) pointe le fait qu'à travers ces dispositifs numériques les visiteurs cherchent lors de la visite un contact avec les deux figures d'autorité que sont le conservateur et l'artiste. Il y aurait donc une volonté de dialogue avec ces deux figures de référence, ce qui permettrait au visiteur de rentrer dans l'atelier de l'artiste ou dans les coulisses du musée afin de comprendre comment se fait la mise en exposition, de la création artistique au choix d'une muséographie. On observe notamment cette tendance au musée du Louvre Lens et au musée du quai Branly qui cherchent par divers procédés à rendre visibles les coulisses du musée (faire visiter les réserves, organiser des rencontres avec des restaurateurs...).

Lorsqu'on se focalise sur les musées d'ethnographie, on remarque que de nombreux musées de société cherchent à présenter une histoire distanciée de leur propre discipline, comme c'est le cas au musée de Neufchâtel et au Museon Arlaten. L'épistémologie nous apprend que cette démarche d'anthropologie réflexive se donne à voir lorsque l'anthropologue se veut l'épistémologue de sa propre discipline. Cependant, selon Marie-Jeanne Borel, cette posture épistémologique court le risque de toucher rapidement ses limites car se servir de : « l'anthropologie pour étudier l'anthropologie aux fins d'une connaissance de la connaissance enveloppe à coup sûr un cercle » (1995 : 26). L'auteure fait ici référence à Piaget qui interroge ce mouvement circulaire des systèmes de référence :

« Si l'analyse épistémologique s'appuie nécessairement sur un système de référence fourni par les sciences constituées au moment considéré, c'est naturellement ce système de référence qu'il s'agirait d'expliquer à son tour pour généraliser l'explication à la connaissance toute entière (...) au prix d'un cercle évident,

l'analyse reposant, (...) sur un système de référence qui dépendra d'elle-même » (Piaget, 1950 :41)

Si selon Piaget, ce cercle vicieux fait partie de la nature même de la discipline anthropologique, cette réflexion sur la difficulté « d'adopter jusqu'au bout une posture d'anthropologue pour décrire la connaissance des anthropologues » (*Ibid.* : 41) nous est utile pour qualifier les aspirations des musées d'ethnographie étudiés.

1.2.3 Dispositifs numériques et réflexivité

La question se pose également des potentialités spécifiques des dispositifs numériques dans la mise en œuvre d'une médiation réflexive, certains chercheurs soulevant l'hypothèse d'une expérience de visite rendant compte de « l'élaboration d'une réflexivité dans les expériences communicationnelles » (Jutant, 2011 : 19).

Selon Joëlle Le Marec (1993), l'usage de dispositifs interactifs dans la médiation donne à voir au visiteur les intentions du concepteur de l'exposition. Le support interactif s'apparenterait alors à un dialogue implicite entre le visiteur qui se demande ce qu'on attend de lui et le concepteur qui prescrit un usage particulier. Le visiteur deviendrait observateur du discours du musée et serait capable d'être éventuellement davantage conscient des partis pris de l'institution car à la recherche d'un métadiscours. En outre, en faisant la différence entre les dispositifs numériques et les dispositifs traditionnels, le visiteur se forge une culture muséographique là où d'autres se forgent une culture cinématographique. Dans certains cas le métadiscours est au cœur de l'exposition car une « exposition dotée de tels dispositifs, dépassant la diffusion du patrimoine et des connaissances, se présente comme une méta-exposition, qui parle d'elle-même en dévoilant ses réserves et collections » (Vidal, 2012).

Dans ces cas de figure, les dispositifs numériques ne sont plus seulement des outils transmettant une quantité de savoirs sur l'exposition, ils ne sont plus relégués au rang de support de médiation mais détiendraient une place différente au musée en ce qu'ils rendent accessibles des contenus qui autrement ne pourraient pas être exposés. Le musée jouerait alors le rôle de médiateur vers des bases de données documentaires et aurait parfois davantage à cœur de développer une thématique que de montrer des objets, ce qui amène à penser que le dispositif numérique : « témoigne du passage d'une muséologie d'objets à une muséologie d'idées » (Davallon, 1992) voire vers une muséologie de point de vue. La muséologie de point de vue, au sens de Davallon, permet en effet de porter un ou plusieurs regards sur un même objet et de favoriser les conditions d'émergence d'un regard critique :

« Objets et savoirs y sont présentés comme dans les autres formes, mais ils sont utilisés comme matériaux pour la construction d'un environnement hypermédiatique dans lequel il est proposé au visiteur d'évoluer, lui offrant un ou plusieurs *point de vue* sur le sujet traité par l'exposition. ». (Davallon, 1992 : 25)

Ainsi, une muséologie de point de vue s'appuyant sur cet « environnement hypermédiatique » n'est pas une simple transposition sur un dispositif technologique d'un contenu autrefois disponible sur un support papier mais oblige à repenser le temps et l'espace de l'exposition dans une scénographie numérique à part entière, où il n'y a pas de concurrence stricte entre la médiation humaine et la médiation par les outils numériques, mais bien des dialogues et des collaborations (Dalbavie, 2014). Lors de l'introduction de dispositifs numériques, la médiation humaine reste présente tout en réinterrogeant le rôle et les pratiques du médiateur.

1.3 Observer la réalisation de dispositifs numériques par l'angle du projet

Si on trouve dans la littérature scientifique de nombreuses analyses qui font état des caractéristiques des dispositifs numériques existants comme de leur réception par les publics, on compte moins d'analyses effectuées en amont des étapes de la réalisation de ces outils. Nous choisissons à dessein le terme « réalisation » et non « conception » car sa définition convient davantage à notre approche visant à mettre au jour le processus d'opérationnalisation du projet. En effet, le terme « réalisation » insiste sur : « l'action de faire passer du stade de la conception du projet à celui de l'existence effective » (TLFI, 2013) alors que le terme de « conception » renvoie à un stade moins avancé de l'opérationnalisation. Parmi les trois étapes de fabrication d'un dispositif (conception, réalisation et implantation) nous nous concentrons donc sur celle de la réalisation afin d'observer ce qui est en jeu lors de l'opérationnalisation des idéaux et des valeurs du projet de rénovation en dispositifs tangibles, afin de comprendre comment les imaginaires initiaux des professionnels ont pris forme dans des supports.

Nous cherchons ainsi à travers notre enquête au Museon Arlaten à mettre en place une analyse de l'élaboration de ces dispositifs. Il s'agit pour cela d'observer les différentes étapes de la rénovation afin de comprendre comment se met effectivement en place le projet. Nous nous appuyerons sur la division du projet en sept étapes thématiques et chronologiques proposée par Boutinet :

« La situation problème, les acteurs en présence et leurs positionnements, le mode d'explicitation des buts et des visées, les motifs invoqués, les stratégies et moyens utilisés, les résultats projetés face aux résultats obtenus et enfin les effets non voulus du projet. » (Boutinet, 2005 : 56)

Au Museon Arlaten, il s'agira de suivre précisément ces sept étapes à travers l'observation des

intentions puis des actions et enfin des résultats liés à l'intégration du numérique. Parmi ces étapes qui nous guideront dans la rédaction du guide d'entretien, nous porterons spécifiquement notre attention sur les motifs invoqués et les stratégies utilisées afin de mettre au jour les imaginaires du numérique qui sous-tendent les choix effectués.

Nous nous situons donc principalement dans une démarche d'observation de la réalisation des outils et des scénarios de médiation, c'est-à-dire en amont de la création du dispositif dans une perspective d'analyse de projet. Cependant, comme nous effectuons parallèlement un travail de veille documentaire et technologique, dans le cadre d'une convention de partenariat, nous quitterons occasionnellement cette situation d'analyse de réalisation pour nous intéresser plus largement aux dispositifs existants et à leur réception.

Nous situant dans une démarche d'observation d'un projet technique et collectif, c'est le cadre d'analyse de l'anthropologie de projet (Boutinet, 2005) qui nous sert de point de départ. Plus précisément, l'objectif est d'observer deux phénomènes à l'œuvre dans le projet : la dimension symbolique et la dimension technique (*Ibid.*). Pour ce qui est de l'aspect symbolique de l'intégration de dispositifs numériques qui se veulent innovants, la réflexion de Boutinet sur l'innovation nous permet de remettre en perspective une image de la technologie sans cesse innovante en la confrontant à sa future obsolescence. En effet, nous avons précédemment défini l'imaginaire numérique au musée comme étant associé à des logiques de réquisition (Labelle, 2007 ; Jeanneret, 2014) et d'urgence, liées à une accélération sociale du temps (Rosa, 2010).

Ce contexte d'injonction à l'innovation technologique dans des périodes de temps de plus en plus courtes est susceptible de contraindre les acteurs de la médiation à précipiter leurs acquisitions de dispositifs. Cela interroge la relation d'urgence et d'obsolescence entre projet technologique et progrès technologique :

« La technologie se donne comme innovation, engendrant sans cesse du nouveau (...) qui se veut perfectionnement par rapport à ce qui existait déjà et donc dépréciation de ce qui était auparavant et donc fuite en avant. (...) C'est en ce sens que la technologie est marquée par l'obsolescence, image inversée du progrès. » (Boutinet, 2005 : 70)

Boutinet décrit ici une conception de l'innovation intimement liée à la croyance en le progrès, dans laquelle le projet technologique apporte automatiquement une plus-value qualitative par rapport aux dispositifs antérieurs. À ce titre, les logiques d'intégration de dispositifs innovants au musée, ainsi tiraillées entre nouveauté et obsolescence, courent le risque d'être vécues par les professionnels sur le mode de la frustration.

Ainsi, nous serons attentive à la question de la gestion de l'obsolescence, en tant qu'enjeu qui

consiste à faire le choix de technologies durables, modulables et interopérables. En effet, il s'agit pour l'institution de choisir en avance des technologies qui ne sembleront pas désuètes le jour de l'ouverture du musée. De même, les acteurs du musée cherchent à éviter de donner au visiteur deux impressions : celle d'un musée qui installerait de la technologie « pour elle-même », c'est-à-dire uniquement pour impressionner le visiteur, et celle d'un musée qui ne connaîtrait pas les codes actuels de la culture numérique. Entre ces deux extrêmes, nous supposons que se négocie la mise en place d'un numérique discret et vecteur de réflexivité.

Cette réflexion sur la question de l'innovation technologique au musée durant une période de rénovation sera également complétée par la notion de « ré-novation » qui permet de penser le lien entre les usages antérieurs et renouvelés d'un média informatisé (Renaud, 2012). Afin de considérer la continuité dans les usages et de ne pas opposer frontalement un avant et un après rénovation, le concept de « ré-novation » permet de « penser l'inédit dans la réinterprétation de l'ancien » (Angé et Renaud, 2012). En effet, le Museon Arlaten avait recours à des dispositifs numériques (audioguide, billetterie automatique, films et site internet) bien avant que le projet de rénovation ne demande la réalisation de supports numériques.

2. Les techniques d'enquêtes

Nous expliquons dans cette partie les choix opérés quant à la méthodologie de l'enquête ethnographique au service de la description d'un projet technologique et décrivons le déroulé précis des méthodes mises en place sur le terrain principal au Museon Arlaten.

2.1 Décrire le projet technologique en contexte muséal

Le repositionnement numérique des institutions culturelles étant un phénomène qui intéresse autant les sciences de l'information et de la communication que l'anthropologie du travail et la sociologie des organisations, nous avons souhaité de prime abord proposer une rapide présentation des méthodes mises en place concernant des objets de recherche similaires au nôtre afin d'expliquer ce qui a motivé nos choix.

Nous présenterons dans cette partie les approches méthodologiques qui ont proposé d'observer des logiques de transition numérique et qui mettent au jour à la fois les discours sur le passage au numérique ainsi que les repositionnements professionnels de l'institution.

Joëlle Le Marec et Igor Babou (2003) ont mis en place une analyse des usages des

professionnels des bibliothèques *via* une approche ethnosémiotique durant une période de réorganisation du fonds de la bibliothèque de l'ENS LSH à Lyon. Les entretiens qu'ils réalisent sont complétés par d'autres moyens de collecte d'informations : prises de vues photographiques de l'espace de travail, collecte de documents et description. Cette approche ethnosémiotique a permis d'analyser la collaboration entre les différents acteurs en partant de l'observation de leurs gestes, de leurs tâches et de la façon dont les tâches sont réparties. Ils proposent d'observer également le lien entre le dispositif utilisé, le sens qui lui est donné et les normes qui le régissent, ce qu'ils nomment les composites :

« Les "composites" caractérisent des situations au sein desquelles les individus mobilisent à la fois la signification d'objets matériels et des représentations, réalisent des actions et mettent en œuvre des systèmes de normes ou de règles opératoires. (...) Les composites se distinguent de notions voisines comme celle de *média* ou de *dispositif* car ils sont, avant tout, des savoirs incarnés dans des situations et des relations entre objets, discours et représentations. » (Le Marec et Babou, 2003 : 246)

Nous retiendrons de leur analyse qu'il nous importe de saisir, en même temps que les pratiques des acteurs du musée, le discours qu'ils portent sur leurs pratiques, leurs imaginaires, et les normes auxquelles ils sont sensibles⁵⁶ afin de saisir la complexité de ces réorganisations professionnelles. À ce titre, nous employons l'expression « repositionnement professionnel » et non le terme « modification » pour ne pas se focaliser seulement sur les éléments qui évoluent. Dans un contexte précédemment évoqué où de nombreuses enquêtes font état des changements de pratiques opérés par « le passage au numérique », les modèles qui perdurent et résistent nous intéressent particulièrement. Nous interrogerons de cette façon la question de la stabilité et de l'inertie :

« La stabilité n'est pas un état inerte par opposition à la dynamique du changement. Elle peut-être sous-tendue par des actions, mobiliser des efforts et des coordinations collectives complexes. Il y aurait un biais théorique à analyser uniquement ce qui change en présupposant que c'est là seulement que se situe l'action sociale. (...) Nous partons de l'hypothèse que les individus peuvent coopérer pour la stabilité ou bien pour le changement, et que les organisations peuvent aussi bien promouvoir le changement que la stabilité. » (Le Marec et Babou, 2003 : 240)

Le concept de composite a également été repris dans des terrains d'étude en contexte muséal,

⁵⁶ La théorie des composites évite d'enfermer les processus observés dans des mises à plat descriptives mais permettent au contraire d'en penser la complexité et les nuances tout en mettant à distance les discours stéréotypés. En effet, « l'approche de la complexité consiste à faire apparaître les relations dynamiques entre les phénomènes conçus comme des processus, et non à décrire ces phénomènes comme des assemblages d'unités, éventuellement multiples, dont on rendrait compte au moyen de typologies et de hiérarchisations compliquées. La notion de composite nous permet plutôt de casser un certain nombre de représentations communément associées et qui incarnent des systèmes de valeurs : croyance dans le progrès technique ou défense des usagers, critique des normes ou célébrations du changement, etc. » (Le Marec et Babou, 2003 : 298).

notamment pour analyser la façon dont la numérisation des documents pouvait renégocier les pratiques des professionnels de la gestion documentaire. Dans une enquête menée par Maryse Rizza (2013) dans le centre de documentation d'un lieu d'exposition (La Piscine, musée d'art et d'industrie André-Diligent de Roubaix), le recours aux outils de l'anthropologie de la communication et de l'ethnographie descriptive ont servi à observer les pratiques des professionnels sur leur lieu de travail. Cette approche a permis de comprendre comment dans un contexte où la numérisation est présentée comme un outil efficace de valorisation des collections, on constate dans le discours des documentalistes un attachement au support papier qui paraît plus noble, plus authentique et plus vrai (Rizza, 2013). De cette enquête, nous retenons la nécessité d'observer et de décrire finement le discours des professionnels sur leurs pratiques pour avoir accès aux mécanismes qui sous-tendent leurs choix des dispositifs numériques comme leurs promesses d'usage.

Dans une optique similaire, mais visant cette fois à observer les relations entre la médiation culturelle et la médiation documentaire, Isabelle Fabre (2012) a réalisé des entretiens sous la forme de *focus group* au musée des Abattoirs de Toulouse, et a observé que certaines interfaces numériques comme les blogs favorisent un : « déplacement de la documentation vers les salles d'exposition » qui amène les acteurs du musée à reconsidérer leurs pratiques (Fabre, 2012 : 83). À l'issue de ces entretiens, elle constate alors l'émergence d'une véritable médiation documentaire, passant par une valorisation du travail d'inventaire des documentalistes à travers des médias informatisés (il s'agit dans ce cas du blog tenu par les documentalistes). Le blog est devenu dans ce cas précis pour les publics une interface plus accessible qu'une base de données ainsi qu'un outil de valorisation du travail de l'équipe de documentalistes.

Bien que dans cette enquête la forme de l'entretien en groupe permette l'émergence du récit réflexif par les professionnels, nous aurons recours à l'entretien individuel comme procédé de recueil de la parole des acteurs. Nous ne retenons pas la forme du *focus group*, pour nous concentrer sur des entretiens avec un seul enquêté afin d'avoir le temps et la liberté d'approfondir certaines thématiques et d'aller vers un récit d'expérience davantage personnel. En outre, certaines questions posées durant l'entretien étant susceptibles de faire référence à des sujets délicats tels que des relations tendues en interne ou en dehors de l'équipe, nous supposons qu'un entretien individuel permettra des conditions d'entretien plus confortables et facilitera la confidentialité des données.

2.2 Le choix de l'enquête ethnographique

Les trois exemples méthodologiques précédemment cités nous ont convaincu de la nécessité d'avoir recours à l'entretien sur le lieu de travail, méthode qui permet aux acteurs des musées de décrire et de qualifier leurs pratiques au sein de leur environnement professionnel. Ils sont alors susceptibles de montrer les documents ou les dispositifs avec lesquels ils travaillent pour illustrer leur propos (bases de données documentaires, prototype de dispositif de médiation, retroplanning...).

Cela nous a également encouragée à mettre en œuvre des temps d'observation participante afin de saisir les comportements des professionnels dans un cadre social défini. En effet, nous considérons que la : « réception d'un message culturel ne peut jamais être dissociée des conditions sociales où elle s'accomplit et que le chercheur doit toujours essayer de l'interpréter en tenant compte de "l'esprit du lieu", entendu comme une configuration instituée symboliquement comme commune par la parole et dans la pratique » (Derèze, 1997 : 125).

Nous avons alors fait le choix de mettre en œuvre une enquête ethnographique reposant sur trois méthodes : l'observation participante au musée lors des réunions, les entretiens compréhensifs et la collecte de documents. Combiner ces trois méthodes nous permet notamment de récolter deux types de récits complémentaires que Gérard Derèze (1997) qualifient de « récits circulants » (lors des échanges entre professionnels dans les situations d'observation) et de « récits provoqués » (lors des entretiens). Le fait d'écouter les professionnels en entretien puis d'observer leur positionnement durant les réunions nous permet éventuellement d'observer des adéquations ou des décalages entre imaginaires et pratiques, entre ce que les enquêtés : « disent, font, disent de ce qu'ils font et font de ce qu'ils disent » (Derèze, 1997 : 123).

À titre exploratoire, des entretiens préalables sont réalisés avec des acteurs du musée, afin de connaître leur discours sur leur travail et d'affiner les questions du guide d'entretien.

2.2.1 Le déroulement de l'enquête au Museon Arlaten

Le protocole méthodologique au Museon Arlaten est encadré par une convention de partenariat liant le musée et l'université d'Avignon et des Pays de Vaucluse. Cette convention nous donne un rôle de chargée de veille documentaire⁵⁷ auprès du chargé de mission multimédia (CMM)

⁵⁷ Le rôle de chargée de veille documentaire consiste ici à envoyer un compte-rendu mensuel des innovations technologiques dans les musées français ou à l'étranger et également à faire des comptes rendus d'événements précis (salon de l'innovation,

du musée. Ce rôle de veille inclut l'élaboration de stratégies de *push* et de *pull* sur des interfaces comme Netvibes ou Scoop It et comprend la mise en place d'analyses de réception de dispositifs numériques dans différentes expositions françaises *via* l'observation des visiteurs. Pour cela, nous avons conçu une grille d'observation (annexe 1) ainsi qu'un protocole de prise de vue photographique (annexe 2). Le protocole de prise de vue photographique sert principalement à systématiser le choix des prises de vue dans un contexte où un très grand nombre de photographies vont être prises, et à favoriser une prise de vue spécifique des dispositifs numériques. C'est pourquoi quatre tailles de plans ont été choisies en priorité : le plan d'ensemble (pour appréhender le dispositif dans son contexte), le plan rapproché (pour voir les caractéristiques du dispositif), le gros plan (pour saisir le contenu du dispositif) et le très gros plan (pour observer un détail en particulier si la situation l'exige).

La mise en place d'une convention de partenariat avec le musée a permis d'être fréquemment en contact avec le chargé de mission multimédia même hors des temps de réunion et de suivre de près les évolutions du projet, notamment le choix des dispositifs techniques. Le rôle de chargée de veille documentaire et technologique nous a également permis d'avoir un rôle à jouer au sein de la réflexion sur les dispositifs technologiques et a facilité la posture d'observation participante comme notre intégration dans l'équipe du musée. Tous les mois du 1^{er} octobre 2012 au 1^{er} novembre 2015, nous avons envoyé au chargé de mission multimédia une analyse de réception d'un dispositif numérique (annexe 3) que nous avons observé dans un musée français. En fonction de la réunion à venir, le chargé de mission multimédia nous demandait d'orienter la veille vers un type précis de dispositif (sonore, visuel, mobile) et nous communiquait les choix faits par le musée en termes de spécification multimédia.

Ces tâches régulières à effectuer nous ont donné un rôle ambigu de témoin et d'acteur dans le projet de rénovation. En effet, l'observation participante peut se révéler problématique puisqu'il est complexe d'opérer un mouvement de mise à distance lorsque : « l'observateur n'est pas seulement un témoin pour lequel certains phénomènes font sens, mais qu'il est aussi une partie active dans leur signification » (Borel, 1995 : 24). Nous avons alors suivi les indications méthodologiques de Marie-Jeanne Borel qui propose de produire un langage de description fonctionnel permettant une objectivation du discours. Elle propose de passer par la

conférences sur le numérique dans les musées). Cependant, en aucun cas nous n'avons de rôle décisionnel direct en ce qui concerne le choix final des dispositifs. Cela rend plus simple la posture d'observation car nous n'avons pas à prendre position pour un dispositif plutôt qu'un autre. Nous avons simplement un rôle d'instance informative visant à donner des informations factuelles de type : « Tel dispositif de réalité augmentée existe dans tel lieu, voici ses fonctionnalités et ses effets sur le public lors d'une observation ponctuelle ».

schématisation en tant qu'opération de réécriture pour objectiver les données descriptives à travers quatre actions permettant de prendre de la distance sur les résultats de l'observation : compiler/reformuler, redécrire, représenter et recontextualiser (*Ibid.*). Retracer de façon multiple l'expérience vécue sur le terrain nous a semblé une solution opérationnelle pour aller vers une description plus objective.

Nous décrivons ci-dessous la façon dont l'enquête ethnographique s'est effectuée en trois temps : d'abord un temps de collecte de documents relatifs à la rénovation, ensuite des entretiens semi-directifs avec les professionnels du musée et enfin des temps d'observation participante durant les réunions de travail.

2.2.2 La collecte de documents

Le Museon Arlaten nous ayant fait part d'un grand nombre de documents de travail et ayant cherché de notre côté à récupérer des documents sur le site internet du musée, notre corpus s'élève actuellement à vingt-et-un documents.

Nous avons choisi de classer ces documents en trois catégories en fonction de leur emplacement et de leur positionnement discursif : les documents transmis par le chargé de mission multimédia qui font état des dispositifs choisis (documents de travail confidentiels), les documents disponibles sur le site internet du musée qui présentent de façon synthétique les grands objectifs de la rénovation (discours institutionnels accessibles pour les internautes, documents non confidentiels) et les documents de travail disponibles en ligne sur la plateforme Google Drive qui permettent aux employés du musée de se transmettre des informations sur l'avancée des prototypes (documents confidentiels). Cette catégorisation en fonction de l'emplacement et du niveau de confidentialité des documents permettra le cas échéant de confronter les discours adressés au public sur le site internet avec les discours réservés aux professionnels et de comparer différents discours au service d'un même projet. Nous proposons en annexe 6 une liste détaillée des documents collectés.

2.2.3 Les entretiens semi-directifs

La rédaction d'un guide d'entretien (annexe 4) a permis de réaliser des entretiens compréhensifs, semi-directifs et réguliers, qui ont pris la forme du récit d'expérience. L'interlocuteur privilégié pour ces entretiens réguliers mensuels a été le chargé de mission

multimédia en ce qu'il occupe un rôle crucial dans la réflexion concernant le choix et l'intégration des dispositifs technologiques. Parmi les dix entretiens réalisés (annexe 7), nous avons également effectué des entretiens ponctuels avec d'autres acteurs du musée en lien avec la réalisation de dispositifs numériques pour la médiation, tels que les responsables des autres unités impliquées dans la rénovation : l'unité documentation et publication, l'unité recherche et muséographie, le service des publics et l'AMO (Assistant à Maîtrise d'Ouvrage)⁵⁸.

Les entretiens ont lieu en semaine sur le lieu de travail des enquêtés. Les professionnels ont toujours été interrogés un par un, sauf pour les deux personnes de l'équipe recherche et muséographie qui ont souhaité assister à l'entretien en même temps.

Lors de l'entretien, nous avons été principalement sensible à trois dimensions : ce que l'enquêté nous dit des choses dont il parle (dimension référentielle), ce que l'enquêté nous dit de ce qu'il en pense (dimension modale) et ce que l'enquêté nous dit de ce qu'il cherche à accomplir à notre égard (dimension illocutoire) (Blanchet et Gotman, 1992 : 78) afin de comparer la façon dont le projet est appréhendé et la façon dont il se déroule. Par la suite nous avons également eu à cœur de distinguer les énoncés narratifs des énoncés informatifs et argumentatifs.

2.2.4 L'observation participante

Ces entretiens sont doublés d'une phase d'observation participante lors des réunions entre l'équipe du musée et l'AMO chargé de la conception de l'arborescence des dispositifs numériques, afin de comprendre les enjeux, les positionnements et les rapports de forces qui accompagnent la réalisation de ces dispositifs.

Lors des dix réunions que nous avons pu suivre (annexe 8), nous avons retenu le modèle de l'observation participante en ce qu'il permet de : « choisir un rôle social à occuper dans la situation » (Arborio et Fournier, 2008 : 27). L'attention a été principalement portée sur les positionnements des acteurs, les débats récurrents ainsi que le discours tenu sur les dispositifs numériques et sur les exigences en termes de médiation.

Il nous a ensuite paru essentiel de coupler une analyse des étapes du projet avec une observation

⁵⁸ Une des limites de cette observation a été la rapide évolution des dispositifs de médiation. En effet, il nous arrive dans la partie des résultats de décrire un dispositif qui n'a finalement pas été retenu par le musée. Nous tenons à préciser que les dispositifs décrits dans cette thèse font référence à certaines périodes de la rénovation (allant de 2011 à 2014) et ne rendent pas compte des choix finaux en termes de dispositifs et de contenus. Cependant, notre enquête de terrain portant moins sur la nature exacte des technologies choisies que sur l'observation de l'imaginaire des dispositifs numériques des professionnels, ces quelques imprécisions quant à la nature des dispositifs finaux ne constituent pas un biais majeur dans le travail de terrain.

de la façon dont les enquêtés le considèrent. Il s'agit alors, en parallèle, de recueillir les pratiques et le « sens que les acteurs donnent à leur pratique » (*Ibid.*) ainsi que l'intentionnalité qui est mise, de façon implicite ou explicite, dans la conception des dispositifs afin de comprendre comment le numérique est accueilli et considéré par le personnel du musée. Lors de l'observation des acteurs pendant les temps de réunion, l'objectif est d'être sensible au vocabulaire employé concernant les technologies, lorsqu'il relève du champ sémantique de la surenchère, de l'innovation ou au contraire de la continuité et de la discrétion.

Par ailleurs, nous avons également eu l'occasion de participer au projet de conception du dispositif de médiation *Vol sans effraction* qui a eu lieu au Museon Arlaten d'avril à octobre 2013. Il s'agit d'un jeu vidéo visant à faire voler un drone équipé d'une caméra embarquée dans la cour du musée et permettant *in fine* d'obtenir des informations sur le futur musée rénové. Le drone est situé dans la cour du musée et retransmet des images de l'intérieur du lieu aux passants qui ne voient depuis la rue que le musée fermé. Ce dispositif a été pensé afin de permettre aux visiteurs potentiels de découvrir des éléments du futur musée dans un contexte de longue rénovation où les lieux sont fermés au public.

Nous avons participé à ce projet à deux moments clefs : en amont et en aval. En amont, nous avons fait partie de l'équipe chargée de la conception du scénario du dispositif (réalisé après une évaluation préalable), associée à l'équipe Culture et Communication du Centre Norbert Élias. En aval, nous avons effectué une analyse des données des questionnaires de l'enquête suivant la mise en place du projet. Suivre ce projet nous a permis de nous intégrer davantage dans l'équipe du musée et de comprendre plus avant certains enjeux du projet de rénovation concernant l'image moderne que le musée désire donner à son public.

Enfin, nous avons remarqué que notre rôle d'observateur avait évolué et que nos fonctions s'étaient étendues au fur et à mesure des réunions. Nous étions au départ simplement chargée de la veille documentaire et envoyions un compte-rendu hebdomadaire au chargé de mission multimédia (CMM). Par la suite, d'autres équipes du musée ont montré un intérêt pour ces documents et nous leur avons alors également envoyé ces comptes-rendus par courrier électronique. Par ailleurs, lors d'une réunion portant sur la réalité augmentée, le CMM nous a notamment demandé de présenter les résultats d'une observation ethnographique que nous avons mené dans l'espace multimédia de la Chartreuse de Villeneuve-lez-Avignon.

Durant les réunions, nous quittions parfois notre rôle d'observateur pour participer lorsque certains professionnels nous posaient des questions. Il leur arrivait de nous demander si nous connaissions tel ou tel type de dispositif numérique ou si une technologie faisait partie de notre

génération ou de nos usages. Peu à peu, les relations à notre égard sont devenues moins réservées et plus amicales. Au départ, certains enquêtés nous ont expliqué être gênés à l'idée de notre présence lors des réunions. Ils ne souhaitaient pas que nous assistions à certains débats et conflits ayant lieu dans l'équipe. Ils ont alors choisi de m'accueillir lors d'une réunion plus tardive dans laquelle il s'agissait de travailler sur un nouveau cahier des charges. Cette méfiance a décliné petit à petit, notamment lors de notre participation à d'autres projets liés au musée (*Vol sans effraction*) dans lesquels le musée était commanditaire d'une enquête auprès de l'université d'Avignon et des Pays de Vaucluse. Nous pensons que le fait d'avoir pu montrer ponctuellement notre expertise et notre utilité à travers l'envoi des comptes-rendus et la participation à des projets a contribué à rassurer les enquêtés. Enfin, le partage de moments informels (pause café, déjeuner) a favorisé des temps de dialogues sur le projet où le ton se faisait moins sérieux et plus léger. Ainsi, par rapport aux missions initiales demandées par le chargé de mission multimédia, nous avons finalement adopté une position davantage participante puisque les enquêtés ne se contentaient pas de nous considérer comme une observatrice muette chargée de la production d'un document de veille documentaire mais entamaient fréquemment un dialogue avec nous à propos des enjeux de la rénovation.

3. Les méthodes d'analyse

3.1 Analyse de contenu et classement thématique

Cette partie rend compte des méthodes d'analyse utilisées sur les deux terrains de recherche. La retranscription des données recueillies en entretien a donné lieu à la mise en place d'une grille de classement des thématiques (annexe 5), réalisée en ayant recours aux outils de l'analyse de contenu. Les outils de l'analyse qualitative, entendus comme une : « démarche discursive de reformulation, d'explicitation ou de théorisation de témoignages, d'expériences ou de phénomènes » (Paillé et Mucchielli, 2012 : 3) a débuté par un classement des unités d'enregistrement en différentes thématiques correspondant à des champs sémantiques. Dans un second temps, nous puisons dans ces thématiques pour distinguer ce qui relève de l'imaginaire des dispositifs numériques, afin de confronter cet imaginaire avec les discours d'escorte des technologies et les logiques de réquisition.

Ensuite, nous avons mis en place une seconde lecture en deux temps : une analyse entretien par entretien puis une analyse transversale. Dans un premier temps, l'analyse entretien par entretien nous a aidé à estimer l'avancée de la rénovation et l'évolution du discours du musée. Cela nous

a également été utile pour resituer l'avancée du projet en fonction des sept critères définis par Boutinet évoqués plus haut. Nous avons ensuite réalisé une analyse thématique transversale consistant à dégager des thèmes directeurs (par exemple : l'obsolescence, l'imaginaire, la concurrence, la convivialité) eux-mêmes englobant des sous-thèmes pour aller à la recherche d'une : « cohérence thématique inter-entretiens » (*Ibid.*). Via l'analyse de contenu, nous avons isolé des thématiques récurrentes abordées par tous les enquêtés, quel que soit leur poste.

Concernant plus particulièrement l'analyse des notes prises lors des réunions, nous avons élaboré une grille (annexe 9) qui puisse rendre compte des échanges interpersonnels en milieu professionnel. Nous nous sommes inspirée de la grille de Bales qui traite des interactions au sein d'un groupe ainsi que de grilles spécialisées dans la répartition des tâches en milieu professionnel (Nez, 2011). Enfin, concernant les notes prises sur notre carnet de terrain durant les réunions, nous avons également pris soin d'effectuer les différentes réécritures préconisées par Marie-Jeanne Borel (1995) dans le but d'objectiver nos descriptions des réunions. Nous avons alors intégré les thématiques majeures de ces descriptions réalisées lors des réunions dans la grille thématique utilisée pour les entretiens. Il en est de même pour les éléments provenant de l'analyse des documents collectés relatifs à la rénovation. Nous décrirons ces documents en détail dans la troisième partie de la thèse.

Nous présentons ci-dessous les éléments récurrents issus de la grille de classement des thématiques.

3.2 Le classement thématique

Ces éléments issus des entretiens, des notes de réunions et des documents collectés sont relatifs aux imaginaires et aux enjeux induits par l'acquisition de dispositifs numériques pour la médiation : l'obsolescence, l'anticipation des publics et enfin le rapport au savoir.

3.2.1 La gestion de l'obsolescence

Face à la rapide obsolescence des supports numériques, le musée cherche des dispositifs capables de s'adapter à l'évolution des contenus, des technologies et des usages. Dans un mode de réflexion spécifique au projet, il doit donc faire le choix d'un support souple et interopérable, ce qui implique de penser l'innovation en même temps que son remplacement. Boutinet souligne la difficulté pour les acteurs du projet de faire face à ce paradoxe :

« Le projet technique entreprend donc une lutte paradoxale avec le temps ; il doit faire preuve de suffisamment de distances avec le temps ancien et par là montrer son côté innovateur ; et simultanément il lui faut proposer des solutions relativement durables pour éviter de se laisser trop vite déprécier » (2005 : 105).

Face à cette injonction contradictoire, les acteurs du projet de rénovation cherchent un juste milieu dans le recours aux technologies pour s'accommoder de ces contraintes temporelles et techniques.

3.2.2 L'anticipation des publics

En analysant deux types de discours d'escorte sur le téléphone mobile (à travers les publicités et les modes d'emploi), Lise Renaud (2007) observe les conséquences sociales des discours sur ces technologies en termes d'insertion sociale et d'appropriation par les usagers. Elle souligne notamment l'aspect performatif et prescriptif de ces discours qui : « expriment un imaginaire technique dans le sens où ils représentent des usages, des usagers imaginaires ; ils expriment ce qu'on imagine du devenir d'un objet technique nouveau » (2007 : 33). En ce sens les discours d'escorte anticipent et prescrivent des pratiques. Notre démarche est similaire : nous observons des logiques d'anticipation de l'utilisation des futurs dispositifs, en interrogeant non pas les publicités mais les discours des professionnels. Comment le musée qualifie-t-il ses futurs publics ? Certaines catégories de publics sont-elles davantage citées que d'autres ? Quels usages des dispositifs numériques les enquêtés imaginent-ils en priorité ? Comment anticipent-ils l'appropriation des dispositifs par les publics et les freins à leur utilisation ? Pensent-ils que la rénovation du musée et l'intégration de dispositifs numériques va engendrer un renouvellement du profil des publics ?

3.2.3 Le rapport au savoir

Actuellement, l'importante offre documentaire proposée par les dispositifs numériques (comme les tables tactiles) est susceptible de brouiller la frontière entre ce qui est de l'ordre de la visite muséale et ce qui relève de la consultation iconographique. En effet, dans la nouvelle muséographie du Museon Arlaten, la présence après chaque séquence de « salles d'interprétation », où les écrans sont plus nombreux que les objets de la collection, induit une activité de consultation des écrans autant que de déambulation dans l'espace. L'objet de musée, désormais contextualisé par un cartel numérique possédant un grand nombre de données

interprétatives et documentaires gravitant autour de lui, est équipé d'un véritable lestage informationnel (Jutant, 2011). Ces enjeux sont susceptibles de modifier profondément les modalités de la visite ainsi que la nature de ce qui fait patrimoine. Ces dispositifs visant des publics qui ne disposent pas forcément de « culture documentaire » (Vidal, 2012) incitent alors à la consultation des couches de savoirs entourant l'objet et peuvent développer chez les publics des compétences de consultation documentaire. C'est pourquoi nous nous demandons s'il est possible de parler de « musée médiathèque » (Welger-Barboza, 2001) pour qualifier les objectifs de ce musée proposant de vastes contenus documentaires. Ce dispositif numérique qui fait peser un poids documentaire (Davallon, 2000) non négligeable sur l'objet nous amène enfin à interroger les possibles réceptions par le visiteur de cet objet extrêmement documenté. Comment les professionnels du musée anticipent-ils ce rapport ? Craignent-ils une surcharge informationnelle et des effets de fatigue muséale ?

Le chapitre suivant donne à voir la façon dont différents types de discours d'escorte (journalistiques, officiels, institutionnels) qualifient ces repositionnements muséaux, émettent un imaginaire particulier sur les technologies et donnent à voir des attentes quand à une potentielle évolution du rapport à l'objet de collection. Il s'agit d'une enquête préalable permettant de donner un point de comparaison aux discours que nous analyserons au Museon Arlaten.

Chapitre 2. Enquête préalable : analyse comparative des discours d'escorte portant sur les dispositifs numériques pour la médiation

1. Les discours d'escorte sur la technologie

L'analyse des discours circulants sur la technologie a débuté par une entreprise de démasquage et de dévoilement des aspects idéologiques des discours qui s'apparente à une démythification s'inscrivant dans la lignée des travaux de Barthes et de Foucault (Jeanneret, 2001 : 35). Dans le contexte de l'analyse des discours sur la technique, le concept de discours d'accompagnement (Breton, 2002) sert généralement à qualifier les discours qui commentent la nature, la fonction et les usages d'une technologie.

« Le discours d'accompagnement est un ensemble d'énoncés caractérisés par le fait qu'ils sont tenus dans l'espace public et sont formés des commentaires *extérieurs* sur une technique, son emploi, le contexte et les conséquences de son usage. » (*Ibid* : 13)

Dans cette définition, Breton différencie le discours d'accompagnement sur la technique du discours technique qui est celui du spécialiste. Il propose ensuite de distinguer cinq types de discours d'accompagnement : le discours informatif portant sur le fonctionnement d'une technologie, le discours promotionnel relatif à la publicité, le discours critique qui rend compte des réticences à l'utilisation des technologies, le discours apologique visant au contraire à valoriser ces dernières et enfin le discours littéraire constitué des récits de fiction (Breton, 2002). Dans le cadre de cette recherche, nous porterons particulièrement notre attention sur la confrontation entre les discours critiques et les discours apologiques.

Ces discours apologiques ont été étudiés par de nombreux chercheurs depuis les années 1980 (Flichy, 2001a ; Breton, 2002 ; Bouquillion, 2013) et se caractérisent par un point de vue technophile et fataliste quant à l'équipement numérique de la société.

« A partir des années 1980, le discours d'accompagnement a été pour l'essentiel dominé par un discours de valorisation à caractère argumentatif et, parfois propagandiste, lorsqu'il présente comme naturel ou inéluctable ce qui n'est que l'objet d'un choix possible. Les médias se sont plutôt fait les messagers, jusqu'à une période récente, d'énoncés de valorisation que de toute autre catégorie d'énoncés, au détriment même des énoncés informatifs. » (Breton, 2002 : 15)

De nombreuses analyses portent alors sur les discours des entreprises ayant d'importants intérêts économiques dans l'offre de produits numériques et sur la façon dont les médias

relayent ces discours (*Ibid.*). La croyance en l'aspect thaumaturgique et salvateur des technologies est si forte que ces discours sont également nommés des « discours enchantés » (Bouquillion, 2013).

Cependant, le fait de penser un discours évoluant côte à côte avec l'objet technique empêche de penser l'influence mutuelle qu'exercent les discours sur les objets. À ce propos, Jeanneret propose le concept de « discours d'escorte » pour souligner le fait que « l'imaginaire contenu dans les mots et les images fait davantage qu'accompagner les objets » (Jeanneret, 2001 : 36) mais qu'il les constitue. Le concept de discours d'escorte permet de penser les points de contact entre objets et discours, dans un contexte où le discours ne vient pas de l'extérieur se déposer sur l'objet, mais où il fait lui-même partie de l'objet et en conditionne la réception comme les usages. Ainsi, en considérant l'influence des discours d'escorte sur les usages, il est par exemple possible de décrire le rôle du discours journalistique dans l'annonce d'une technologie. L'exemple d'internet est frappant en ce que cette technologie doit la rapidité de son succès aux médias de masse et à la presse qui a grandement contribué à : « l'annonce de son excellence (...) jusqu'à en imposer, non sans mal, l'évidence. » (Jeanneret, 2011 : 137).

De la même façon, nous nous intéressons dans cette recherche à l'empreinte des discours journalistiques et politiques sur la vision qu'ont les professionnels du musée des dispositifs numériques. Ce point de vue suppose alors que les discours d'escorte ne soient pas considérés comme des objets statiques mais qu'ils sont sans cesse repris et transformés par de nombreux locuteurs (Jeanneret, 2008). Cette idée développée par Jeanneret dans son étude de la trivialité met en avant la circulation des discours dans les différents lieux de la vie sociale (*Ibid.*). Considérant que « la culture est faite de la reprise et de la reconstruction constante des objets et de leurs formes » (Jeanneret, 2008 : 17), ce concept sera utile pour observer la colonisation du discours sur la technologie par le discours promotionnel (*Ibid.* : 196) développé par les médias et les instances politiques.

À l'aune de ce concept de trivialité, il sera question dans un premier temps d'identifier les imaginaires à l'œuvre dans plusieurs types de discours portant sur les technologies au musée : les discours officiels, les discours journalistiques, les discours d'experts et les discours des professionnels du musée Mc Cord, le musée d'histoire de la ville de Montréal. Considérant ces discours comme des : « composantes d'un intertexte social » (Jeanneret, 2001 : 38) complexe et comme les lieux d'expression des imaginaires socio-techniques, il s'agira dans un second temps de comparer ces différents discours afin de comprendre la circulation de certaines croyances d'un discours à l'autre et d'y déceler d'éventuels échos. Nous avons choisi à dessein

de ne pas analyser les discours promotionnels des entreprises (venant par exemple de sociétés de conception de dispositifs numériques ou de réseaux professionnels⁵⁹) considérant qu'ils véhiculent d'emblée une vision technophile de leurs dispositifs (Levoine, 2016), caractérisée par l'imaginaire techniciste décrit dans la partie précédente.

En suivant une focale allant de l'extérieur vers l'intérieur de l'institution muséale, nous présenterons dans un premier temps les discours d'escorte en-dehors du musée (discours officiels et journalistiques), puis les discours liés à l'institution (blogueurs professionnels, intervenants lors des journées d'étude, Museomix) et enfin les discours des professionnels de l'institution muséale (professionnels du musée Mc Cord).

2. Les discours extérieurs à l'institution

2.1 Discours officiels

Au cours des trente dernières années, l'acquisition des technologies par les institutions muséales est encouragée par des discours politiques officiels qui valorisent l'utilisation des technologies au nom de la démocratisation culturelle et de la lutte contre les inégalités sociales (Rasse, 2000 ; Gras, 2003 ; Moatti, 2010). Nous ferons une présentation de quelques discours officiels actuels qui légitiment et encouragent l'utilisation de dispositifs numériques dans le domaine patrimonial afin de présenter les enjeux dans lequel s'inscrivent ces logiques d'injonction numérique.

Dans un contexte où l'accès aux technologies est corrélé à l'accès à certains droits sociaux, les discours gouvernementaux encouragent actuellement le développement des dispositifs numériques pour la médiation dans tous les domaines de la société. À ce titre, le *Rapport ambition numérique* (2015) propose une politique d'inclusion qui s'appuie sur des projets de médiation technologique passant par des formations aux compétences (ou littéracies) numériques :

« Sans un accompagnement, sans des médiations au plus près des populations en souffrance, le numérique ne serait qu'un accélérateur d'inégalités et d'exclusion. (...) La médiation humaine est un accompagnement

⁵⁹ Nous pensons notamment au *Club Innovation & Culture France* ou à la société *Synapses Conseil* qui promeuvent les pratiques numériques et l'innovation dans le milieu culturel.

quotidien des usagers afin de les aider à s'emparer des fonctions offertes par le développement des services numériques publics ou privés⁶⁰. »

Ces projets censés réduire les inégalités sont le prolongement des réflexions sur la fracture numérique menées depuis les années 2000⁶¹. Cependant, les solutions mises en œuvre ne concernent plus seulement le seul accès à internet et aux technologies mais encouragent plus globalement des projets valorisant des protocoles participatifs autour d'une réflexion sur les valeurs de la culture numérique (notamment l'accès aux biens communs), dans lesquels les musées et les bibliothèques occupent une place importante :

« L'encouragement de la participation des acteurs publics à la production de communs, numériques ou non : contributions des archives, des musées et des universités à Wikipédia, (...) numérisation de contenus mis en "communs", mais aussi l'extension des *open data*, des opérations de numérisation d'archives par les utilisateurs. » (*Ibid.*)

On observe également des discours visant à valoriser l'utilisation des outils numériques dans les contextes éducatif et culturel. Le *Plan en faveur de l'éducation artistique et culturelle* (2015) met en avant l'aspect d'emblée stimulant et attractif des technologies numériques en insistant sur la capacité de ces dispositifs à insuffler des pratiques inédites et créatives :

« Le numérique contribue à la modernisation et la diversification des outils de l'EAC [Education Artistique et Culturelle]. (...) L'outil numérique permet de nouvelles pratiques de médiation culturelle dans le cadre de rencontres avec les œuvres et les artistes qui pourront être accompagnées d'un travail de compte rendu présenté dans un portfolio numérique. (...) Le lancement de la fresque de l'INA autour des œuvres du spectacle vivant constitue un exemple concret de la stratégie qu'attend le ministère de ses opérateurs, autour d'un travail de conceptualisation créatif et ergonomique d'une offre numérique publique de qualité venant en soutien du parcours d'EAC⁶². »

⁶⁰ Source : « Rapport ambition numérique : pour une politique française et européenne de la transition numérique », rapport remis au premier ministre en juin 2015. Publication en ligne : <<http://contribuez.cnumerique.fr/sites/default/files/media/CNNum--rapport-ambition-numerique.pdf>>. Consulté le 20 juillet 2015.

⁶¹ On constate également que le *Projet de loi pour une République Numérique* de 2015 s'appuie sur les mêmes arguments visant à lier l'accès à l'internet à l'accès aux droits et à inscrire des droits numériques dans le fonctionnement de la République : « L'accès au réseau et à ses usages est devenu une condition essentielle pour l'insertion, la vie professionnelle et sociale de chacun. Demain, avec la numérisation croissante des usages, bénéficier d'une connexion Internet sera, tout comme le fait d'avoir un logement, indispensable pour l'accès aux droits. Parce que l'accès de chacun au réseau répond à un impératif républicain de solidarité et d'inclusion des citoyens, il sera une priorité du projet de loi pour une République numérique. » Source : *Projet de loi pour une République Numérique*, 2015. Publication en ligne : <<https://www.republique-numerique.fr/>>. Consulté le 20 juillet 2015.

⁶² Source : *Plan en faveur de l'éducation artistique et culturelle*, porté par Najat Vallaud-Belkacem et Fleur Pellerin, juillet 2015. Rapport : « L'éducation artistique et culturelle : une priorité pour la jeunesse ». Publication en ligne : <<http://www.gouvernement.fr/action/l-education-artistique-et-culturelle-une-priorite-pour-la-jeunesse>>. Consulté le 20 juillet 2015.

Ce plan souligne le double objectif de modernisation et de diversification qui permettrait aux professionnels comme aux artistes d'avoir davantage de choix, de ressources et de souplesse dans les projets d'EAC mis en œuvre.

Dans une perspective diachronique, nous comparerons désormais trois discours politiques portant sur l'utilisation des technologies dans le domaine de l'éducation et de la culture. Ces discours s'étendent sur une période allant des années quatre-vingt-dix à nos jours et permettent d'observer la constance d'un imaginaire fortement mélioratif des dispositifs numériques dans les discours officiels.

Dans les années quatre-vingt-dix, le *Rapport annexé à la loi d'orientation sur l'éducation du 10 juillet 1989* met déjà l'accent sur l'utilité de l'informatique comme moyen de mise en œuvre d'une pédagogie différenciée au service de la prévention de l'échec scolaire.

« L'informatique est un outil d'enseignement permettant une meilleure individualisation de l'apprentissage, des situations pédagogiques nouvelles et le développement de capacités logiques et organisatrices. Elle peut être notamment mise au service des élèves qui courent un risque d'échec scolaire. Son développement à l'école, amorcé depuis 1970 et renforcé grâce au plan *Informatique pour tous*, sera poursuivi et appuyé notamment par un effort de recherche pédagogique⁶³. »

Un des arguments majeurs développé est ici la supposée capacité des technologies à varier les situations d'apprentissage par des dispositifs pédagogiques innovants adaptés aux différents profils des apprenants.

Dix ans plus tard, la Ministre de la Culture Catherine Tasca prononce un discours devant l'Assemblée Nationale soulignant les risques de fracture technologique et prônant l'utilité des technologies pour réduire les inégalités d'accès à la culture. Outre une évolution lexicale (le terme « informatique » est remplacé par l'expression « nouvelles technologies de l'information et de la communication »), les arguments utilisés sont semblables à ceux du rapport précédemment décrit :

« Parce que les nouvelles technologies de l'information et de la communication peuvent constituer l'un des terrains les plus propices au développement des inégalités face à la culture, parce qu'elles peuvent contribuer au contraire à faciliter l'accès au plus grand nombre aux richesses de la création artistique, le ministère se doit d'accentuer ses efforts en ce domaine⁶⁴. »

⁶³ Source : Rapport : *Les missions et les objectifs fixés par la Nation, Mission du système éducatif*, rapport annexé à la loi d'orientation sur l'éducation du 10 juillet 1989, Journal Officiel du 10 juillet 1989.

⁶⁴ Source : Discours prononcé par Catherine Tasca, Ministre de la culture, le 3 mai 2000 à l'Assemblée Nationale.

En 2013, la Ministre déléguée aux PME, à l'innovation et à l'économie numérique Fleur Pellerin prononce un discours élogieux dans lequel là encore les technologies permettraient à la fois de varier les supports d'apprentissage et de réduire les inégalités sociales. Le terme « numérique » a cette fois succédé au sigle « TIC » et au terme « informatique » :

« J'aimerais revenir sur les bénéfices que permet le numérique dans l'éducation. Je pense en particulier à trois points : d'abord au plaisir d'apprendre, que le numérique renouvelle en offrant de nouveaux supports et de nouveaux contenus pédagogiques, et parfois en s'amusant même. Ensuite aux nouveaux outils pédagogiques fondés sur les recherches de pointe en sciences de la didactique. [...] Enfin, à l'égalité entre les élèves. Le numérique [...] est réellement un outil de justice sociale et d'égalité des chances⁶⁵. »

Notons ici, en plus de la thématique de l'égalité des chances, la référence aux notions de plaisir et d'amusement, probablement en lien avec le développement des *serious game* et des logiques de ludification des dispositifs pédagogiques.

L'objectif de la mise en perspective de ces trois discours n'est pas de proposer une analyse comparative exhaustive mais simplement de donner à voir une constante dans des discours politiques qui diffusent une image laudative et efficace des dispositifs numériques dans le domaine de la culture et de l'éducation.

Dans ces trois extraits, les technologies sont considérées comme pouvant opérationnaliser plusieurs éléments : la démocratisation culturelle par la réduction de la fracture numérique, le développement du goût d'apprendre, et un accès élargi au savoir par la numérisation et la valorisation des contenus. Le caractère mélioratif et salvateur des discours officiels portant sur les technologies numériques révèle selon Moatti le : « dépérissement de l'idéologie politique laïque et la naissance d'un imaginaire techniciste français au sein du système scolaire » (2010 : 144).

Cet argument d'un imaginaire techniciste valorisé par l'école est repris et développé par Alain Gras dans un ouvrage consacré au rapport entre l'homme et la technique. Il y explique que le système éducatif opère un important « bombardement idéologique institutionnel » (Gras, 2003 :15) visant à promouvoir le progrès technique et qui a pour conséquence de préparer une attitude de passivité chez les individus confrontés au débat sur l'utilité de la technique. Les médias reprennent également ce discours de l'individu condamné au progrès en s'appuyant sur une histoire linéaire des techniques qui ne valorisent qu'une succession d'innovations axiologiquement positives, et font l'économie d'une réflexion complexe sur le rapport entre

⁶⁵ Source : Extraits du discours du 10 juin 2013, Fleur Pellerin.

l'homme et le progrès⁶⁶. L'auteur souligne par exemple que l'on trouve peu de discours médiatiques présentant des sociétés qui ont refusé certaines innovations ou ont développé une relation différente avec la question de la nécessité du progrès (*Ibid.*).

Enfin, cet imaginaire techniciste positif est d'autant plus solide qu'il est intimement associé au vœu pieux de la démocratisation culturelle. Selon Paul Rasse, les nouvelles technologies cristallisent l'espoir de l'opérationnalisation des objectifs de la démocratisation culturelle. Par la diffusion de masse que permettent les technologies actuelles, les professionnels de la culture s'attendent à ce que les contenus culturels touchent un public élargi : « si les nouvelles technologies de la communication font rêver, c'est tout simplement pour leur efficacité supposée. Elles laissent seulement espérer qu'elles résoudront des problèmes pratiques, là où d'autres ont déjà échoué. » (Rasse, 2000).

Ce projet de revivification du mythe de la démocratisation culturelle par les dispositifs numériques est critiqué par Jean Caune qui, en différenciant le temps de la technique et le temps de la culture, met en garde contre une analyse trop hâtive des impacts de la technologie dans le domaine culturel :

« Les nouveaux médias (...) ne sont pas, en eux-mêmes, les moyens d'accès à la démocratie culturelle, pas plus qu'ils ne conduisent mécaniquement à la production d'une nouvelle culture. En premier lieu, parce que le temps de la technique et le temps de la culture, comme de nombreux auteurs l'ont montré, ne relèvent pas de la même échelle de perception » (Caune, 1999 : 4)

Ainsi, en mobilisant le thème de la démocratisation culturelle et en affirmant les effets d'emblée positifs et attractifs des technologies dans le domaine de la culture et de l'éducation (Levoine, 2015), les discours officiels promeuvent et légitiment une vision enchantée de ces dispositifs qui est largement reprise par les discours journalistiques.

2.2 Discours journalistiques

Afin de collecter un court corpus d'articles de journaux portant sur les dispositifs numériques au musée, nous avons mis en place un système d'alerte sur un moteur de recherche à l'aide des mots clefs « numérique » et « musée », entre décembre 2012 et mars 2016. Lors de cette période de veille documentaire, ont été sélectionnés uniquement des articles de la presse francophone

⁶⁶ La prédominance d'une histoire des techniques focalisée sur les inventions successives serait alors responsable selon Alain Gras d'un discours idéologique et progressiste : « Une histoire des techniques que je qualifierai de "populaire" nous fait ainsi croire à une évolution continue et irréversible de la capacité technicienne à agir sur le monde, une histoire que propagent tous les manuels scolaires et avec laquelle les médias rentrent en résonance pour faire entendre dans leurs discours simplificateurs une nouvelle version du destin de l'homme, voué au progrès technique » (Gras, 2003 : 15).

(France, Belgique, Québec et Suisse). Nous avons exclu de notre sélection les articles de blogs spécialisés portant sur les technologies, les sites web d'entreprises et les sites associatifs. Au total nous avons récolté vingt-quatre articles de journaux correspondant à nos critères (références en annexe 12). Cette recherche par système d'alerte a fait émerger deux types d'articles de presse : des articles qui décrivent l'acquisition par un musée d'un dispositif numérique (le plus souvent une application mobile, une tablette tactile ou un navigateur de réalité augmentée) et des articles qui décrivent de façon plus globale les évolutions actuelles des musées. Une analyse de contenu de ce corpus, qui n'a pas vocation à être exhaustif, nous a permis de connaître les thématiques fréquemment abordées par les journalistes qui décrivent les innovations technologiques au musée.

En outre, une lecture attentive et quotidienne de la presse durant la même période a révélé la fréquence des articles consacrés aux dispositifs numériques dans les musées par rapport aux articles traitant d'autres types de dispositifs de médiation. Le simple fait pour les médias de traiter régulièrement cette thématique focalise l'attention des lecteurs sur ces éléments relatifs à l'innovation des musées. Ce phénomène relevant de la mise à l'agenda (ou *agenda setting*) invite à considérer ce sur quoi les médias attirent l'attention afin de comprendre de quelle façon ils influencent l'opinion des lecteurs simplement à travers le choix de ces sujets (Jeanneret, 2008) qui légitiment certains points de vue sur la technologie et en négligent d'autres.

En effet, la majorité de ces articles relaient avec un discours homogène un point de vue optimiste et technophile concernant l'équipement technologique des musées et soutiennent une rhétorique de la révolution et du changement irréversible, nuancée par très peu de discours critiques. Certains articles se présentent également sous la forme d'interviews. Dans ce cas précis, les interlocuteurs sont de trois types : des professionnels des musées, des professionnels du tourisme et des entreprises de conception de dispositifs numériques. Les propos analysés ci-après rendent donc compte d'un assemblage de discours venant de ces différents locuteurs.

2.2.1 Un discours enchanté sur l'équipement numérique des musées

Le succès des dispositifs numériques

La principale caractéristique des discours présentant ces dispositifs est la mise en valeur de la réception positive du dispositif de médiation par le public ainsi que la description de l'enthousiasme lié à la découverte de l'outil.

« Un travail qui a suscité l'étonnement et l'admiration » (Le Journal de Saône et Loire), « les retours sont en général très positifs » (La Presse), « le visioguide à réalité augmentée (...) a remporté tous les suffrages » (Télérama), « la démonstration a rencontré un certain succès lors de la Nuit des Arts » (La Voix du Nord), « on a vu que ça fonctionnait » (La Voix du Nord), « l'intérêt de ce type de support » (La Voix du Nord)

Les journalistes valorisent en priorité l'ergonomie du dispositif dont ils vantent la facilité d'utilisation ainsi que l'aspect attractif : « Le dispositif est très intuitif » (La Presse), « Magique ! » (Le Télégramme). Même si la plupart de ces jugements arrivent après une utilisation effective des dispositifs par les visiteurs, il arrive également que les auteurs parient sur le succès supposé de ces innovations : « Avec un design soigné et de la réalité augmentée, cette appli embarquée (...) va séduire à coup sûr les familles. » (La Marne). Ce vocabulaire mélioratif est assorti d'un jugement qui donne au dispositif une figure salvatrice. L'outil numérique est alors considéré comme une solution thaumaturgique (Jeanneret, 2008) face à une désaffection des institutions muséales.

« la réalité augmentée et le multimédia à la rescousse » (La Presse), « bonifiées par l'écoute d'un audioguide » (La Presse)

Ces discours positifs sont accentués par des jugements catégoriques qui légitiment totalement les dispositifs et les pratiques liées à l'équipement technologique des musées : « le numérique a toute sa place au musée » (La Voix du Nord).

Valorisation de l'efficacité cognitive des dispositifs

Le dispositif numérique est essentiellement vanté pour l'apport d'informations qu'il rend possible en proposant des éléments de contexte ainsi que des approfondissements thématiques. Les figures tantôt de la supplémentarité, tantôt de la complémentarité, dessinent les contours d'un imaginaire de l'apport documentaire permanent, capable d'enrichir et d'étendre les contenus de l'exposition.

« des *éléments du contexte* comme la biographie de l'auteur ou des explications sur l'œuvre apparaissent une fois le smartphone ou la tablette baissée » (Métro), « informations complémentaires » (Courrier International), « afficher des informations supplémentaires sur les objets visés avec le téléphone » (Courrier International), « d'avoir des informations supplémentaires » (La Presse), « en apprendre plus » (Métro), « des informations visuelles supplémentaires dans votre champ de vision. » (La Presse), « Enrichir la visite » (La Presse), « obtenir des informations rapides sur l'artiste » (La Voix du Nord)

Valorisation de l'expérience sensorielle

La multiplicité des médias disponibles dans l'espace d'exposition est présentée comme un moyen d'intensifier la visite en s'adressant aux sens (essentiellement l'ouïe et la vue) ou en proposant de mimer certains sens comme le toucher.

« dispositifs interactifs, sonores, visuels, multimédias, réfléchis de façon à offrir de nouvelles expériences muséales » (Voir), « enrichir la visite habituelle au moyen de vidéos, de sons, d'images d'archives » (24h), « on peut toucher la statue » (Le Soir)

Une des images les plus fréquemment utilisées pour décrire l'expérience offerte par ces technologies (table tactile ou réalité augmentée) est celle de l'immersion dans une autre époque ou dans une autre zone géographique. A travers l'image du voyage dans le temps et dans l'espace, la visite est censée être plus touchante et gagner un supplément d'âme en cherchant à reconstituer fidèlement une époque révolue ou un lieu inaccessible.

« faire vivre une immersion basée sur les sens » (Le Soir), « Cette application numérique permet au promeneur de se plonger dans le Bordeaux du XVIIIe » (Les Echos), « la réalité augmentée pour permettre l'immersion du promeneur muni d'une tablette » (Les Echos), « immersif » (Le Soir), « immerger le visiteur » (24h), « immersions » (24h), « Imaginez que votre téléphone est une brèche vers le passé qui permet de se projeter 100 ou 200 ans en arrière à partir de documents d'archives » (Métro), « On apporte une extension de l'exposition » (La Voix du Nord), « Cette technologie permet, avec un téléphone ou une tablette, d'amener dans le monde réel un objet virtuel » (La Voix du Nord)

Ce fantasme du voyage s'accompagne de la promesse de voir à travers la matière. Les dispositifs numériques sont souvent décrits comme un moyen pour voir l'invisible et le caché :

« tables tactiles géantes permettant de manipuler les œuvres à plusieurs, de voir ce qui se cache sous la peinture ou au dos du tableau » (Les Echos), « montrer aux enfants qu'une sculpture est creuse à l'intérieur. Pour l'œuvre de Rémy Cogghe, il y a beaucoup de dessins préparatoires. Une tablette pourrait permettre de les montrer » (La Voix du Nord), « Ça permet de montrer ce que l'œil ne peut pas voir » (La Voix du Nord)

Enfin, on observe des discours relatifs à l'injonction au divertissement à travers le vocabulaire du jeu et de la distraction, généralement associés à des notions de pédagogie et d'apprentissage :

« apprendre l'histoire en s'amusant » (La Marne), « une dimension vraiment ludique aux visites de musées » (La Tribune), « évènement distrayant » (La Marne), « appli ludique » (Le Soir), « ludique » (La Voix du Nord)

Valorisation de la démocratisation culturelle

Les articles qui décrivent les dispositifs numériques réalisés lors de l'évènement Museomix accordent aux projets numériques la capacité de remettre en cause un fonctionnement supposé vertical de la transmission des savoirs. Dans ces articles, l'accessibilité comme la rencontre avec le visiteur seraient favorisées par des logiques de travail horizontales et contributives :

« il [le numérique] permet de briser les hiérarchies traditionnellement liées aux savoirs. » (Le Devoir), « Rendre accessible l'art par le biais du numérique » (La Voix du Nord), « L'apport du numérique se manifeste surtout dans la relation avec le public et sort souvent le musée dans la rue » (Le Devoir), « Une occasion citoyenne de s'impliquer dans un processus de remixage du concept de musée et de concevoir en équipe des prototypes destinés à favoriser la médiation entre les visiteurs et les œuvres. » (Voir), « le musée compte bien faire un appel du pied à ses visiteurs » (24h)

Les journalistes soulignent également le recours aux dispositifs numériques lorsqu'il s'agit de s'adapter aux différents publics. L'accent est mis sur la scénarisation de contenus audiovisuels spécifiques pour les personnes en situation de handicap, telles que les personnes malentendantes ou malvoyantes.

« l'arrivée de nouvelles technologies avait été le levier nécessaire pour amorcer, dans le monde muséal, un changement d'attitude vis-à-vis des publics handicapés » (Télérama), « des visites guidées personnalisées » (Courrier International), « améliorer les accessoires à destination des publics handicapés » (Télérama), « des explications en LSF au sujet de telle ou telle œuvre de leur choix » (Télérama), « un volet éducatif destiné aux écoles » (Métro)

La plupart des journalistes des articles étudiés mettent en relief le succès de ces dispositifs à travers le modèle de la plus-value. Dans ces discours, les dispositifs numériques seraient à même de proposer une expérience de visite étendue en permettant l'accès à plus de connaissances, à des modalités de rencontre avec les œuvres enrichies par des éléments sensoriels, tout en s'adaptant à des publics diversifiés. Dans ces articles, ces modifications s'inscrivent plus globalement dans le récit révolutionnaire d'un « passage au numérique » des musées.

2.2.2 La rhétorique du changement de paradigme

Le récit d'une révolution numérique soudaine

De nombreux journalistes mettent en relation l'acquisition par un musée d'un dispositif en particulier (un navigateur de réalité augmentée), avec l'entrée de l'institution dans une nouvelle temporalité, souvent en ayant recours à l'expression actuellement répandue : « l'ère du numérique ». Ils utilisent alors fréquemment en introduction le vocabulaire de la révolution et du progrès technique pour qualifier le sujet de leur article, indiquant ainsi une équivalence entre l'équipement numérique d'un musée et des changements sociaux qui touchent les domaines culturel et technologique à plus grande échelle.

« La Piscine s'apprête à plonger dans une nouvelle ère » (La Voix du Nord), « révolution » (Le Devoir),
« Les bénévoles [de Museomix] ont tout réinventé » (Le Soir)

Dans les discours étudiés, ces modifications se caractérisent par l'arrivée subite d'outils innovants venant remplacer des dispositifs antérieurs, tels que les audioguides, devenus obsolètes. Les extraits ci-dessous décrivent l'entrée brutale et imposante des pratiques numériques dans le milieu muséal et insistent sur les transformations à l'œuvre dans l'institution.

« La déferlante numérique transforme les pratiques muséales. » (Le Devoir), « L'art se tourne vers le digital » (Métro), « Avec Museomix, les geek entrent au musée » (Le Soir), « transformation numérique » (La Voix du Nord), « Bienvenue dans le monde (...) de la réalité augmentée adaptée à l'univers des musées. » (La Presse), « changer ce qu'ils souhaitaient dans le musée » (Le Soir)

Les journalistes décrivent systématiquement ces changements sous l'angle du progrès et expriment leur enthousiasme et leur surprise, liées au caractère inédit et original des dispositifs. En outre la structure des articles procède généralement par un changement d'échelle allant d'une focale micro à un point de vue macro. En partant par exemple d'un dispositif numérique venant éclairer une œuvre en particulier, les journalistes indiquent que c'est le rapport au musée dans son ensemble, et même le rapport à la culture en général, qui est désormais bouleversé. Cet élargissement thématique, allant du dispositif au rapport à la culture, fait de l'outil numérique le symbole d'une révolution et donne à voir la figure de la synecdoque où la partie (le dispositif, la tablette tactile) symbolise le tout (la révolution numérique, le musée du futur) :

« apporter un regard nouveau » (Le Soir), « dispositifs qui animent le musée de nouveaux points de vue, de nouveaux parcours, de rencontres inattendues. » (Voir), « offrir de nouvelles expériences muséales » (Voir), « stimule de nouvelles approches. » (Le Devoir), « technologie dernier cri » (Courrier

International), « musée novateur » (Sud Ouest), « des techniques inédites » (Sud Ouest), « des visioguides futuristes » (Télérama), « prototypes originaux et inventifs » (Le Soir), « l'art trouve une autre dimension » (Métro), « un autre regard sur une exposition » (La Voix du Nord), « proposer une autre façon de visiter le musée » (24h), « qui prennent une autre dimension grâce à l'audiodescription. » (Métro), « repense l'accès à la culture » (Les Echos), « Les visites au musée vont prendre une dimension inattendue » (Métro), « Maintenant, la technologie numérique permet de vivre une tout autre expérience. » (La Presse)

Les articles traitant spécifiquement de l'équipement numérique d'un musée peuvent être résumés de la façon suivante : les applications smartphone et les navigateurs de réalité augmentée remplacent et remplaceront peu à peu les supports précédents tels que l'audioguide ou la visite guidée. En outre, cet éloge du dispositif numérique se fait en parallèle d'une dévalorisation des dispositifs antérieurs jugés moins efficaces.

« l'audioguide est en train de se faire détrôner par les applications pour smartphones » (Courrier International), « Les applications diverses remplacent les bons vieux audioguides » (Le Devoir), « Une expérimentation (...) qui devrait rapidement se propager dans tous les grands musées, reléguant les audioguides au rang d'antiquités. » (Le Télégramme), « Ça remplace le doigt du guide » (La Presse)

Ce discours va parfois jusqu'à la dépréciation de toutes les activités non numériques : « jusqu'à il y a deux ans, visiter le musée de la Défense aérienne de Bagotville se résumait à regarder des artefacts à l'intérieur de l'ancienne église protestante de la base aérienne du Saguenay ou les avions dans le parc adjacent. » (La Presse). Enfin, les articles se terminent généralement par une question plus globale portant sur des suppositions quant aux futurs dispositifs et pratiques :

« Le musée de demain sera-t-il virtuel ? » (Libération), « Le Musée Picasso s'équipera-t-il bientôt de ce genre d'outil dernier-cri ? » (Télérama), « Le musée du futur s'invite dans les rues » (Métro)

Ainsi le musée se trouve décrit dans une posture paradoxale : à la fois complètement inscrit dans une nouvelle ère numérique mais toujours sur le seuil de celle-ci. Cette posture n'est pas sans évoquer l'étude menée par Sarah Labelle (2007) sur la ville inscrite dans la société de l'information, où la ville est à la fois promise à un avenir connecté et décrite comme effectivement entrée dans cet avenir. On peut penser que la spécificité de cette posture paradoxale est le lot de toutes les institutions confrontées à une supposée transition numérique. En effet, lorsqu'ils se réjouissent de la modernisation des musées, ces articles critiquent dans le même temps le retard des institutions dans le domaine en les comparant à d'autres pays ou d'autres secteurs utilisant des outils plus innovants :

« Des progrès à faire sur le numérique au musée » (La Voix du Nord), « L'industrie de la musique l'a vécu, le cinéma aussi, et voici que les musées sont en plein dedans. » (Le Devoir)

Un repositionnement de l'image institutionnelle du musée par l'éloge du mouvement

Le constat fait par les journalistes de la modernisation du musée passe généralement par la description d'une expérience de consultation des contenus numériques animés qui serait capable de rendre le musée plus dynamique et donc plus attractif.

Les journalistes portent une attention soutenue aux reproductions numériques des œuvres dans lesquelles ont été proposées des animations visant par exemple à mettre en mouvement les personnages d'un tableau ou d'une sculpture. La métaphore de la résurrection est alors presque systématiquement convoquée pour décrire des tableaux qui « prennent vie » (Métro) avec les innovations technologiques :

« redonner vie aux tableaux de maîtres grâce à la réalité augmentée » (Métro), « donner vie aux œuvres » (Métro), « il suffit à son utilisateur de scanner un tableau afin que ce dernier prenne vie sur son écran » (Métro), « la pièce maîtresse du musée La Piscine a revécu sur tablette numérique » (La Voix du Nord)

Ces articles révèlent un imaginaire technophile accentué par une injonction au mouvement et au dynamisme. Cette injonction se traduit dans une aversion pour les éléments statiques et plus globalement dans une franche opposition entre les : « mauvais objets, statiques, dont le livre est l'emblème, et les bons objets, dynamiques, représentés (...) par les appareils de la télécommunication » (Jeanneret, 2008 : 31). Dans les extraits cités plus haut, le fait de proposer au visiteur un dispositif contenant des animations graphiques est assimilé à une plus-value dans l'expérience de visite puisque le caractère immobile du tableau (implicitement associé à l'ennui), attire désormais le regard par des mouvements.

Ainsi, l'image de l'institution type véhiculée par ces articles est celle d'un musée obsolète et vétuste, soudainement et joyeusement dépoussiéré par des dispositifs numériques. Dans un contexte où le musée souhaite repositionner son image institutionnelle, l'injonction au mouvement se traduit en effet par une dépréciation des objets immobiles et un éloge des dispositifs dynamiques :

« Dépoussiérée et dotée d'une application pour smartphone » (24h), « le Musée veut redynamiser son image » (24h), « redynamiser notre image » (24h), « moderniser les musées » (Le Journal de Saône et Loire)

Peu à peu, au rythme de son équipement numérique, le musée se dépoussièrerait à l'aide d'images animées et de contenus dynamiques (films, réalité augmentée) qui favoriseraient l'interactivité :

« L'intérêt d'utiliser la réalité augmentée pour animer les tableaux du musée. » (La Voix du Nord), « animer par la réalité augmentée la pièce maîtresse du musée » (La Voix du Nord), « la statue d'un guerrier grec

s'est animée avec les messages des visiteurs » (Le Soir), « dispositifs qui animent le musée. » (Voir), « interactivité » (Courrier International), « interagir avec le contenu de l'exposition » (Le Devoir), « Installation interactive » (Le Soir)

Ainsi, en décrivant de façon enthousiaste les contenus audiovisuels privilégiant le mouvement et en alimentant le mythe de l'interactivité (Jeanneret, 2008), ces discours valorisent et prescrivent l'image d'un musée *vivant*, dont l'antithèse serait une exposition poussiéreuse et statique contenant des audioguides passés de mode. Ce discours panégyrique à propos du progrès technique, tenu en parallèle d'un dénigrement des dispositifs passés, légitime l'injonction au numérique comme l'injonction au dynamisme.

Cette injonction est en outre encouragée par l'affirmation de l'entrée dans une nouvelle ère, où l'acquisition des dispositifs technologiques par le musée semble se faire sur le mode de l'introduction subite et de l'apparition salvatrice. Ce discours évidemment simplificateur présente une révolution récente, sans mise en perspective historique et contraste avec les recherches scientifiques indiquant la continuité de l'équipement technologique des musées depuis les premiers prototypes d'audioguides dans les années 1930 (Glicenstein, 2016).

2.2.3 Le discours critique sur les dispositifs numériques : limites, inquiétudes et résistances

Notons tout d'abord que les discours critiques envers les dispositifs numériques sont minoritaires par rapport aux discours enchantés. Ces discours critiques proviennent généralement d'entretiens avec des personnes ayant une culture numérique importante : le journal Libération choisit d'interviewer Albertine Meunier (une artiste numérique) et Courrier International interroge les directeurs du Rijksmuseum d'Amsterdam. Les journalistes endossent peu la responsabilité de ces discours critiques.

Les critiques adressées au numérique sont homogènes dans l'ensemble du corpus. Elles concernent les limites de l'efficacité des dispositifs, la question de leur nécessité et les inquiétudes quant au futur des musées.

L'argument de la plus-value et du complément d'information, traditionnellement présenté comme un avantage du dispositif numérique, est parfois retourné pour montrer l'envers de la complémentarité : un trop plein d'informations potentiellement épuisant pour le visiteur. Dans les extraits ci-dessous, Télérama et France Info désapprouvent la trop forte visibilité des dispositifs numériques qui perturbent le public en quête d'une expérience de visite plus paisible et soulignent les limites ergonomiques de ces outils :

« Un musée convivial, extrêmement ludique. Trop, peut-être. Hyperactif, sans doute. » (France Info), « Le musée de l'Homme (...) ultra modernisé, avec de l'interactif à tous les étages. Trop ? » (France Info), « les limites ergonomiques de ces objets d'un nouveau genre » (Télérama)

Dans le cas du musée de l'Homme, le journaliste reproche à ce musée « hyperactif » un foisonnement médiatique contre-productif. Sans dénigrer le rôle des dispositifs numériques pour la médiation, il souhaiterait que le visiteur dispose de davantage d'espace et de silence pour apprécier sa visite sans être régulièrement sollicité par des activités qui relèvent d'une injonction au ludique, au convivial et à l'interactif. Ce qui dans les discours précédent constituait un *plus* devient ici un *trop*.

Les journalistes réproouvent également le risque d'une stratégie d'acquisition numérique aveugle qui n'interroge pas la pertinence et la nécessité du dispositif pour le public visé. Dans l'exemple ci-dessous, c'est le modèle d'une technologie *pour elle-même*, faisant office de gadget peu utile, qui est critiqué :

« Il ne s'agit pas de faire du numérique pour faire du numérique. » (La Voix du Nord)

Le cas du Rijksmuseum exposé ci-dessous est saisissant en ce qu'il montre qu'une institution qui s'oppose à suivre le mouvement entrepris par les autres musées (ici la conception d'applications de visite) se pose d'emblée dans une posture subversive :

« Le Rijksmuseum, lui, a choisi de ne pas succomber à ce qui reste, pour ses directeurs, un gadget. » (Courrier International), « la direction du grand musée amstellodamois a sciemment refusé de développer certaines applications, estimées trop gadget. » (Courrier International), « Réalité augmentée : le Rijksmuseum fait de la résistance » (Courrier International)

En effet, ce parti pris aurait pu être décrit de façon différente, par exemple en mettant l'accent sur les autres formes de médiation développées par le musée, telles que les visites guidées. Mais le choix du terme « résistance » indique que le Rijksmuseum effectue par ce choix un écart par rapport à une norme.

Enfin, quelques rares articles évoquent la question de l'avenir des institutions à travers le prisme de l'inquiétude quant à la disparition du modèle traditionnel du musée. Les Echos craignent notamment un remplacement des objets des collections par la consultation d'outils numériques :

« Le virtuel risque-t-il de cannibaliser le réel ? » (Les Echos), « cet instrument de lobbying [Google Lab] suscite aussi l'inquiétude » (Les Echos)

Cette crainte souligne de la part du journaliste une vision binaire de l'accès à l'œuvre, qui se ferait uniquement à travers le virtuel ou le réel. Outre un choix terminologique relevant d'un abus de langage (le virtuel s'oppose à l'actuel et non au réel), cette appréhension d'une

disparition des pratiques de visite dans la consultation numérique met en évidence une conception manichéenne du rapport à la culture autant qu'elle traduit une méfiance vis-à-vis des innovations technologiques. Cette méfiance n'est pas nouvelle, chaque innovation technologique étant implicitement accusée de supplanter les dispositifs et les pratiques antérieures (Jeanneret, 2008 ; Davallon, 1999).

Conclusion

Nous observons une homogénéité entre les différents articles, tant au niveau des expressions employées qu'au niveau axiologique, concernant les valeurs attribuées aux dispositifs numériques. Par une annonce prophétique et enthousiaste d'une révolution numérique à la fois à venir et déjà en marche, les discours tenus par les journalistes encouragent un positionnement technophile, caractérisé par la légitimation des dispositifs numériques au musée et par là même la légitimation de l'injonction au progrès technique.

Comme dans les discours officiels étudiés plus haut, les discours journalistiques donnent aux dispositifs numériques le pouvoir de rendre le musée plus accessible et attractif. Que les journalistes parlent en leur nom ou bien qu'ils relaient la parole d'autres locuteurs, ils proposent un discours enchanté (Bouquillion, 2013) et simplificateur où l'on retrouve les trois mythes des médias informatisés décrits par Jeanneret (2011) : l'interactivité, l'intuitivité et l'immatérialité. Cependant, on y lit vis-à-vis du progrès technique un mélange de deux sentiments discordants : la célébration euphorique de l'innovation est tempérée par une forme de fatalisme résigné indiquant que les musées devront bien, bon gré mal gré, suivre la norme d'un équipement numérique homogène.

3. Les discours liés à l'institution

3.1 Discours des professionnels en journées d'étude

Les supports de communication et les événements où l'institution muséale communique officiellement envers son public ou envers ses pairs (site internet, document de communication, journées d'études) sont des éléments privilégiés pour caractériser les imaginaires et attentes du numérique. À titre d'exemple, les *Rencontres médiation et numérique dans les équipements culturels* qui ont lieu chaque année dans une institution culturelle française sont l'occasion pour les musées de faire état de l'intégration de dispositifs numériques. Le texte de présentation de

ces *Rencontres*, organisées par le ministère de la Culture et de Communication débute par l'expression : « À l'heure de la révolution digitale⁶⁷ ». Cela présuppose l'idée d'un bouleversement majeur mais qui n'est pas précisément daté et dont on ne donne pas les enjeux dans la suite du texte. De la même façon, la journée d'étude intitulée *La révolution numérique au service des publics de la culture*, organisée par le ministère de la Culture et de la Communication, fait également référence au champ sémantique du bouleversement (« révolution ») et à l'utilité sociale des dispositifs (« au service »). Le descriptif de la journée met également en avant les avantages de l'innovation en termes de valeur, à travers l'emploi répété de l'adjectif nouveau : « une invitation à imaginer collectivement les nouveaux usages de ces nouveaux outils⁶⁸ ».

Une analyse thématique des communications des quatre dernières éditions de ces *Rencontres*⁶⁹ donne à voir de la part des professionnels les attentes suivantes concernant les technologies : une augmentation de l'efficacité de la médiation pour un public précis, le renouvellement de l'image de l'institution, l'adaptation aux codes actuels de la culture numérique et l'expérimentation de nouvelles formes de médiation.

(I) L'augmentation de l'efficacité de la médiation pour un public précis (scolaire, handicap) est une des attentes les plus fréquemment citées. Les technologies sont fréquemment présentées comme servant à la fois à varier l'expérience de visite et à adapter les activités aux différents publics. Le plus souvent, les technologies viennent répondre à des demandes précises en termes de médiation, concernant par exemple pour le jeune public ou pour le public dit empêché. Il peut s'agir par exemple d'un visioguide présentant des contenus vidéo en langue des signes à destination du public malentendant ou d'un parcours pour enfant sur tablette (Abbaye de Fontevraud). Dans la majorité des cas, les technologies sont décrites comme devant être pertinentes, discrètes et raisonnées.

(II) Le renouvellement de l'image de l'institution renvoie aux capacités des technologies à amener des éléments de ludification. À travers des modèles où le jeu est présenté comme une norme visant à atténuer l'atmosphère potentiellement sérieuse du musée, les professionnels valorisent la légèreté, le plaisir et la convivialité qui résultent de l'utilisation de ces dispositifs.

⁶⁷ Source : <<http://www.rencontres-numeriques.org/2015/>>

⁶⁸ Source : <http://www.illusion-macadam.coop/#!/news/rdv/rvn3>. Rencontre organisée le 10 février 2016 par le ministère de la Culture et de la Communication, l'école des beaux-arts de Montpellier et l'association Illusion et Macadam, une association spécialisée dans l'accompagnement de projets culturels innovants.

⁶⁹ Nous étions présentes lors des éditions 2013 et 2014 de ces journées et avons consulté les captations audio des deux autres éditions. Publication en ligne : <<http://www.rencontres-numeriques.org/2015/>>

L'accent est mis sur l'utilisation des technologies comme une façon de vivifier le musée dans un imaginaire du renouveau. Les dispositifs concernés sont par exemple les *serious game*, les jeux transmédiés (musée du quai Branly) et les consoles de jeu vidéo utilisées comme visio-guides (musée du Louvre).

(III) L'adaptation aux codes actuels de la culture numérique est une façon pour les musées de se sentir inscrits dans les pratiques contemporaines de la communication. En fonction des institutions, cette entreprise d'adaptation consiste à rattraper un retard ou à innover radicalement. Il s'agit d'une inscription de l'institution sur les réseaux sociaux les plus populaires et de la mise en relation des différents contenus numériques du musée sur les principales interfaces (site internet, application, réseaux sociaux...).

(IV) L'acquisition de dispositifs numériques pour la médiation est considérée comme une opportunité facilitant l'expérimentation de nouvelles formes de médiation. La réalisation de ces supports est également considérée comme un espace de liberté et un temps privilégié pour réinterroger les activités de médiation déjà existantes de l'institution. Les médiateurs en profitent alors pour questionner la pertinence et les limites des anciens dispositifs et pour adapter ou repenser leurs pratiques professionnelles.

Ces quatre attentes donnent à voir un imaginaire de la part des professionnels qui font référence à deux éléments : l'aspect technologique et l'aspect symbolique des dispositifs numériques. L'aspect technologique concerne les demandes des professionnels en termes de fonctionnalités techniques selon des possibilités qu'offre le dispositif (zoomer sur l'image, faire pivoter des objets en 3D). L'aspect symbolique est davantage focalisé sur l'anticipation des usages des publics. Il s'agit de la façon dont les professionnels imaginent la future utilisation des dispositifs, prévoient les effets sur le visiteur ainsi que sur l'évolution de l'image du musée en général.

Cette anticipation se déploie généralement dans une dialectique de confiance et de défiance. Nous observons notamment dans le discours des professionnels des *Rencontres* une crainte importante concernant soit un rejet des dispositifs, soit un détournement de leur fonction (par exemple un visiteur qui consulterait sa messagerie électronique sur un ordinateur servant à proposer un contenu scénarisé). Une autre crainte majeure est celle de la peur d'une situation de concurrence cognitive (Dalbavie, 2014), dans l'attention du visiteur, entre les dispositifs numériques et les objets de la collection.

3.2. Discours des professionnels de musée sur leurs blogs

Depuis 2007 avec la création de Buzzeum, le premier blog portant sur la médiation muséale, de plus en plus de professionnels du musée s'emparent de la question de la stratégie numérique des musées en partageant leurs réflexions et leurs pratiques *via* des interfaces en ligne (blog ou réseaux sociaux). L'analyse de blogs tenus par les professionnels permet de montrer de quelle façon les professionnels et passionnés des musées (notamment la communauté Museogeek) et réagissent aux logiques de réquisition numérique et alimentent des imaginaires socio-techniques.

L'émergence de la prise de parole sur les blogs par les professionnels de musée s'inscrit dans le contexte de différentes mutations professionnelles et organisationnelles. En effet, les pratiques professionnelles dans le domaine muséal vivent actuellement des repositionnements avec le développement du métier de *community manager*, consacré au déploiement stratégique des musées en ligne (Couillard, 2015). Outre l'apparition de nouvelles fonctions au sein du musée, il est intéressant de noter l'évolution de pratiques professionnelles existantes, qui cherchent à se saisir de la présence des visiteurs sur les médias sociaux. C'est le cas par exemple des documentalistes du musée des Abattoirs de Toulouse, qui, à travers la réalisation d'un blog dédié à la diffusion de leur travail documentaire, développent une activité de médiatisation et de médiation de leur travail. Cette activité pourrait au départ ne pas sembler évidente dans les fonctions des documentalistes (Fabre, 2012).

Ce questionnement sur les usages actuels et futurs des dispositifs numériques au musée s'effectue aujourd'hui de plus en plus en ligne *via* une réflexion de la part des professionnels et des amateurs de musées sur des supports variés (blogs, fil twitter, scoop it...). C'est le cas des quatre blogs que nous avons retenus, dont les auteurs travaillent dans le domaine des musées à des postes de conception de stratégies numériques pour la médiation : *Véculture*, le blog tenu par le responsable de la stratégie réseaux sociaux du centre Pompidou ; *Mixeum* le blog du webmaster des Champs libres ; *DASM*, le blog du chargé de projet nouveaux médias du musée du quai Branly et enfin le site internet d'Omer Pesquer⁷⁰, consultant freelance, formateur en culture numérique et initiateur du wiki MuzeoNum (une plateforme de ressources qui sert également de groupe de réflexion sur le numérique au musée). Tous revendiquent leur intérêt pour la communauté Museogeek et chacun de ces blogs affiche son indépendance par rapport

⁷⁰ Il s'agit ici d'un site internet. Cependant l'auteur a recours au format des « notes » (de courts articles) qui proposent des contenus semblables à ceux des billets de blogs.

au discours de l'institution pour laquelle il travaille⁷¹. Le critère qui a prévalu pour le choix de ces quatre blogs a été le dynamisme de leurs auteurs au sein de la communauté Museogeek⁷².

Sous quels angles ces professionnels abordent-ils, à partir des nouvelles modalités d'expression dont ils disposent, le sujet des médiations numériques ? Différentes missions traversent l'ensemble de ces blogs : une mission de veille technologique (consistant en la recension de certains dispositifs), une mission de critique d'exposition (visant à décrire et à évaluer des dispositifs de médiation) ainsi qu'une mission d'expertise dans le domaine des dispositifs numériques pour la médiation. Pour cette dernière mission, différentes focales sont adoptées : on note tour à tour des expertises portant sur un dispositif en particulier ou bien sur la manière d'élaborer une stratégie de médiation pour une institution. La façon d'aborder ces missions se fait en partie avec une visée informative, dans le sens où les auteurs mobilisent leurs savoirs et leurs savoir-faire pour décrire ce qui se passe autour des enjeux du numérique, jouant un rôle de veille documentaire, voire de recension, ou bien d'une vitrine décalée de leur institution. Il peut s'agir des présentations de dispositifs réalisés dans l'institution du blogueur ou en projet. Nous pouvons donner comme exemple la description du dispositif du *Paper Toy* réalisé au centre Pompidou sur le blog de *Véiculture* ou la présentation du projet *Useum*, un dispositif de visite du Muséum d'histoire naturelle de Toulouse réalisé avec un smartphone, présent sur le blog *Mixeum*. Plus généralement, certains blogueurs font part de leur volonté de décrire sur leur blog les projets qu'ils mènent dans leur institution⁷³ afin de laisser une trace de leurs réalisations comme de leurs réflexions. On trouve en effet sur le blog *Véiculture* le texte des diverses conférences données par l'auteur. Le blog permettrait alors une mise en visibilité du travail effectué au musée et jouerait un rôle de légitimation du poste de chargé de projet numérique.

La description des dispositifs existants amène également les auteurs à donner leur opinion, sortant du registre de la recension pour expliquer par exemple l'intérêt d'un dispositif de médiation précis, comme les dispositifs de l'exposition *Star Wars Identities* dans une réflexion sur la personnalisation de la visite (blog DASM). L'auteur fait part en premier lieu de ses observations sur la scénographie et sur la médiation de l'exposition en décrivant les dispositifs

⁷¹ On peut lire par exemple sur le blog *Mixeum* : « Je fais référence au Muséum de Toulouse, mais les contenus de ce blog n'engagent que moi et ne représentent en aucune façon le Muséum ou la Mairie de Toulouse », et sur le blog DASM : « Évidemment, il ne s'agit que d'observations personnelles basées sur mon parcours professionnel, non de résultats d'une enquête scientifique. En outre, ces réflexions ne reflètent pas la position officielle du musée du quai Branly sur ces sujets ».

⁷² En outre, l'auteur du blog DASM fait référence à tous les blogs choisis dans son article intitulé *Kit de démarrage du #muséogeek*. Source : <<https://dasm.wordpress.com/2012/05/24/kit-de-demarrage-du-museogeek-debutant/>>.

⁷³ Par exemple : « Quant à ce que nous faisons de beau [au centre Pompidou]...eh bien, c'est une grande part de la raison d'être de ce blog ! » (blog *Véiculture*).

numériques (un audioguide et un bracelet), avant de donner son opinion personnelle sur la pertinence de ces dispositifs.

Il s'agit également par ce type de propos argumentatifs de réfléchir aux enjeux à long terme de ces dispositifs dans le musée. Les auteurs interrogent alors la pertinence de leurs pratiques professionnelles, au service de ce que nous appelons une stratégie numérique raisonnée, et non d'une opération marketing, ou d'un pur outil technique (ce que les blogueurs appellent « une technologie gadget »), ou encore d'un seul désir d'innovation.

Les exemples suivants issus de ces blogs illustrent la façon dont ils critiquent une approche centrée sur les dispositifs qui ne prendrait pas en compte de façon globale les attentes des visiteurs en lien avec la spécificité de l'exposition :

« Il faut éviter de s'engager dans une course à la technologie qui n'a pas de sens. Parfois, le manque de moyens nous en protège, mais il est souvent une raison de ne pas s'engager du tout dans le numérique. » (Blog Véculture, 2012)

« Il faudrait qu'on pense plus en termes de finalité et d'expérience utilisateur. Qu'est-ce qu'on veut diffuser ? Avec quoi veut-on que le visiteur quitte le musée ? Ne plus se dire : "Pour cette expo, on va faire une application, ça sera chouette", mais plutôt "Pour cette expo, en fonction de nos objectifs, quels supports allons-nous choisir ? ". Paradoxalement, en se disant ça, les musées reviendront vers leur vocation première : conserver et valoriser le patrimoine matériel et immatériel pour que l'ensemble des citoyens en profitent. » (Auteur du blog DASM sur le blog Knowtex, 5 novembre 2012).

De la même façon, les auteurs évitent de penser le dispositif numérique de façon isolée mais le considèrent comme un outil doté d'enjeux symboliques forts, inscrit dans une culture numérique comme dans une chaîne complexe de médiations :

« Nous considérons que les technologies (au sens large) ne sont pas seulement des outils à mobiliser en dernier lieu, mais des langages qui enrichissent les intentions des projets dès le départ. » (Blog Mixeum, 2013)

En effet selon l'auteur du blog Mixeum (2011), l'impact de ces dispositifs numériques sur l'image de l'institution est considérable, puisqu'une stratégie numérique efficace serait en mesure de changer l'image et le fonctionnement d'un musée, passant d'un modèle de musée « vitrine » à un musée « relationnel⁷⁴ ».

On note également des interrogations sur les forces comme sur les limites de la communauté Museogeek⁷⁵, notamment en ce qui concerne les pratiques de travail collaboratif.

⁷⁴ L'article a été diffusé dans son intégralité sur le Knowtex blog : <http://www.knowtex.com/nav/le-musee-lego_27291>

⁷⁵ Les museogeeks sont une communauté informelle de passionnés des musées et des nouvelles technologies, qui ont notamment développé deux initiatives : le wiki MuzeoNum, et les sorties « Un soir, un musée, un verre » (SMV). Certains membres de cette communauté sont également fortement impliqués dans le dispositif Museomix.

« Je me suis tout d'abord dit qu'effectivement la communauté museogeek n'inventait définitivement rien et que les principes simples de la construction collaborative de contenus avaient été inscrits dans certains projets numériques depuis plus de dix ans. » (Blog Véculture, 2013)

Les quatre blogueurs montrent leur engagement en faveur d'un modèle médiatique du musée où le visiteur n'est pas pensé en aval du dispositif, comme récepteur, mais bien comme contributeur et acteur (à différents niveaux) de la médiation que le musée lui propose. Les blogueurs observent fréquemment les réactions des visiteurs sur les médias sociaux et développent une réflexion globale sur ce que rend possible actuellement le tournant numérique, comme en témoigne l'article transversal et réflexif du blog DASM intitulé : *Trois idées reçues sur le numérique au musée*. Cet article relativise les discours technophiles et technophobes sur les dispositifs numériques à travers des exemples issus de l'expérience professionnelle de l'auteur. Ce dernier récolte les trois opinions suivantes qu'il qualifie d'idées reçues : « Il faut être sur les réseaux sociaux, c'est là que sont les jeunes », « Le problème avec les réseaux sociaux, c'est qu'on ne peut pas mesurer le véritable impact sur les visiteurs » et enfin : « Les écrans empêchent les visiteurs de regarder les œuvres ». Pour chacune de ces idées reçues, glanées dans des articles de journaux ou dans des conférences de professionnels, l'auteur donne un point de vue inspiré de son expérience professionnelle, universitaire ou en lien avec sa conception du musée. Cet article prenant la forme du récit d'expérience et apportant des données sur les visiteurs du musée du quai Branly, permet de constater de la part de ce blogueur une observation fine du public réalisée en amont des traditionnelles enquêtes de public. Il s'agit en outre d'une critique des discours d'escorte journalistiques des technologies au musée. L'analyse de ces discours prend ici la forme d'une entreprise de « démythification (...) d'un raisonnement déterministe technique » (Renaud, 2007 : 124). De l'approche des dispositifs numériques par les professionnels de musée, il ressort ainsi la construction d'un imaginaire du numérique ambivalent, où l'institution muséale entretiendrait en quelque sorte une relation symbiotique avec les nouvelles technologies tout en mettant à distance les discours technophiles d'admiration devant les innovations technologiques.

Enfin, ces quatre blogs alimentent l'idée d'un visiteur de musée mobilisant des dispositifs multiples, que ces dispositifs appartiennent aux visiteurs (une application sur un smartphone), ou ceux fournis par le musée (un casque de réalité augmentée) ; produisant des contenus, donnant ses avis, au sein d'un musée devenu une plateforme ouverte et contributive. Ce visiteur numérique est aussi celui que l'on peut toucher *personnellement* (à travers la personnalisation des parcours), dans un temps au-delà de la visite (dans l'avant visite et l'après-visite), dans une multitude d'endroits (à travers différents équipements numériques ou par des scénarios

transmédias). Ces professionnels en viennent à penser une stratégie numérique globale, introduisant à la fois une nouvelle façon de penser la médiation et la communication numérique au musée. Ils décrivent un fonctionnement du musée susceptible d'accueillir les valeurs et les pratiques de l'imaginaire collaboratif de la culture numérique. Le dispositif numérique singulier, situé de façon isolée dans le parcours de visite, n'a semble-t-il plus lieu d'être, délaissé au profit d'une aspiration vers le modèle du « musée en réseau⁷⁶ » caractérisé par une mise en relation des différents dispositifs (réseaux sociaux, dispositifs mobiles, fixes...).

Conclusion

On observe de la part des professionnels auteurs de blogs un regard nuancé sur les technologies. D'une part, ils affichent une posture résolument critique : ils portent un regard lucide sur les réquisitions numériques que vivent les musées et rejettent tout enthousiasme naïf devant les innovations technologiques. On note également de nombreuses analyses qui dénoncent les discours des articles de journaux et des textes officiels vantant un « passage au numérique » des musées aussi soudain que révolutionnaire. Un des auteurs s'offusque notamment sur les réseaux sociaux⁷⁷ de l'expression « le numérique dépoussière le musée », dénonçant dans cette expression le stéréotype d'un fossé symbolique infranchissable entre une ambiance surannée du musée (associée à une stricte conservation du patrimoine) et l'usage des technologies.

D'autre part, les quatre auteurs expliquent avoir de fortes attentes quant au potentiel constructif et efficace d'une utilisation pertinente et raisonné des technologies au musée. Leurs articles de blog sont moins la promotion de l'utilisation des technologies que la mise en commun de pratiques jugées efficaces pour penser l'intégration des dispositifs numériques de manière globale.

Ainsi, l'étude des blogs des professionnels donne des indications sur la façon dont eux-mêmes vivent la réalisation et l'évaluation de ces projets numériques. Les échanges sur les blogs et les réseaux sociaux donnent une visibilité aux discussions sur les dispositifs numériques pour la médiation, amenant la mutualisation de savoirs partagés⁷⁸ entre différents professionnels sur

⁷⁶ Formule issue du blog *Mixeum*.

⁷⁷ Groupe fermé *MuzeoNum*, Facebook, publication du 10 juin 2015, chargé de projet nouveaux médias du musée du quai Branly.

⁷⁸ L'article « France : plus de quinze ans de numérique pour les musées » sur le site internet d'Omer Pesquer a été complété par différents professionnels des musées de la communauté *MuzeoNum* ainsi que par un membre du département de la politique des publics du ministère de la Culture et de la Communication. Disponible en ligne : <<http://omer.mobi/notes/france-numerique-pour-les-musees-reperes>>.

ces thématiques. Ces échanges alimentent un dialogue réflexif sur les questions qui constituent la base de la réflexion les dispositifs numériques pour la médiation, notamment la pertinence et la légitimité des technologies dans un dispositif de médiation précis.

3.3. Les discours de l'évènement Museomix

Le dispositif Museomix se tient chaque année depuis 2011 dans plusieurs musées en France et à l'international. Il propose à des passionnés du patrimoine de venir revaloriser les collections des musées en inventant des dispositifs de médiation ludiques et innovants.

Les fondateurs se revendiquent proches de la culture numérique puisqu'ils indiquent sur leur site internet que leur éthique et leur philosophie de travail ont été inspirées par l'encyclopédie Wikipédia, Drupal, Mozilla et le Burning Man (un festival basé sur le don et la démarchandisation). À travers une enquête ethnographique composée d'une observation participante durant la session 2014 de Museomix, nous avons pu éclairer les dynamiques relatives à l'innovation ouverte et à la médiation participative, en caractérisant le rôle de l'utilisateur dans le dispositif Museomix. Cela nous a permis de mettre au jour certains décalages entre les ambitions des concepteurs du dispositif Museomix et les formes d'implication des participants. Nous analyserons de quelle façon ce dispositif a recours à des discours d'escorte portant sur la convivialité, la démocratisation culturelle et l'innovation avant d'interroger le point de vue des participants.

Les vidéos de présentation de Museomix disponibles sur le site internet promettent trois jours de convivialité où l'amusement et le travail collectif font partie intégrante du processus de création. Les différentes enquêtes réalisées montrent que les participants ont apprécié la dynamique de travail en petits groupes, qui favorise les rencontres dans un cadre décontracté (Chabert et Ibanez Bueno, 2014 ; Chaumier, 2015). Pour de nombreux participants, c'est l'occasion de développer leur réseau professionnel et de connaître la façon de travailler d'autres lieux culturels. Certains décrivent Museomix comme un espace de liberté et d'expérimentation, qui permet de repenser les principes de la médiation. Le contexte de travail alliant un temps de réalisation très court avec la possibilité de tester un prototype finalisé auprès du public au bout de quelques jours génère un fort enthousiasme de la part des participants, dû au fait que la gestion de projet s'exécute en très peu de temps et hors des contraintes habituelles des marchés publics. D'autres participants critiquent au contraire la forme de l'évènement, arguant qu'elle tiendrait davantage des ateliers présents dans les salons professionnels que d'une réelle redéfinition du rapport à la médiation où l'avis de tous est écouté pour « refaire » le musée. En

effet, le terme *mix* qui signifie en anglais « mélanger », « mêler » annonce un imaginaire subversif et créatif alors qu'il s'agit essentiellement de réaliser des dispositifs d'aide à la visite dans le but de valoriser les collections. Le *mix* concerne ici davantage le dispositif que la notion de médiation.

Par ailleurs, le slogan *People make museum* annonce un évènement qui cherche à s'inscrire dans les valeurs et dans les modes de fonctionnement des *fab labs*, des *do tanks*, des *hackathons* et des *livings labs*. Le verbe *make* renvoie à l'univers des *makers*, fortement inspirés des projets du *Do It Yourself* associant ingénierie et culture numérique. Cependant, dans cet évènement, les museomixeurs ne *refont* pas le musée (au sens d'un dispositif d'exposition), mais souhaitent apporter un regard différent sur des dispositifs de médiation. Le fonctionnement de Museomix révèle lors un imaginaire du travail participatif plus complexe que la simple transposition du *hackerspace* au modèle muséal. En effet les participants sont le plus souvent des professionnels proches du monde de la culture et du numérique. Ils ne sont donc pas des usagers néophytes du musée (cette idée étant incarnée par le fameux *people* du slogan *People make museum*) mais des visiteurs avertis et sensibles aux questions de médiation, de technologies et de communication. Lors d'un débat sur la forme de Museomix, dès le deuxième jour de l'édition 2014, un participant prend la parole pour souligner le caractère cloisonné du dispositif : « Museomix est censé être ouvert à tous, mais au final, les gens qui habitent dans les cités en face du musée ne sont pas avec nous ce soir pour repenser la médiation ». En décrivant un entre-soi professionnel ne rendant pas compte de la diversité totale des publics, ce participant pointe les limites du dispositif en termes de démocratisation culturelle ainsi que le décalage entre la communication faite autour de l'évènement et les caractéristiques socioprofessionnelles des participants.

D'un point de vue organisationnel, Museomix indique mettre en place des méthodes qui privilégient un travail collectif et militant où des logiques horizontales (comme l'apprentissage par les pairs) supplanteraient une hiérarchie verticale traditionnelle. Certains museomixeurs constatent alors qu'il est parfois complexe de mettre en place de telles logiques avec d'autres participants habitués à travailler dans des collectivités territoriales au fonctionnement hiérarchique plus classique. Par ailleurs, l'imaginaire du travail « collaboratif », manifestement très présent dans le discours des organisateurs, demande à être nuancé par l'analyse de certaines méthodes de travail relevant de la gestion de projet classique. Sur le guide de présentation de Museomix 2014, on peut lire la phrase suivante mise en exergue : *À bas la hiérarchie !* Cette devise se voulant joyeusement transgressive présuppose que le participant à Museomix est habituellement contraint et frustré par des conduites de projets caractérisées par une

organisation hiérarchique rigide. Le sous-texte implicite de cette devise est que Museomix offre alors la promesse d'un espace de liberté professionnelle, opposant *de facto* la hiérarchie et le couple créativité-innovation. Cependant, une observation détaillée du fonctionnement de l'évènement montre la façon dont les organisateurs négocient un rapport entre système horizontal et pilotage de projet. En effet, chaque équipe comporte des « facilitateurs », eux-mêmes chapeautés par une équipe organisatrice qui, si elle n'incarne pas une hiérarchie rigide, peut se charger de donner des directions aux projets et assume une autorité symbolique non négligeable.

Néanmoins, en tout temps, on observe que l'organisation cherche à donner une image décalée, conviviale et subversive en rebaptisant les espaces de travail et les fonctions de tous les participants. Les termes choisis donnent une image méliorative et ludique des lieux : les salles de musées sont appelées des « terrains de jeu » et les espaces de repos deviennent des « espaces zen ». L'accent est également mis sur l'aide que peuvent apporter les différents participants : les personnes chargées d'accompagner les différentes équipes sont des « facilitateurs », les ingénieurs au service des projets sont des « ingénieux ». Dans ce contexte, le terme facilitateur souligne davantage la notion d'accompagnement et de résolution de problème plus que celle de direction de projet. En remplaçant les termes associés à la conduite de projet classique (comme le chef de projet) par des mots mettant en avant l'aspect collaboratif, Museomix cherche à proposer un terrain d'expérimentation pour de nouvelles relations professionnelles afin de permettre le développement de pratiques de travail collectif inattendues⁷⁹.

Si une partie des participants a été sensible à cette atmosphère conviviale et stimulante, d'autres ont pu être gênés par une injonction permanente à la créativité, à l'innovation et au numérique dans la réalisation de leurs projets (Chabert et Ibanez Bueno, 2014). Ces derniers expliquent avoir été perturbés par la demande insistante de proposer pour chaque partie du dispositif un élément innovant. Selon eux, un dispositif déjà existant (mais utilisé autrement) peut fonctionner aussi bien qu'un dispositif intégralement inédit. Le problème étant alors que d'un point de vue axiologique, l'innovation semble avoir valeur de vertu.

En outre, nous notons que les différentes équipes de Museomix chargées de réaliser un prototype travaillent obligatoirement avec un codeur. Cela présuppose que le dispositif réalisé devrait avoir une composante numérique. Cette observation paraît étonnante car le discours de

⁷⁹ Notons que cette stratégie de communication n'est pas sans rappeler celle de l'entreprise ID TGV qui a entrepris depuis plusieurs années de rebaptiser les lieux et les fonctions de la SNCF dans le but de proposer une image plus conviviale du voyage en train.

présentation de Museomix met en avant une médiation joyeuse et conviviale sans forcément souligner l'aspect technologique. C'est d'abord l'objectif de la médiation et d'innovation (remixer le musée) qui est mis en exergue, et non les moyens utilisés (les technologies). Ainsi certains visiteurs ont pu être troublés par cette obligation latente à intégrer un pan technologique à leur dispositif, arguant qu'un dispositif de médiation se pense d'abord en termes d'objectif concernant l'expérience du visiteur et non à partir d'un support défini. Ils précisent notamment que si Museomix est conçu comme un espace de liberté permettant de repenser les façons de faire de la médiation, il est étonnant qu'il suive en filigrane une idéologie technophile en proposant *de facto* un codeur dans chaque équipe. Cette injonction implicite à l'innovation que vivent les utilisateurs rend compte d'une nouvelle logique de réquisition (Labelle, 2007), c'est-à-dire une demande effectuée par différents moyens visant à encourager l'utilisation de certains supports technologiques.

Ainsi, les discours de cette édition de l'évènement Museomix sont associés pour la plupart à un imaginaire positif du numérique⁸⁰. L'observation de ces trois types de discours liés à l'institution a donné à voir des positionnements à mi-chemin entre technophilie et réflexivité (blogs, journées d'étude), ainsi que des postures davantage militantes, en lien avec les discours journalistiques, promotionnels et politiques.

4. Les discours de l'institution

Une série d'entretiens au musée Mc Cord, le musée d'histoire de la ville de Montréal, nous a permis de confronter les cinq types de discours analysés plus haut avec les discours d'une institution qui s'implique depuis plusieurs années dans l'utilisation des technologies pour la médiation.

4.1 Le déroulement de l'enquête de pré-terrain au musée Mc Cord

Cette partie est consacrée à la présentation du musée Mc Cord, le terrain de recherche qui nous a permis de réaliser une enquête préalable. Nous décrirons dans un premier temps les méthodes utilisées dans cette enquête préalable puis les résultats obtenus. Ces résultats qui prennent la forme d'un classement thématique des discours des professionnels dans une situation d'équipement numérique abordent trois aspects : les discours d'escorte des technologies

⁸⁰ Nous n'avons pu observer qu'une seule édition de l'évènement Museomix et ne saurions en tirer des conclusions catégoriques sur l'évènement en général.

qu'expriment les enquêtés du musée, leur imaginaire du numérique et les repositionnements de l'institution dus à la conception de ces dispositifs.

L'observation de ces enjeux s'est effectuée en deux temps. Il s'agit d'abord de relever les caractéristiques majeures des stratégies numériques déjà existantes. Pour cela nous avons procédé à des temps d'observation au musée Mc Cord : nous avons examiné la nature des dispositifs numériques, la façon dont les acteurs du musée étaient mobilisés dans leur conception ou leur utilisation avec le public et les réactions des visiteurs. Cette expérience de terrain au musée Mc Cord a permis de dégager les principaux enjeux de l'introduction de dispositifs numériques au musée en termes d'imaginaire et de réquisition. Nous avons également cherché à comprendre comment la mise en place de ces dispositifs renégociait le rapport à l'objet de collection.

4.1.1 Les enjeux de la médiation au musée Mc Cord

Le musée Mc Cord voit le jour en 1921 suite au travail de collecte de David Ross Mc Cord, avocat et collectionneur Montréalais, dont le projet est de fonder un musée national d'histoire à Montréal.

Le musée cherche à rendre compte de la vie des Montréalais à travers la valorisation d'objets et de documents symbolisant l'histoire de la ville ainsi que ses enjeux passés et actuels. Le musée indique également s'engager auprès des communautés à différentes échelles pour la préservation et la mise en valeur du patrimoine matériel et immatériel. Ainsi, il propose des collections présentées dans une muséographie qui privilégie la mise en récit de l'histoire et de la culture québécoise (Bergeron, 2010a et 2010b). En effet, on observe une mise en valeur d'objets de la vie quotidienne pouvant attester d'un patrimoine immatériel (notamment la musique et l'alimentation) à travers des objets « témoins » ou « mémoriels » (*Ibid.*).

Le musée conserve à l'heure actuelle plus de 1 440 000 objets (dont 1 300 000 photographies). Les locaux de l'institution ne pouvant exposer qu'une petite partie des collections, le musée investit des espaces numériques à travers la mise en place d'une riche base de données en ligne témoignant d'une volonté de valorisation et de diffusion des photographies constituant les collections.

C'est pourquoi dans cette institution, le substitut numérique de l'objet de musée vit des transformations et des circulations qui l'amènent à sortir du musée pour rejoindre d'autres espaces de visibilité (virtuels, pédagogiques). Cette circulation est particulièrement notable dans la base de données en ligne du musée utilisée comme outil de médiation puisque l'interface

reprend certaines fonctions d'un dispositif de médiation. Cette interface possède des fonctionnalités qui semblent vouloir donner une image plus moderne du musée, en s'adaptant aux codes des médias sociaux. La base de données, grâce à l'accès *Mon Mc Cord*, encourage une appropriation de l'image en proposant à l'utilisateur les options suivantes : création de compte personnel, sélection et ajout d'images dans un panier, ajout de commentaires, téléchargement de l'image en haute définition, annotation, zoom et indexation libre (voir figures 1 et 2 ci-dessous). La base de données, consultable également durant la visite, sur des iPod disponibles au musée sert de support à des activités pédagogiques avec des scolaires. Cette base documentaire sert alors de passerelle entre le musée et l'extérieur (grâce notamment à l'envoi des notices par mail qui permet à ces informations de circuler hors du musée) et propose de repenser également les frontières entre documentation et médiation.

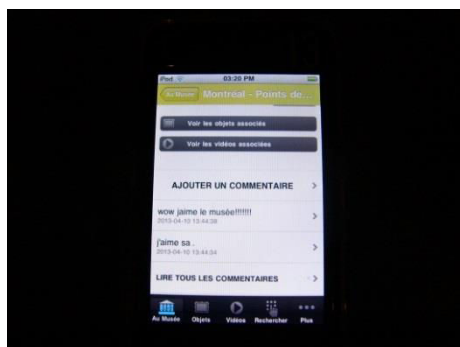


Figure 1. Fonction « Ajout de commentaire » sur l'iPod. Crédit photo : Eva Sandri

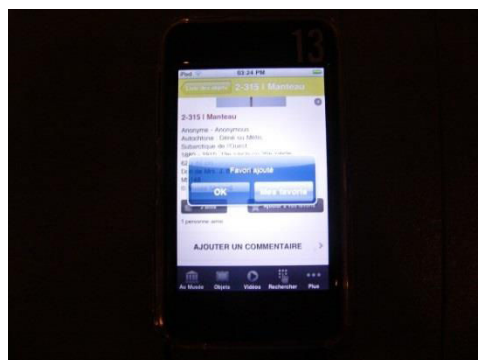


Figure 2. Fonction « Favori » sur l'iPod. Crédit photo : Eva Sandri

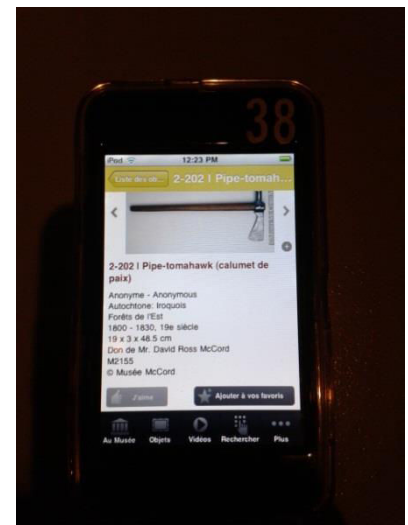
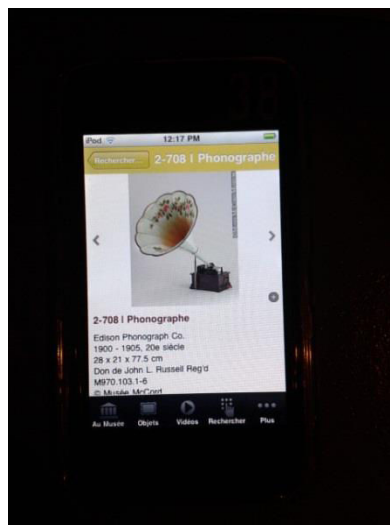
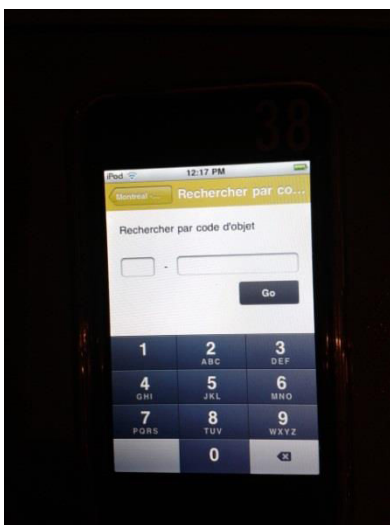
Un relevé des différentes activités de médiation du musée depuis les dix dernières années révèle la volonté de l'institution de chercher spécifiquement à atteindre deux objectifs : la mise en visibilité de son important fonds photographique et une utilisation expérimentale des technologies dans l'exposition, la documentation et la médiation. En effet, des expositions se

développent également hors du musée, principalement à travers des parcours en ville requérant l'utilisation de dispositifs numériques. C'est notamment le cas du dispositif de réalité augmentée : *Musée urbain MTL*, une application smartphone permettant de projeter dans la ville de Montréal des images du fonds d'archive William Notman, correspondant à des prises de vue de Montréal effectuées au XIX^e siècle. Par la valorisation de ces images d'archives, le musée se fait alors le garant de l'authenticité de la ville puisque « cette matérialisation grandeur nature du monde d'origine des collections offre au musée un potentiel de mise en scène de l'authenticité inhabituel » (Tardy, 2015 : 45).

Au musée Mc Cord, nous nous situons dans l'analyse de deux dispositifs déjà réalisés et avons mis en œuvre un temps d'observation participante ainsi qu'une série d'entretiens avec les concepteurs du projet visant à recueillir des informations sur la façon dont ont été conçus ces dispositifs, afin de mettre au jour leur imaginaire des technologies. Il s'agit alors de confronter ce que nous avons observé sur le terrain lors des deux activités de médiation avec les intentions des concepteurs que nous saisissons lors des entretiens. Nous présenterons ci-dessous les enjeux des deux activités observées : *I-Montréal – Le collectionneur* et *Golden Square Mile : hier et aujourd'hui*.

4.1.2 I-Montréal – Le collectionneur

La première activité de médiation observée s'intitule *I-Montréal – Le collectionneur*, et consiste en une visite guidée du musée pour un public de scolaires (8-15 ans) à l'aide d'un iPod donnant accès à la base de données du musée.



Figures 3, 4 et 5. Base de données des collections du musée disponible sur l'iPod. Crédit photo : Eva Sandri

Après cette visite, les élèves impriment les photographies des objets de la collection qu'ils auront sélectionnés sur la base de données pour réaliser la maquette d'une exposition. Ils doivent alors concevoir le parcours d'exposition et rédiger les cartels. L'objectif de l'activité est de leur faire appréhender le travail de collectionneur puis de muséographe afin qu'ils soient davantage sensibles au processus de collecte et de mise en exposition des objets. C'est en ce sens que cette activité de médiation se veut, selon le musée Mc Cord, réflexive. Nous avons procédé à une observation directe de l'activité de médiation utilisant ce dispositif en avril 2013. Nous avons par la suite interrogé trois professionnels impliqués à des niveaux différents dans la conception de ce dispositif : le coordinateur de l'action éducative (entretien exploratoire non enregistré), le responsable des technologies de l'information du musée et la chargée de projet web (entretiens enregistrés).

4.1.3 Le Golden Square Mile : hier et aujourd'hui

Cette enquête préalable a été complétée en mai 2014 par une série d'observations et d'entretiens à propos d'une seconde activité intitulée *Le Golden Square Mile : hier et aujourd'hui*. L'activité consiste en une visite en plein air du *Golden Square Mile*, le quartier situé dans le centre-ville de Montréal, autour du musée Mc Cord. Cette visite effectuée par un guide comprend également l'utilisation d'un iPod équipé de l'application *Musée urbain MTL* (décrite précédemment), qui permet de consulter la carte de la ville et de confronter des images de Montréal du début du XX^e siècle avec le paysage urbain contemporain de la ville que le visiteur découvre lors de la visite. Après avoir observé deux fois cette activité (une première fois face à un public de collégiens et une seconde fois face à un public de senior) nous avons interrogé le coordinateur de l'action éducative ainsi qu'un des guides conférenciers ayant effectué la visite.

4.1.4 Date des entretiens et des observations

Les entretiens et observations ont été menés de janvier 2013 à mai 2014.

- Entretien préalable non enregistré : 05/02/13, 16h30. Chercheur associé au projet pédagogique du musée Mc Cord. Entretien téléphonique.
- Entretien préalable non enregistré : 02/04/13, 11h. Coordinatrice de l'action éducative. Musée Mc Cord, Montréal.
- Entretien préalable non enregistré : 15/03/13, 14h. Président et directeur de la production d'Idée Clic ayant collaboré avec le musée Mc Cord lors de la réalisation de dispositifs numériques. Entreprise Idée Clic, Ottawa.
- Entretien 1 : 22/06/13, 16h. Chef technologies de l'information et chargée de projet web et multimédia. Musée Mc Cord, Montréal.
- Entretien 2 : 14/05/14, 13h. Guide-animateur. Mc Cord, Montréal.
- Entretien 3 : 20/05/14, 10h30. Coordinateur de l'action éducative. Musée Mc Cord, Montréal.
- Observation 1 : 02/04/13, 10h. Observation de l'activité *I-Montréal – Le collectionneur* au musée Mc Cord. Public scolaire : vingt lycéennes et deux professeurs.
- Observation 2 : 08/05/14. Observation de l'activité *Golden Square Mile* dans le quartier autour du musée. Public adulte : groupe de quinze personnes âgées en moyenne de soixante ans.
- Observation 3 : 14/05/14. Observation de l'activité *Golden Square Mile* dans le quartier autour du musée. Public scolaire : quinze collégiens primo-arrivants en classe d'accueil et un professeur.

4.2 Enjeux des dispositifs numériques pour la médiation au musée Mc Cord

Les résultats de l'enquête de pré-terrain au musée Mc Cord concernent l'étude de l'imaginaire numérique des professionnels ainsi que les enjeux de l'adaptation de dispositifs de médiation lors de la mise en place de nouvelles expositions ou activités de médiation. Nous présenterons ici les résultats de nos observations de deux dispositifs proposés par le musée Mc Cord : l'activité *I-Montréal – Le Collectionneur* et la visite du *Golden Square Mile*, utilisant tous deux le même support numérique (l'iPod).

Dans le cadre de cette enquête, nous avons interrogé quatre professionnels du musée Mc Cord travaillant dans les services de la médiation culturelle et des technologies numériques. Nous utiliserons les sigles suivants pour les désigner : le coordinateur de l'action éducative (CAE), le chef du service des technologies de l'information (CTI), le chargé de projet web et multimédia (CPWM) ainsi qu'un guide animateur chargé des activités de médiation (GA).

L'observation participante durant ces deux activités et les entretiens avec les professionnels ont permis de relever leurs attentes et leurs appréhensions quant à l'utilisation des technologies dans la médiation, tout en mettant au jour la façon dont les enquêtés répondent à des logiques de réquisition. L'objectif est également de relever les repositionnements professionnels occasionnés lors de la conception de nouveaux dispositifs de médiation.

Ces résultats, qui prennent la forme d'un classement thématique, nous ont donné des enjeux importants et nous serviront de grille d'analyse pour interpréter les résultats obtenus lors de l'enquête au Museon Arlaten.

Ainsi, partant de l'hypothèse déjà évoquée selon laquelle le dispositif numérique ne pose pas simplement la question d'une « introduction » ou d'un « passage » aux technologies mais qu'il vient davantage modifier la façon dont les professionnels du musée envisagent leur fonction au sein de leur institution, nous questionnons les éléments suivants : Comment leurs discours sur les dispositifs numériques s'articulent avec les cinq types de discours d'escorte décrits plus haut ? Comment les professionnels s'ajustent-ils aux réquisitions du passage au numérique ? Disposent-ils d'un espace pour exprimer leurs doutes, craintes et critiques à propos de ces dispositifs ? Le rapport aux objets de collection est-il renégocié ?

Nous présenterons dans un premier temps le contexte dans lequel s'inscrivent ces projets de médiation afin de décrire les ajustements des logiques professionnelles à l'œuvre chez les enquêtés. Ensuite, nous effectuerons un premier classement thématique visant à catégoriser leur imaginaire du numérique.

4.2.1 Les repositionnements professionnels

Nous présenterons dans un premier temps le contexte général de mise en place de dispositifs numériques au musée Mc Cord tel qu'il est décrit par les enquêtés. Ce contexte nous donnera des clefs pour comprendre deux enjeux précis : la façon dont les médiateurs s'ajustent aux dispositifs numériques nouveaux ou anciens et l'extension progressive des rôles de médiateur.

Vers une stratégie numérique globale

En décrivant la façon dont les professionnels du musée font part de leur implication au sein de projets d'acquisition de dispositifs numériques et en comparant ces discours à leur mode de travail idéal, nous observons un regard critique envers la manière de mener ces projets ainsi

qu'une volonté forte de coordination des actions des différents services vers une stratégie numérique globale.

Nous avons observé que les enquêtés exprimaient fréquemment un souhait de pouvoir réfléchir à une stratégie numérique pertinente et adaptée aux objectifs spécifiques de leur institution, plutôt que de devoir intégrer des supports numériques les uns après les autres ou lors de chaque exposition. La logique d'acquisition des supports numériques par un système de subventions ponctuelles freine selon eux les possibilités de prendre le temps de penser une stratégie numérique cohérente qui se déploie sur le long terme.

« On travaille avec une agence sur la planification stratégie numérique » Chef du service des technologies de l'information

« On voulait faire une refonte web et puis on réalise qu'on ne peut pas juste faire une refonte web, faut revoir vraiment l'ensemble, faut revoir l'ensemble de l'offre, pour avoir quelque chose qui soit un peu cohérent » Chargé de projet web et multimédia

« Si on veut introduire la technologie au musée, il faut vraiment un plan précis pour l'utiliser pour que ce soit pertinent », « qu'il y ait vraiment un plan, que ce soit vraiment intégré, que ce soit, que ça s'insère déjà dans le créneau d'un musée. Puis que ce soit un besoin qui est déjà exprimé par les visiteurs, et non pas "Parce qu'il faut le faire parce qu'on est en 2014, il faut se brancher, il faut être connecté parce que c'est notre société maintenant ", hein. Ça doit s'accompagner d'un plan puis vraiment d'une vision », « se pencher longtemps sur le sujet pour avoir un plan, une vision globale » Guide animateur

Le passage entre guillemets ci-dessus relève du discours rapporté et fait directement référence aux discours sur la réquisition numérique. L'enquêté porte un regard critique sur cette injonction à l'adhésion automatique aux discours d'escorte du numérique ainsi qu'aux pratiques correspondantes. Plus spécifiquement, le passage : « Il faut être connecté parce que c'est notre société maintenant » critique l'argument qui voudrait que le musée s'aligne par mimétisme sur les pratiques d'une société marquée par une utilisation croissante des technologies numériques. Cet enquêté fustige dans le même temps le manque de pertinence qui est la conséquence de ce fonctionnement. Ces propos prononcés sur un ton véhément traduisent une forte critique de ces modes de fonctionnement et indiquent que dans ce cas précis l'utilisation des technologies dans la médiation ne fait pas sens à ses yeux.

Tous les services s'accordent également pour expliquer que c'est notamment le fonctionnement par subvention qui entrave leur volonté de mise en place d'une réflexion sur une stratégie numérique pertinente sur le long terme. Devoir gérer des projets successifs sans avoir le temps de réfléchir à un objectif global qui regroupe les intentions de tous les projets génère des frustrations importantes chez la majorité des professionnels entretenus :

« Le site web a été développé grâce à des subventions fait qu'on a un projet pour une subvention, on a une autre subvention on fait un autre projet... Et là on essaie d'avoir quelque chose qui soit plus global et qui ait plus de lien avec les différents projets » Chargé de projet web et multimédia

« Souvent les musées au Québec ont eu des subventions pour développer le numérique, soit du fédéral, soit du provincial, soit des subventions privées, par exemple Telus, Sony... (...) Mais c'est vrai qu'on a des subventions, donc pour avoir la subvention à la nouvelle technologie, on doit leur proposer un outil technologique, sinon on rate la subvention. » Coordinateur de l'action éducative

« Pas voir plus de technologie mais une meilleure technologie, élaborée avec plus de sérieux, plus que par vision vraiment à courte vue là : "On a besoin de subventions ! Faut l'obtenir !" », « j'ai l'impression qu'ils ont peut-être surtout voulu justifier l'investissement qu'ils avaient fait », « Souvent ce que je vois c'est qu'on achète les appareils technologiques et qu'on se dote de certaines technologies, mais parce qu'on a eu la possibilité de les avoir par des, des subventions, parce qu'on avait des fonds qui ont été débloqués pour en acheter (...) mais on n'a pas vraiment, on n'a pas vraiment de plan pour s'en occuper, donc on introduit des trucs à la va-vite hein comme ça mais ce n'est pas, ça ne va pas très loin puis ce n'est pas super intéressant je trouve » Guide animateur

Ce mode d'acquisition ne se faisant pas dans le cadre d'une réflexion sur le long terme, les enquêtés expliquent également éprouver des difficultés à prévoir l'obsolescence des dispositifs. Ils évoquent alors ici leur volonté de mettre en place des supports pérennes et interopérables :

« Qu'on n'aurait pas besoin de changer à chaque saison, qu'on n'aurait pas besoin de changer à chaque anim'(...). Puis ça avec les nouvelles technologies qui sont très changeantes, ce n'est pas facile. Parce qu'on est rapidement dépassé. Dès qu'on veut introduire la technologie (...) on s'expose à l'obsolescence » Guide animateur

Enfin, l'intégration de dispositifs numériques est fréquemment critiquée par certains guides-animateurs qui ont l'impression que le musée impose au nom de l'innovation un outil supplémentaire au sein d'activités de médiation déjà existantes dont les guides sont satisfaits. Les outils numériques sont rajoutés dans l'offre de médiation sans qu'il y ait eu au préalable de véritable discussion sur les attentes véritables des publics comme des médiateurs. Certains propos virulents donnent à voir une forte frustration vis-à-vis de cette modification de leurs manières de mettre en place des visites :

« Les animateurs ils sont parfois partagés, parce qu'ils voient que le numérique est plus un ajout qu'une nécessité. Donc on a un contenu, l'animateur pouvait le faire tout à fait sans support numérique mais on se tape le numérique parce qu'il y a une subvention. » Coordinateur de l'action éducative

Le passage : « l'animateur pouvait le faire tout à fait sans support numérique » rend compte de façon implicite d'une double conception de la médiation : d'une part l'enquêté dénonce une médiation redondante puisque n'apportant selon lui aucun élément supplémentaire ou différent

pour le public et révèle d'autre part en filigrane que ce modèle s'oppose à une médiation utile et complémentaire.

Face à cette volonté de mise en place d'une réflexion globale, les employés du musée Mc Cord expliquent qu'ils sont actuellement engagés dans un travail de définition et d'homogénéisation de ce qu'ils appellent leur stratégie numérique. Les métaphores de la maladie et du soin sont utilisées pour rendre compte de l'importance pour eux de ce travail de questionnement et de redéfinition :

« On est en thérapie (...) on travaille avec une agence sur la planification stratégie numérique », « thérapie »

Chef du service des technologies de l'information

Ce travail de repositionnement permettrait d'une part de donner davantage de sens à ces dispositifs et de lier les différents projets dans une stratégie globale. Si les enquêtés indiquent qu'au départ ces dispositifs se sont mis en place en s'accumulant plus qu'en suivant un parti pris précis, ils décrivent également une volonté de penser un projet numérique homogène.

Repositionnements et collaborations : le souhait de travailler en commun

Les services des technologies et des publics indiquent tous deux souhaiter davantage de rencontres et de moments de concertation entre les différentes équipes pour tendre vers un travail en commun. Ils déplorent une organisation du travail trop cloisonnée qui mériterait là encore une réflexion plus globale et incluant des objectifs à long terme :

« Plutôt que d'aller chacun de notre côté », « Essayer d'avoir quelque chose de plus harmonieux » Chargé de projet web et multimédia

« Holistique » Chef du service des technologies de l'information

« Les départements ont encore une façon de travailler trop détachée », « Chaque département travaille par lui-même » Coordinateur de l'action éducative

Le coordinateur de l'action éducative regrette par exemple d'être la seule équipe à réfléchir aux enjeux de la médiation dès la conception de l'exposition. Selon lui les membres des autres services sont déjà trop occupés par la mise en place de l'exposition pour réfléchir aux problématiques du jeune public qui pourtant devraient être pensées en amont :

« En pratique c'est presque moi toute seule et des bénévoles en stage qui viennent faire de la recherche et nous soutenir dans le travail de médiation » Coordinateur de l'action éducative

Le manque de professionnels qualifiés

À de nombreuses reprises, le coordinateur de l'action éducative fait le constat d'un manque de professionnels de musée formés spécifiquement aux compétences numériques et qui pourraient apporter des conseils ciblés et une expertise à long terme sur ce projet de stratégie numérique globale.

« le musée Mc Cord (...) aurait besoin de développer des figures professionnelles, vraiment, ciblées sur les nouvelles technologies, donc vraiment comment les dispositifs numériques deviennent, bin comme on dit un élément de continuité dans la mission du musée », « Le support numérique, ça pourrait être une source inestimable vraiment de potentiel, mais, ce qui, ça reste la contrainte d'avoir des professionnels pour ça », « pendant la, création, la conception de l'exposition ne sont pas pris en charge parce que la personne qui doit s'occuper de ça [les dispositifs numériques pour la médiation], littéralement n'existe pas, ou pas assez », « on manque beaucoup de ressources, parce que souvent les personnes qui travaillent, les designers web, ne sont pas des designers web » Coordinateur de l'action éducative

Qu'il s'agisse d'embaucher un spécialiste ou de faire appel à un prestataire extérieur, le coordinateur de l'action éducative décrit l'évaluation que pourrait effectuer un expert des technologies lors de la conception du parcours d'exposition :

« Un professionnel des nouvelles technologies peut te dire : "Ok, ça ne doit pas arriver si tôt, parce qu'à ce moment-là du parcours d'expo, le visiteur est encore en train d'appriivoiser l'espace, les nouvelles technologies sont pas sa priorité" » Coordinateur de l'action éducative

Ce type de professionnel est également considéré comme un expert du public et de ses réactions face à des dispositifs numériques.

Enfin, le besoin émis par les enquêtés de travailler avec des spécialistes des dispositifs numériques pour la médiation ne s'applique pas qu'au contexte du musée mais concerne toutes les professions qui sont susceptibles d'amener des visiteurs au musée. Le coordinateur de l'action éducative souhaiterait notamment former les enseignants afin qu'ils deviennent des relais du musée dans le travail de transmission des connaissances :

« Je suis convaincue qu'on pourrait beaucoup plus exploiter la partie numérique si on avait le temps et les ressources pour former les enseignants » Coordinateur de l'action éducative

Des professionnels qui ajustent leurs activités de médiation aux dispositifs numériques

Il est important, afin de saisir la façon dont les médiateurs adaptent leurs activités aux supports numériques, d'expliquer d'abord dans quel ordre ces deux activités ont été conçues. On observe pour chacune de ces activités deux logiques de mise en place différentes.

La réalisation de l'activité *I-Montréal – Le collectionneur* vient d'une volonté du service des publics de proposer une nouvelle activité de médiation pour les scolaires, visant à leur faire comprendre les étapes d'un processus de collecte puis de mise en exposition. Ils ont alors décidé d'utiliser un dispositif technologique déjà existant au musée : l'iPod, servant traditionnellement d'audioguide pour les différentes expositions, pour s'en servir lors de cette nouvelle activité avec les scolaires.

Il y a quelques années, le service des technologies du musée avait donc commandé un lot d'iPod destinés à la consultation des bases de données du musée, à la manière d'un guide multimédia, mais sans réflexion au préalable avec le service de l'action éducative à propos d'une future activité de médiation scénarisée envers les scolaires. Ensuite, à partir de ce dispositif existant, le service de l'action éducative a imaginé l'activité de visite *I Montréal – Le Collectionneur*, assortie d'un atelier qui s'appuie sur la base de données du musée présente sur l'appareil.

Cette activité de médiation visant à rendre visibles les collections a donc été développée à partir d'un dispositif technologique existant ne proposant pas au départ d'application particulière. Le service des technologies de l'information explique d'ailleurs que c'est grâce aux activités pensées par le service de l'action éducative que l'utilisation des fonctionnalités de l'iPod a pris davantage de sens :

« Ce genre de fonctionnalités, de collections, on se rend compte que c'est utilisé lorsqu'on développe des activités » Chef du service des technologies de l'information

Cet exemple va à l'encontre des discours sur une intégration franche et radicale des dispositifs numériques dans la pratique des médiateurs puisqu'il s'agit ici de donner une seconde fonction à un dispositif déjà existant mais utilisé différemment. Dans ce cas précis, l'iPod qui auparavant n'était utilisé que dans le cadre d'une visite individuelle devient un support pour une visite collective face à un public spécifique.

Le cas du second dispositif donne à voir une logique différente dans la mise en place. Le service de l'action éducative du musée est parti d'une activité déjà existante, consistant en une visite d'un quartier de la ville, puis l'a modifiée en remplaçant les documents imprimés par l'utilisation de ce même iPod dans le scénario de l'activité.

Comme indiqué précédemment, l'activité Golden Square Mile consiste en une visite guidée du centre historique de Montréal, situé autour du musée Mc Cord, près du campus Mc Gill. Il s'agit d'une visite guidée classique comportant des arrêts devant des bâtiments remarquables ayant appartenu à des personnalités qui ont fait l'histoire de la ville. Les visiteurs sont équipés d'un

iPod leur donnant accès à l'application *Musée Urbain MTL*. Chaque arrêt devant un bâtiment est l'occasion pour le guide de raconter l'évolution du paysage urbain du XIX^e siècle à aujourd'hui. En parallèle, les visiteurs doivent se repérer sur le plan du quartier disponible dans une application de l'iPod et sélectionner le bâtiment dont parle le guide. Ils ont ainsi accès à des photographies du fonds William Notman appartenant au musée, représentant des photos de ces mêmes bâtiments à une époque antérieure. Ils ont également accès à des contenus supplémentaires (photographies de l'intérieur des bâtiments, textes explicatifs). Pour cette visite guidée augmentée, le musée Mc Cord utilise l'application *Musée Urbain MTL* qui avait été réalisée plus tôt pour des visites autonomes de la ville. Cette application utilise la réalité augmentée pour superposer sur les bâtiments récents les images du passé.

Dans le cadre de la visite *Golden Square Mile*, l'application *Musée Urbain MTL* n'était au départ pas utilisée. Il s'agissait d'une visite guidée traditionnelle sans support numérique. Les guides utilisaient des photographies imprimées pour montrer au public les images d'archive du fonds Notman et faisaient faire du dessin d'observation devant les bâtiments ainsi que des ateliers de collage. La création de l'application a alors été une façon de modifier la visite traditionnelle, même si les ateliers de dessin et de collage ont perduré. Ainsi, contrairement à l'activité *I Montréal – Le Collectionneur*, on observe ici une activité déjà existante qui se trouve actualisée par un support numérique tout en gardant des éléments traditionnels (dessin et collage). Concernant l'application *Musée Urbain MTL*, on remarque une réutilisation et un détournement d'une application existante dédiée à la visite autonome (sans guide) dans un nouveau contexte de médiation (visite guidée).

Le médiateur qui explique ici la genèse de ce projet indique qu'il s'agit en quelque sorte pour le musée de justifier l'acquisition des iPod. Il regrette une évolution de cette activité qui se fait davantage pour des raisons de communication institutionnelle du musée que dans l'objectif de répondre à une attente précise des visiteurs ou des guides :

« Ils ont voulu réactiver cette visite-là, qui était populaire, qui était à l'extérieur, en utilisant, cette fois-ci, les iPod qui étaient utilisés deux ans auparavant » Guide animateur

Dans ce contexte, il serait réducteur de parler d'introduction de dispositifs numériques au musée puisqu'il s'agit dans ces deux cas de réutilisation, de détournement et d'agencement d'activités impliquant des médiations humaines, imprimées et numériques. En outre, les activités observées ne sont pas figées. Le coordinateur de l'action éducative souhaite continuer d'ajuster le fonctionnement de cette visite pour l'adapter au profil de chaque animateur :

« adapter la visite du *Golden Square Mile* (...) avec les iPod qui ont le parcours préférentiel de l'animateur plutôt que le parcours au complet » Coordinateur de l'action éducative

Si la question de l'adaptation des dispositifs de médiation aux différents profils de public se pose fréquemment, il est intéressant de questionner ici la façon dont on adapte le dispositif à chaque guide. À ce titre, le coordinateur de l'action éducative indique en effet travailler avec des médiateurs plus ou moins impliqués dans le domaine numérique. Il dit entendre et respecter les diverses réactions des guides face aux outils technologiques afin de leur permettre de s'approprier l'iPod comme ils le souhaitent lors des visites. Il fait alors preuve de souplesse dans la gestion de l'équipe de médiation :

« Les animateurs on leur donne beaucoup de flexibilité, parce que c'est à eux la relation avec le public »
Coordinateur de l'action éducative

Il raconte également avoir approuvé la décision d'un guide qui, craignant une réaction de désintérêt ou un manque de compétences devant le dispositif, n'a pas souhaité proposer l'iPod à un groupe de personnes âgées lors d'une visite du *Golden Square Mile*.

Par conséquent, il n'est pas pertinent dans ces deux cas de figure de concevoir l'introduction de dispositifs numériques comme une logique linéaire, passant systématiquement par la commande d'un matériel associée à un usage précis, puisque ces deux exemples donnent à voir en priorité une adaptation des médiateurs vis-à-vis d'un dispositif ou d'une activité déjà existante.

Enfin, considérant qu'il y a un : « biais théorique à analyser uniquement ce qui change en présupposant que c'est là seulement que se situe l'action sociale » (Le Marec et Babou, 2003), il est intéressant de citer les nombreuses activités de médiation qui n'utilisent pas de dispositifs numériques et qui n'ont pas évolué dans cette logique d'ajustement. À ce titre, nous avons relevé les intitulés de toutes les autres activités de médiation proposées par le musée Mc Cord : l'atelier de crochet *Parent poupon*, les lectures de *L'heure du conte*, l'atelier de photographie *Atelier du dimanche*, l'activité *Danses et percussions autochtones*, et enfin la visite *Au rythme des aînés*. Ces activités n'impliquent pas ou peu l'utilisation de dispositifs numériques, ce qui montre que les logiques d'ajustement précédemment décrites ne sont pas majoritaires et n'imposent pas une norme dans l'institution.

L'extension des fonctions des médiateurs

Au-delà des connaissances sur la thématique à présenter (l'histoire de Montréal et l'évolution du paysage urbain), les rôles endossés par les médiateurs travaillant avec un dispositif

numérique s'étendent également à l'explication de l'utilisation des technologies à travers des moments de formation informelle au fonctionnement des outils mobiles ou de la consultation des collections en ligne.

Les guides animateurs sont parfois amenés à expliquer le fonctionnement des supports qu'ils proposent à leur public, se trouvant alors dans une position de médiation de la culture numérique. Un guide animateur témoigne des conditions de visite avec les groupes de scolaires :

« Faut les aider avec l'utilisation du iPod, même si on leur explique au début, ils savent pas comment ça fonctionne, des fois ils ne trouvent pas, des fois y en a qui ont plus de difficultés à se repérer sur une carte »

Guide animateur

Les médiateurs ont alors ici une fonction de médiateur numérique au sens où ils effectuent une activité de médiation visant à expliquer l'utilisation d'une technologie en particulier. Ici il s'agit de montrer les gestes à utiliser pour faire fonctionner un iPod, ce qui s'oppose aux discours sur le caractère intuitif des codes de cette technologie tactile.

La médiation documentaire

Les deux dispositifs de médiation décrits (*Golden Square Mile* et *I Montréal – Le Collectionneur*) utilisent des images issues de la collection en ligne du musée et permettent aux visiteurs d'y avoir accès à travers l'interface de l'iPod. Le coordinateur de l'action éducative souligne ce double mouvement de mise en visibilité et de scénarisation de ces ressources documentaires qui permet d'accéder à un contenu non disponible ou non valorisé lors d'une visite libre :

« aller chercher du contenu historique plus large. Ça donne une visibilité » Coordinateur de l'action éducative

L'activité *Golden Square Mile*, grâce à l'application *Musée Urbain MTL* permet en effet de confronter différentes photographies de la ville, du XIX^e siècle à aujourd'hui, pour faire comprendre la notion d'évolution du patrimoine urbain :

« C'est d'avoir en même temps, les deux images, l'image d'aujourd'hui et l'image du passé » Coordinateur de l'action éducative

Le musée forme également des professeurs du secondaire pour qu'ils sachent utiliser la base documentaire afin de l'exploiter avec leurs élèves :

« Un outil qui permettrait aux enseignants de revenir à la collection pour faire en classe » Coordinateur de l'action éducative

Le coordinateur de l'action éducative décrit un dispositif de médiation vu hors du musée et insiste sur la diffusion numérique du patrimoine que permettaient les technologies associées à une médiation de la base de données documentaire :

« Ils ont même des simulations 3D des objets pour la collection, mais ça c'est, ça sonne comme un miracle, c'est, parce que ça permet vraiment de voir l'objet de tous les côtés, et pour ce qui est de la formation en classe, pour ce qui est vraiment la technologie, la diffusion technologique du patrimoine c'est vraiment un outil presque sans contrainte », « transformer les contenus en compétences, grâce au numérique aussi » Coordinateur de l'action éducative

En outre, l'objectif de cette médiation n'est pas seulement de montrer des ressources, mais de les retravailler pour les intégrer à un récit historique scénarisé. Selon les professionnels, cette médiation permettrait, au-delà de la numérisation et de la contextualisation des objets, de les lier entre eux pour les rendre plus accessibles au public.

Nous constatons donc des éléments venant confirmer l'élargissement du rôle du médiateur vers celui de guide dans des interfaces documentaires à destination des publics scolaires comme des professeurs qui sont à l'initiative de ces visites.

Nous remarquons enfin que cette médiation documentaire confère aux images des collections présentes sur les bases de données en ligne un statut autre que celui de substituts photographiques puisqu'ils deviennent le support de nombreuses activités scénarisés. On assiste alors à un repositionnement du rôle et du statut de l'image des collections qui se retrouve mis en valeur par ce dispositif.

4.2.2 L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation

La description thématique des entretiens nous a permis de relever l'imaginaire des dispositifs numériques concernant l'opinion et les attentes des professionnels vis-à-vis de ces dispositifs. Nous présenterons ces attentes d'abord en termes d'opportunités puis de craintes avant d'envisager la façon dont cet imaginaire contribue à anticiper les comportements des visiteurs.

Opportunités des dispositifs numériques

Nous présenterons de façon thématique le point de vue des professionnels sur ce que le numérique est susceptible d'apporter au musée en termes de possibilités pour améliorer l'expérience de visite du public comme les conditions de travail des différentes équipes. Il ressort de l'analyse thématique des entretiens un imaginaire du numérique orienté sur trois types

d'opportunités pour le visiteur : une plus-value cognitive, une plus-value expérientielle et une plus-value institutionnelle.

Selon les enquêtés, un dispositif numérique permettrait dans la plupart des cas d'ajouter des savoirs supplémentaires lors de la visite, que ce soit en termes de quantité de contenus (ressources supplémentaires, contextualisation), de la diversification de leur nature (image, son, vidéos), de leurs modalités de réception (interactivité, passivité, jeu) ou en termes de qualité de l'information (pertinence). Les trois thématiques de la supplémentarité, de la diversification et de la pertinence sont récurrentes dans le discours des différentes équipes.

Qu'il s'agisse d'une logique de complémentarité ou de supplémentarité, le vocabulaire de la plus-value et du gain (employé pour décrire les objectifs des dispositifs numériques) est constamment présent et indique une volonté de mettre à disposition des ressources venant compléter et contextualiser les objets de l'exposition.

Cette façon de d'étendre le discours de l'exposition sur les supports numériques en permettant un accès (à distance ou *in situ*) à des contenus qui ne sont pas présents physiquement dans le parcours muséographique rappelle les discours d'escorte traditionnels des outils multimédias tels qu'ils sont développés depuis les années quatre-vingt.

À ce titre, voici comment les différents services du musée mettent l'accent sur les contenus supplémentaires que peut proposer l'iPod utilisé durant les visites, avec ou sans médiateur :

« Contenu supplémentaire », « en exposition, être capable de consulter des contenus qui ne sont pas disponibles dans l'expo », « Il y a des contenus qui avaient été développés pour l'iPod, pour que l'iPod justement offre, et qu'il y ait une plus-value à l'utilisation du iPod finalement, qui n'est pas toujours le cas », « parce que ça apporte quelque chose, parce que c'est pertinent » Chargé de projet web et multimédia

« plus de fonctionnalités de sélection d'objets », « Privilégier les applications qui fournissent du contenu supplémentaire pour les expositions » Chef du service des technologies de l'information

« pour que ça apporte quelque chose de plus » Guide animateur

Cependant ils décrivent également certains contextes dans lesquels le support numérique n'apporte pas une plus-value pertinente car les documents imprimés sont jugés suffisants. C'est notamment le cas de ce guide animateur qui explique pouvoir indifféremment montrer au public des photographies imprimées et plastifiées durant les visites comme les images numériques présentes sur l'iPod :

« Parce que sinon moi je les ai moi les photos plastiques, moi je peux leur montrer » Guide animateur

Après la variété de contenus disponibles, les enquêtés insistent sur l'importance de présenter des supports et des médias différents. Le vocabulaire de la variété et de la diversité des documents présentés (sons, images, vidéos) grâce aux dispositifs numériques est une condition essentielle pour rendre l'exposition attrayante et favoriser l'attention du visiteur :

« varier l'offre de visite », « différent », « attractif », « la réalité augmentée c'est super, c'est une très belle chose puis je pense qu'on peut y aller, aller assez loin avec ça pour montrer d'autres facettes de l'histoire » Guide animateur

On trouve dans le discours de tous les enquêtés une forte volonté de réflexion en amont sur la nécessité des dispositifs numériques dans l'exposition. Il y a d'abord un désir de donner du sens à ce type de médiation par une réflexion globale sur un scénario numérique cohérent et pertinent. Cela révèle en filigrane un engagement contre une certaine gadgétisation de la médiation, ainsi qu'une prise de recul de la part des professionnels sur l'injonction actuelle à l'équipement technologique des musées :

« On ne peut pas juste venir le coller sur l'expo », « parce que ça apporte quelque chose, parce que c'est pertinent » Chargé de projet web et multimédia

« pertinent », « ça nous permet de rester pertinent » Chef du service des technologies de l'information

« pour que ce soit pertinent », « pour que ce soit fiable », « j'aimerais ça voir plus de technologies, en fait pas voir plus de technologie mais une meilleure technologie, élaborée avec plus de sérieux, plus que par vision vraiment à courte vue, là : "On a besoin de subventions ! Faut l'obtenir !" », « Ça, ça c'est quelque chose qui m'irrite donc je serai, je serai plus, je serai plus intéressée je serai vraiment un petit peu plus favorable à ça si vraiment on me montrait qu'y a vraiment un travail de réflexion qui se fait autour de ça. » Guide animateur

Ces derniers *verbatim* montrent que les enquêtés des différentes équipes déplorent une absence de pensée critique à propos des choix des dispositifs numériques. S'ils sont globalement intéressés à l'idée de participer à cette réflexion globale, ils semblent frustrés d'être considérés comme les utilisateurs finaux de ces outils et non pas comme pas les décisionnaires associés à la politique numérique du musée. Pour donner un exemple de ce manque de pertinence, le coordinateur de l'action éducative évoque des visiteurs qui semblent désemparés et déçus de ne pas comprendre à quoi sert un dispositif de diffusion vidéo dans la première salle d'une des expositions :

« [des visiteurs] frustrés à la première salle parce qu'ils ne savaient pas quoi faire. » Coordinateur de l'action éducative

Selon les enquêtés, les supports numériques devraient permettre des activités de médiation offrant au visiteur des expériences de visite variées et adaptées à leurs profils ainsi qu'à leurs attentes.

Les caractéristiques de cette expérience sont nombreuses. En effet, les enquêtés attendent d'abord de ces dispositifs qu'ils couvrent les trois temps de la visite (avant, pendant, après), qu'ils soient flexibles, attractifs (par des effets touchant l'émotion et la sensation) et conviviaux tout en étant discrets. Ils doivent également s'accorder avec la présence des médiateurs et tout en permettant aux visiteurs une expérience qui dépasse les limites des murs (physiques ou symboliques) du musée.

Les trois temps de la visite

Le service des technologies de l'information insiste à de nombreuses reprises sur la capacité du numérique à rendre accessibles les contenus de l'exposition durant trois périodes : avant, pendant et après la visite.

Le temps de l'avant visite est caractérisé par une consultation des ressources disponibles sur le site internet ou les applications smartphones. La période de la visite est davantage consacrée à l'utilisation des dispositifs fixes (tables tactiles, bornes sonores) et mobiles (iPod, application smartphone) disponibles dans le musée ou appartenant au visiteur. Enfin la période de l'après visite permet au visiteur de prolonger son expérience en retrouvant les contenus consultés dans l'exposition sur le site internet ou sur son smartphone :

« Couvrir le volet post visite », « Permettre aux gens de faire des, de sélectionner des objets en cours de visite pour pouvoir les consulter, les retrouver dans la base plus tard », « Une application qui faisait le pré-visite, le post-visite puis le “en cours de visite” » Chef du service des technologies de l'information

Selon le chef du service des technologies de l'information, cette logique permet d'une part d'étendre l'expérience de visite dans le temps (possibilité de consulter les contenus avant ou *a posteriori*) et de communiquer sur différents supports pour toucher un public plus large. En effet, une des fonctionnalités des iPod utilisés comme audioguides est la possibilité d'envoyer des notices catalographiques par e-mail, mettant ainsi en place une passerelle entre les ressources du musée et l'appareil personnel du visiteur.

La flexibilité

On observe une volonté d'acquérir des dispositifs suffisamment souples et interopérables pour d'une part s'adapter sur le long terme aux évolutions technologiques futures, et d'autre part être accessibles pour un large public.

« quelque chose de qui puisse évoluer avec le musée, puis évoluer avec les différentes expositions puis évoluer avec les visiteurs » Guide animateur

« rendre accessible le patrimoine urbain » Coordinateur de l'action éducative

Le responsable du service des technologies de l'information souhaiterait notamment réaliser un site web *responsive* adapté aux mobiles plutôt qu'une application afin de ne pas exclure le public ne faisant pas le choix de télécharger l'application du musée.

« un site web qui devrait déjà être adapté aux dispositifs mobiles » Chef du service des technologies de l'information

L'attractivité

L'aspect attractif des dispositifs numériques est fréquemment mis en avant en ce qu'il permettrait de distraire le visiteur, de toucher ses émotions et de jouer sur ses différents sens. Le service de l'action éducative souligne également l'intérêt de dispositifs numériques qui font partie d'un jeu ou d'une visite guidée comprenant des actions à mener par le public (par exemple se repérer sur une carte ou travailler en équipe).

En outre, le seul fait de proposer un outil numérique serait déjà d'emblée un élément attractif pour le jeune public. Le coordinateur de l'action éducative fait référence au caractère interactif et dynamique d'un plan disponible sur une interface comme *Google Maps* par rapport à une carte imprimée :

« C'est plus distrayant, distrayant que, autre, paradoxalement qu'une image imprimée, dans le sens qu'on passe plus le temps à chercher où nous sommes », « les iPod sont sûrement attrayants », « distrayant », « accrocheur », « fascination », « agréable » Coordinateur de l'action éducative

Il y aurait en outre un impact émotif fortement positif lié au fait de découvrir un dispositif technologique actuel. Les émotions décrites par les enquêtés peuvent être la curiosité, la surprise ou la joie chez les publics scolaires à qui on propose l'utilisation de l'iPod. Selon le service de l'action éducative, ce premier impact émotionnel est majeur pour pouvoir intéresser le public au discours qui sera donné pendant la visite. Il agit comme un ferment d'interpellation :

« ça rend la visite plus attrayante, donc, l'impact émotif est accrocheur, et dès qu'on accroche sur l'émotivité, c'est plus facile de rajouter de l'information historique » Coordinateur de l'action éducative

D'après le coordinateur du service de l'action éducative, le numérique est également attractif en ce qu'il permet de toucher différents sens. Il insiste sur la nécessité d'établir un équilibre entre les sens sollicités et souhaiterait développer des parcours plus sonores que visuels.

« Développer un scénario de visite sonore dans l'exposition permanente », « la visite pourrait se transformer en une visite sensorielle différente » Coordinateur de l'action éducative

L'exemple du support audio est plusieurs fois utilisé pour décrire la volonté de rendre une exposition plus chaleureuse et conviviale :

« J'aime bien penser qu'on pourrait "réchauffer" cette expo qui est très design (...) et qui éloigne un peu des artefacts, enfin c'est un avis tout à fait personnel. Donc rendre les supports audio quelque chose qui permet d'avoir un regard plus humain sur le développement de la ville de Montréal à partir de 1500 jusqu'à nos jours »

Coordinateur de l'action éducative

Les termes « humains » et « réchauffer » rendent compte d'une opposition entre une muséographie perçue comme froide et technologique face à des contenus sonores qui même s'ils sont inscrits au sein de dispositifs numériques rendraient compte d'une présence humaine. Le contenu audio, en donnant à entendre des témoignages de personnes réelles, humaniserait alors le dispositif numérique.

La convivialité

Le coordinateur du service de l'action éducative insiste fréquemment sur une conception de la visite perçue comme une activité sociale impliquant nécessairement des interactions entre les visiteurs. Il mène une réflexion sur le choix d'un dispositif numérique adapté qui permettrait de diffuser de l'information sans empêcher la communication entre les visiteurs. S'ensuit alors une partition des dispositifs en fonction de leur capacités à encourager une ambiance conviviale caractérisée par des discussions entre les visiteurs. À ce titre, il critique la présence d'écouteurs dans l'exposition, en ce qu'ils rendraient la visite solitaire en contraignant les discussions.

« L'exposition doit avoir un côté pluriel, dans le sens que c'est très rare que la personne visite l'exposition toute seule les visiteurs sont soit en groupe, soit entre amis, soit à deux. Et puis il y a une partie généralement dans la visite, dans les visiteurs, une partie toute seule, donc tu prends le plaisir de regarder des choses et une partie de rencontre avec l'autre. Mais si tu ne le fais pas, si tu as des écouteurs, le contexte pluriel, le fait de partager l'expo, est totalement brisé. », « les écouteurs, généralement, sont très mal perçus parce que c'est quelque chose qui te coupe de la visite » Coordinateur de l'action éducative

La présence humaine

Selon le coordinateur de l'action éducative, la présence d'un guide est incontournable dans toute exposition ainsi que dans toute activité de médiation impliquant l'utilisation des technologies. La présence du personnel du musée est autant liée à des objectifs de médiation (présenter l'exposition, répondre aux questions) qu'à des objectifs symboliques (permettre une présence humaine dans le lieu d'exposition). Cependant, sa conception des dispositifs numériques ne vient pas s'opposer à la médiation humaine ou à la médiation imprimée mais fait apparaître un agencement entre l'utilisation des technologies et l'intervention des médiateurs.

« Tu as quelqu'un qui donne de l'humain à la visite, donc t'a quand même le visage de l'animateur la présentation du musée et tout », « Donc je suis convaincue que l'humain doit rester, je suis convaincue que les écouteurs qui créent l'isolement total ça ne marche pas non plus. » Coordinateur de l'action éducative

La discrétion

Le coordinateur de l'action éducative évoque la difficulté de mettre en place des dispositifs à la fois visibles et non intrusifs. Il est à la recherche d'un compromis entre l'impératif d'attractivité décrit précédemment et un impératif de discrétion.

À ce titre, proposer des médias variés s'adaptant aux préférences du public implique un risque de surcharge informationnelle pouvant sur-solliciter l'attention du visiteur et devenir à terme un facteur de fatigue muséale. Le coordinateur fait notamment référence au fond sonore de la collection permanente qui a tendance à gêner le personnel comme les visiteurs :

« Donc n'importe où tu es dans l'expo tu as cette musique qui t'embête, personnellement moi je la trouve un peu embêtante » Coordinateur de l'action éducative

Sortir du musée

Cette volonté d'étendre l'expérience de visite dans le temps (déjà évoquée avec les trois temps de la visite) se double d'une métaphore de l'extension spatiale (Levoine, 2016).

Cela prend forme dans le discours des acteurs à travers l'image d'un dispositif numérique faisant circuler les contenus de l'exposition hors du musée, à travers des jeux qui s'appuient sur la base documentaire et des activités pour les scolaires qui commencent au musée et se poursuivent à l'école. L'objectif est également pour l'institution d'exister hors les murs, à

travers son importante collection en ligne, pour toucher le public qui n'irait pas spontanément au musée. Les technologies servent alors un imaginaire de l'extension spatiale du musée au service de la démocratisation culturelle :

« en leur permettant de sortir du musée, vraiment sortir la culture du musée », « sortir du musée c'est très bien et la technologie ça peut nous aider » Guide animateur

Une plus-value institutionnelle

Proposer au public des dispositifs numériques est une façon pour le musée de montrer qu'il s'adapte aux usages médiatiques actuels et qu'il veut éviter un décalage entre les technologies que possèdent les visiteurs et les technologies présentes au musée. Selon les enquêtes, l'intégration de dispositifs numériques permettrait au musée de moderniser son image :

« ça nous permet de rester pertinent dans le sens où c'est de nouveaux canaux de communication qui prennent de plus en plus d'importance » Chef du service des technologies de l'information

Cet enjeu est particulièrement important pour le musée Mc Cord, qui cherche à se démarquer depuis plusieurs années par ses expérimentations en termes de médiation :

« On a une réputation d'être un musée techno au Canada » Chef du service des technologies de l'information

« La com' avait travaillé pour souligner le fait que le musée Mc Cord était un des premiers musées au Québec qui avait ce type d'outil, donc, j'imagine qu'il y a eu un effet "buzz" au début dans le sens qu'on a tellement proposé l'utilisation du site, qui était vraiment fonctionnel pour les animateurs quand ils rencontraient aussi des groupes scolaires, ils proposaient, à la fin de la visite, un outil qui permettait aux enseignants de revenir à la collection pour faire en classe », « le musée Mc Cord (...) c'est un musée qui travaille fort sur les technologies »

Coordinateur de l'action éducative

La forte utilisation du site internet comme plateforme pédagogique dédiée au public scolaire a contribué à donner à l'institution la réputation d'un musée impliqué dans l'innovation numérique. Désormais, l'enjeu du musée est de conserver cette réputation technologique même si les dispositifs utilisés actuellement ne sont pas toujours innovants.

À ce titre, l'apport des technologies et leur aspect attractif permettrait selon le médiateur de remettre en cause les clichés liés à la visite muséale chez les publics néophytes :

« Parce que pour beaucoup de personnes un musée c'est quand même assez rébarbatif, ce n'est pas évident pour tout le monde d'aller au musée. Au Québec en tout cas ce n'est pas quelque chose qui, qui va de soi. » Guide animateur

Les dispositifs numériques sont également envisagés comme des outils efficaces pour rendre le musée plus accessible et donc opérationnaliser les objectifs de démocratisation culturelle. Le

service de l'action éducative espère en effet se diriger vers un modèle de musée participatif centré sur l'image d'une institution allant à la rencontre de ses publics.

« Le musée se démocratise puis est capable d'aller vers les gens, plutôt que les gens, plutôt que ce soient les gens qui aient besoin d'aller dans cet immeuble poussiéreux, qu'ils perçoivent peut-être, à tort ou à raison comme un peu pédant » Guide animateur

« Un musée social donc d'un musée qui est plus facile à rejoindre », « on veut un musée social, on veut un musée ouvert, donc alors, les nouvelles technologies nous permettraient de rejoindre un plus large public d'un côté, de rendre l'information accessible si on change le site » Coordinateur de l'action éducative

Ici il n'y a pas d'opposition franche entre un musée centré sur les technologies et un musée qui favorise le contact humain : le premier aspect est supposé encourager le second. Les discours d'escorte sur le numérique visant à décrire l'usage des technologies comme une cause d'isolation sociale ne sont pas présents dans les discours des enquêtés. Les dispositifs numériques sont appréhendés comme des moyens de communication supplémentaires entre les usagers et l'institution ou même pour faciliter la communication entre les usagers.

Ces opinions n'empêchent pas le service des publics d'être critique quant à un travail peut-être trop explicite et maladroit concernant la modernisation de l'image du musée. Un médiateur énonce notamment les limites d'un équipement technologique trop visible qui se concentrerait uniquement sur l'image du musée :

« Je trouve que c'est plus souvent fait pour le paraître, pour avoir l'air moderne, pour avoir l'air contemporain, pour avoir l'air dans le coup », « c'est nouveau on les veut ça va nous faire paraître bien, ça va nous faire paraître XXI^e siècle, ça va nous faire paraître "in" » Guide animateur

Selon le guide, un équilibre est à trouver entre une absence de communication numérique (donnant une image obsolète du musée) et une trop grande visibilité des technologies dans la médiation qui équivaut au contraire à une perte de crédibilité.

Les contraintes des dispositifs numériques pour la médiation

Les inconvénients de ces dispositifs concernent principalement le risque du manque de pertinence, lié à l'absence déjà évoquée de réflexion globale sur leur intégration. On note alors la difficulté qu'ont les professionnels de se sentir libre d'émettre un jugement critique envers ces outils. Enfin, les menaces d'une surcharge informationnelle susceptible de perturber l'attention des visiteurs ainsi que les contraintes liées à la matérialité des technologies sont régulièrement soulignées.

(I) Exprimer son opinion sur les technologies

Le chef du service des technologies de l'information exprime la difficulté d'émettre une opinion franche et critique sur les technologies dans un contexte d'équipement numérique systématique de la part des musées, de peur de paraître réactionnaire ou opposé aux discours dominants sur l'évolution de la médiation.

« Parmi les professionnels de musée, les gens ne se sentent pas forcément libres d'être, de manifester leur scepticisme face à l'utilisation des technologies, parfois c'est un peu bulldozé là, genre "On doit le faire parce qu'on doit le faire" », « on a plus vraiment le choix », « y a beaucoup de, c'est, comment dire, de l'utopie » Chef du service des technologies de l'information

Ce même service déplore un manque d'esprit critique à propos des technologies et décrit longuement les représentations sociales technophiles et technophobes qui sont associées à l'intégration du numérique dans la culture. L'opinion qu'ils expriment est moins de l'ordre d'une critique des dispositifs numériques qu'un désaccord face aux manières de penser et de mettre en place certains projets numériques. On observe alors une forte méfiance envers une utilisation non pertinente des dispositifs. Le service des technologies de l'information craint en effet une course à la technologie qui paralyserait toute réflexion dans ce qu'il appelle une « sidération numérique » qui finirait par effacer les autres formes de médiation :

« Occulter tout le reste, pis les façons traditionnelles de faire de la médiation », « faut se méfier » Chef du service des technologies de l'information

Ils craignent également que les musées oublient d'être à l'écoute des attentes des publics. À ce sujet, ils donnent l'exemple du jeune public qui apprécie d'autres façons de rentrer en contact avec les œuvres que les supports numériques :

« Mais le gars de la médiation l'autre fois il disait que les enfants aimaient quand même toucher » Chargé de projet web et multimédia

L'enquête a ici recours à un argument d'autorité venant d'un guide conférencier du musée qui est directement au contact des publics et possède donc une expertise considérée comme légitime sur ces questions. Enfin, certains enquêtés expliquent avec une certaine gêne n'avoir aucun plaisir à travailler avec les outils numériques :

« Moi personnellement j'arrive très bien à me passer de l'iPod. Moi-même je préfère quand il n'y en a pas. *Rires.* Ça c'est ma réaction franche et honnête là. *Rires.* » Guide animateur

(II) Le manque de pertinence

Le principal reproche adressé à l'utilisation des technologies est le manque de pertinence et de nécessité des dispositifs. En soulignant l'aspect non nécessaire de l'utilisation de ces outils, les enquêtés du service de l'action éducative décrivent les risques d'une technologie qui n'apporterait qu'un ajout ponctuel et non une véritable adéquation avec les objectifs en termes de médiation. Cette méfiance envers des dispositifs non pertinents se retrouve dans le discours de tous les enquêtés. Il manque selon eux une expertise objective de ces dispositifs :

« ça pourrait être intéressant on va avoir vraiment un meilleur appareil puis on va avoir plus de capacités pour vraiment utiliser l'application, pour que ça devienne vraiment vraiment pertinent, je trouve que pour l'instant ça l'est pas vraiment. Personnellement là, une autre personne pourrait vous dire autre chose là », « moi je suis un peu méfiante personnellement. Je n'ai pas l'impression, à moins que ce soit utilisé vraiment avec précision, avec discernement, puis avec une grande connaissance de la technologie puis des publics, je ne pense pas que la technologie peut sauver le monde, ou la culture, ou l'intérêt des gens » Guide animateur

« J'ai un peu de la difficulté par exemple pour la *Golden Square Mile* parce que je trouve que le soutien technologique n'est pas toujours pertinent », « Les animateurs ils sont parfois partagés, parce qu'ils voient que le numérique est plus un ajout qu'une nécessité. Donc on a un contenu, l'animateur pouvait le faire tout à fait sans support numérique mais on se tape le numérique parce qu'il y a une subvention. », « Non moi sincèrement je trouve que dans cette visite-là, l'iPod n'a pas ou ne, n'est pas nécessaire. Donc ça peut être un plus, ça peut être agréable, ça peut être accrocheur, mais on peut facilement repenser la même visite, sans l'iPod. » Coordinateur de l'action éducative

Cependant, chaque critique dépréciative portant sur les dispositifs numériques est constamment précédée ou suivie d'une formule de justification ou de rires. Ces précautions oratoires visent à nuancer les propos critiques tenus probablement pour éviter de paraître réactionnaire ou technophobe :

« Mais je suis peut-être une vieille rétrograde. C'est très possible », « Personnellement là, une autre personne pourrait vous dire autre chose là » Guide animateur

(III) L'attention des visiteurs

Le principal reproche qui est fait à l'iPod lors de l'utilisation en visite avec le jeune public concerne l'attention des visiteurs. L'utilisation de l'iPod ralentit les visites et demande au médiateur d'être davantage capable de capter l'attention des scolaires :

« Les enfants sont contents d'avoir un objet, un iPod entre les mains c'est pour ça qu'il faut vraiment cadrer l'utilisation », « ça divise leur attention », « ça ralentit un peu », « problème d'attention », « difficile d'avoir leur attention à nouveau », « l'attention des gens est vraiment dispersée je veux dire tout le monde a des écrans à la

maison, des petits écrans, des gros écrans puis je ne sais pas si au musée ça va vraiment plus retenir leur attention que c'est déjà le cas à la maison, ou à la télé ou à l'ordinateur ou sur leur téléphone » Guide animateur

Les enquêtés évoquent alors le risque de surcharge informationnelle et de fatigue muséale en décrivant des dispositifs « trop chargés » (chef du service des technologies de l'information). Le coordinateur de l'action éducative explique notamment qu'il devient problématique de juxtaposer médiation humaine et numérique dans un même espace d'exposition. Ces juxtapositions peuvent alors créer des situations de concurrence entre les dispositifs :

« Il y a une expo avec des audioguides(...), et moi on me demande de faire une visite guidée. Et moi simplement je refuse parce que je ne veux pas avoir quelqu'un qui parle à côté de quelqu'un qui a un audioguide, pendant qu'il y a des cloches sonores. Il faut juste donner une claque au visiteur pour voir s'il est encore réveillé à la fin parce que c'est trop ! C'est juste trop ! Mais c'est l'idée qu'il faut en donner le plus possible alors on en donne le plus possible alors on arrête de choisir », « Donc je suis convaincue que l'humain doit rester, je suis convaincue que les écouteurs qui créent l'isolement total ça ne marche pas non plus mais de l'autre côté, quand tu veux mélanger tous les dispositifs ça marche plus du tout. » Coordinateur de l'action éducative

Ces deux témoignages rendent compte d'une volonté de la part des médiateurs de penser en amont l'agencement global entre la médiation humaine et la médiation par le numérique dans l'exposition. Le coordinateur de l'action éducative explique enfin qu'il se sent parfois contraint d'utiliser des dispositifs numériques même lorsque le contexte ne lui paraît pas pertinent :

« C'est comme s'ils sont obligés » Coordinateur de l'action éducative

(IV) La matérialité des objets

Les contraintes dues à la matérialité des objets concernent le support technologique et les conditions dans lesquelles il est utilisé.

Les problèmes techniques dus à la batterie et à l'accès au wifi sont fréquemment cités :

« Des problèmes de batterie, de rechargement, donc à la, quand on est rendu à la moitié du parcours et qu'il y a des iPod qui lâchent » Coordinateur de l'action éducative

Le guide animateur souligne ici les limites de l'utilisation de l'iPod lors de l'activité *Golden Square Mile*. L'intérêt de l'application qui accompagne le dispositif est lié à la géolocalisation de l'utilisateur fonctionnant par wifi. Or en-dehors du musée les visiteurs ne captent plus le wifi du musée et ne peuvent donc pas profiter de la géolocalisation. Cela contribue à dévaloriser la pertinence du recours à l'iPod dans cette activité selon le guide interrogé.

Les conditions climatiques sont également signalées comme des problèmes liés à l'utilisation des dispositifs numériques. Durant les visites de la ville dans le cadre de l'activité *Golden*

Square Mile, les températures trop basses ou la pluie empêchent l'utilisation de l'iPod. A ce moment-là les médiateurs utilisent des documents imprimés et plastifiés :

« La contrainte météorologique du Québec », « une visite sous la pluie c'est pas l'idéal », « dans le cas de la pluie souvent, on utilise même pas les iPod, donc ça perd tout le côté numérique et ça reste des images imprimées » Coordinateur de l'action éducative

L'anticipation des publics

L'anticipation des publics révèle également les angoisses et les aspirations des professionnels à propos des dispositifs numériques. Cette anticipation se fait à travers une partition par l'âge (auquel on assigne des comportements) et à travers une partition par le contexte de visite (touriste, public habitué, scolaire).

(I) La partition par l'âge

On observe que le critère générationnel est majoritaire dans l'anticipation des publics. De manière générale, les enquêtés décrivent un jeune public intéressé par les technologies face à un public âgé qui ne maîtriserait pas les supports proposés durant les activités (iPod) ou dans le musée (tables tactiles, bornes, vidéos...).

Un guide interrogé a notamment expliqué son choix de ne pas proposer d'iPod à un groupe de personnes âgées lors de la visite du *Golden Square Mile*. Les iPod étant moins fonctionnels qu'au départ, le guide craignait que l'utilisation des dispositifs ne ralentisse et complique la visite, sans qu'une plus-value cognitive soit apportée pour les visiteurs. Bien que cette activité se fasse habituellement avec ces appareils, le coordinateur de l'action éducative explique avoir approuvé la décision du guide :

« C'est moi la première à dire "Ok s'il y a des personnes âgées ça ne vaut peut-être pas la peine de sortir les iPod" » Coordinateur de l'action éducative

(II) L'anticipation de la recherche d'informations

Afin de choisir le dispositif le plus adapté, les enquêtés émettent de nombreuses hypothèses sur la façon dont les visiteurs se procurent des informations sur le musée. Dans ce cas précis, le chef du service des technologies de l'information cherche à démontrer l'intérêt de la mise en place d'un site web mobile pour le musée plutôt qu'une application smartphone, en imaginant la démarche de recherche d'informations d'un futur visiteur en contexte touristique :

« Les gens sont en transit, sont à Montréal, soit les touristes ou quoi que ce soit, et veulent voir ce qu'il y a dans un musée, puis ils vont faire une recherche Google, je ne sais pas, puis ils vont aboutir sur un site web qui devrait déjà être adapté aux dispositifs mobiles puis clairement présenter l'offre, ce qui est en salle, mobile, toutes les informations » Chef du service des technologies de l'information

Il imagine donc que des visiteurs-touristes restant peu de temps à Montréal ne vont probablement pas s'engager dans le téléchargement de l'application du musée pour une première visite mais qu'ils vont d'abord se rendre rapidement sur le site internet. Cela nécessiterait selon lui de mettre en place un site web *responsive* pour les utilisateurs de smartphone :

« Un site web qui devrait déjà être adaptés aux dispositifs mobiles » Chef du service des technologies de l'information

Il y a donc bien une démarche d'imagination du comportement des publics qui mène à un choix de dispositifs précis. Cette anticipation s'appuie à la fois sur des inductions, des observations et des enquêtes de publics.

Conclusion

Ces premiers résultats ont permis de faire apparaître un imaginaire exigeant des dispositifs numériques pour la médiation, qui se doivent d'être à la fois centraux et discrets, surprenants et pertinents, tout en émanant d'une stratégie globale homogène.

À l'aune de cet imaginaire, on observe moins le discours du passage au numérique qu'un récit des ajustements, des agencements et des bricolages qui servent à actualiser les activités de médiation en intégrant peu à peu les potentialités des outils numériques sans pour autant faire table rase des médiations précédentes. Ces ajustements continus permettent de reconsidérer le rapport aux objets de la collection : on observe ponctuellement que la médiation se focalise davantage sur les substituts numériques que sur les objets physiques.

Par ailleurs, nous n'avons pas observé de dispositifs de médiation strictement numériques au musée Mc Cord. Les deux dispositifs observés (*Golden Square Mile* et *I Montréal – Le Collectionneur*) sont des activités scénarisées où le support numérique est utilisé à des moments donnés lors de certaines étapes de l'activité. L'activité intègre constamment une médiation humaine, conduite par un guide animateur ou un enseignant et intégrant l'utilisation de documents imprimés. Ainsi nous n'observons pas une arrivée soudaine des dispositifs numériques mais des logiques de coopération et de concurrence entre ces différents types de

supports (numérique, imprimé) proposés par le musée. La médiation par le numérique opère cependant un repositionnement global du musée, venant interroger la fonction du médiateur ainsi que le statut des objets.

En outre, dans le discours des enquêtés se dessinent les logiques de mise en place des dispositifs numériques au musée et leurs conséquences sur leurs modes de travail. En effet, l'utilisation progressive du numérique par le musée depuis les années quatre-vingt s'est faite dans une logique de cumul, à travers la juxtaposition de différentes technologies : création d'un site internet, achats d'audioguides, conceptions d'applications de visite, inscription sur les réseaux sociaux, billetterie informatisée, base de données en ligne... Cette critique d'une politique d'acquisition successive, se faisant au gré des innovations techniques et dépourvue d'une réflexion globale en amont, rappelle la réflexion de Rosa (2010) citée précédemment sur l'urgence liée à l'acquisition de dispositifs innovants. Nous retrouvons alors dans le discours des professionnels l'image du pilote automobile, contraint de naviguer à vue et de subir sa trajectoire :

« La contrainte de l'accélération condamne les sujets, les organisations et les gouvernements à une situation réactive, au lieu d'une conduite organisatrice de la vie individuelle et collective. Selon P. Virilio, ils commencent donc à ressembler à un pilote de course automobile qui, en raison du degré d'automatisation des processus qu'il est censé diriger, "n'est plus que la vigie inquiète des probabilités catastrophiques de son mouvement" » (Rosa, 2010 : 368)

Face à cet équipement disparate acquis successivement, les enquêtés expliquent que leur objectif est en priorité d'harmoniser tous ces dispositifs afin qu'ils communiquent entre eux. Ce travail de décloisonnement des technologies s'effectue par exemple par la mise en ligne sur le site internet du musée du contenu de l'audioguide, ou alors en promouvant sur les réseaux sociaux des éléments de la base de données en ligne, en faisant des statistiques sur le profil des visiteurs *via* les informations recueillies sur les logiciels de billetterie ou en pensant en amont un site *responsive* adapté aux attentes des publics potentiels... A ce travail de décloisonnement s'ajoutent des modalités d'adaptation des activités de médiation lorsqu'on utilise de nouveaux dispositifs. Nous avons vu plus haut ce que devenait la forme de la visite guidée dans la ville avec l'utilisation des iPod.

Cette volonté de décloisonner et d'accorder entre eux tous ces dispositifs est visible dans le discours des deux services du musée Mc Cord. C'est ainsi que nous constatons chez les enquêtés une volonté de travailler davantage en commun et de pouvoir recruter un expert en médiation

numérique qui fasse un travail de mutualisation des technologies dans une stratégie numérique globale.

Enfin, nous avons observé que la majorité des enquêtés exprimaient un certain malaise vis-à-vis de ces logiques professionnelles qui ne laissent pas toujours d'espace pour remettre en question et penser la stratégie numérique de l'institution. Ils font également référence à des discours d'escorte portant sur la réquisition numérique et font part de leur difficulté quant à la possibilité d'apporter des critiques constructives à propos des dispositifs numériques sans paraître rétrograde.

5. Conclusion sur les discours d'escorte

Cette étude comparative des discours d'escorte a révélé différents positionnements vis-à-vis de l'équipement numérique des musées.

De manière générale, les discours extérieurs à l'institution (journalistiques et officiels) s'inscrivent dans la lignée des discours promotionnels et des discours enchantés : ils insistent sur l'utilité et la nécessité des dispositifs numériques en termes de démocratisation culturelle et de changement de paradigme, tout en exprimant peu de critiques à leurs sujets. En revanche, les discours liés à l'institution sont plus nuancés : à la fois enchantés et réflexifs, ils défendent l'utilisation des dispositifs numériques considérés d'emblée comme efficaces et salvateurs (journées professionnelles et Museomix) tout en mettant en garde contre une utilisation peu pertinente ou abusive de ces derniers (blogs). Ils catégorisent ainsi les dispositifs et les usages dans de « bonnes » ou de « mauvaises » pratiques. La notion de pertinence est ici une valeur centrale en ce qu'elle permet de juger l'utilité de ces pratiques. Enfin, les discours en interne dans l'institution (les enquêtés du musée Mc Cord) sont caractérisés par une posture critique assumée envers une injonction technologique qui est identifiée et dénoncée. Ils proposent des réflexions abouties sur la question de l'équipement numérique en prenant en compte, au-delà du simple outil, les enjeux d'une stratégie numérique cohérente pour le musée dans son ensemble.

Qu'en est-il enfin des mouvements de circulations et de reprise des imaginaires techniques entre les différents discours ? La comparaison de ces discours donne à voir des logiques relevant de la trivialité, par exemple lorsque les enquêtés du musée Mc Cord citent puis remettent en cause les discours d'escorte sur la nécessité des dispositifs numériques. C'est également le cas lorsque les bloggeurs critiquent le modèle de l'arrivée soudaine du numérique au musée véhiculé dans

la presse. À l'inverse, lorsqu'ils décrivent ces dispositifs, les discours journalistiques, les discours des journées professionnelles et les discours de Museomix se nourrissent de l'imaginaire technophile des discours officiels et des discours promotionnels. On y retrouve des logiques de réquisition numérique constituées de trois injonctions : à l'innovation, au mouvement et à la communication.

La troisième et dernière partie de cette recherche propose de confronter cette circulation des discours et des imaginaires au cas du Museon Arlaten, un musée d'ethnographie en pleine rénovation, faisant face à une redéfinition de son identité institutionnelle.

TROISIÈME PARTIE. IMAGINAIRES ET AJUSTEMENTS DU MUSÉE D'ETHNOGRAPHIE LORS DE LA CONCEPTION DE DISPOSITIFS NUMÉRIQUES POUR LA MÉDIATION

« La culture se conduit envers l'objet technique comme l'homme envers l'étranger quand il se laisse emporter par la xénophobie primitive. Le misonéisme orienté contre les machines n'est pas tant haine du nouveau que refus de la réalité étrangère. Or, cet être étranger est encore humain, et la culture complète est ce qui permet de découvrir l'étranger comme humain. De même, la machine est étrangère ; c'est l'étrangère en laquelle est enfermé de l'humain, méconnu, matérialisé, asservi, mais restant pourtant de l'humain »

Gilbert Simondon, *Du mode d'existence des objets techniques*

L'enquête préalable présentée ci-dessus a permis de dégager l'axe suivant pour décrire le musée d'ethnographie face au projet de conception de dispositifs numériques : un imaginaire ambivalent des technologies au service d'ajustements professionnels continus et raisonnés qui contraste avec les discours d'escorte révolutionnaires sur le numérique.

En partant de cet axe, nous présenterons ci-après les résultats de l'enquête de terrain au Museon Arlaten en suivant une articulation visant dans un premier temps à décrire les présupposés du projet de rénovation puis à interroger l'imaginaire des dispositifs numériques des enquêtés à l'aune du concept de réquisition. Il s'agira *in fine* d'identifier la façon dont les enquêtés du Museon Arlaten se positionnent face aux discours d'escorte étudiés plus haut. Constate-t-on la reprise de certaines thématiques des discours officiels, institutionnels ou journalistiques lors des entretiens avec les enquêtés ?

Nous présenterons dans un premier temps les logiques à l'œuvre durant la rénovation en décrivant le pilotage du projet tel qu'il est décrit dans les documents de communication avant d'identifier les imaginaires du numérique. Nous analyserons ensuite le discours des membres des différentes équipes impliquées dans la rénovation du musée : le responsable de l'unité documentation et publication, le chargé de mission multimédia, l'assistant à maîtrise d'ouvrage, les membres de l'équipe recherche et muséographie et le responsable du service des publics.

Chapitre 1. Le repositionnement institutionnel du Museon Arlaten : éléments de contexte

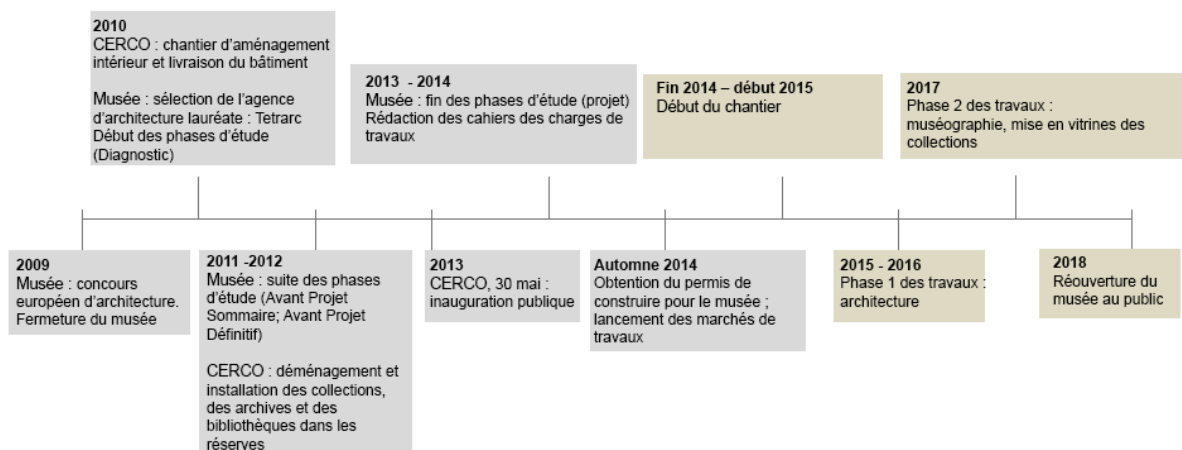
1. Présentation des enjeux du projet de rénovation du Museon Arlaten

1.1 Le projet de conception des dispositifs numériques dans les documents de communication

Dans ce chapitre, nous porterons d'abord notre attention sur la façon dont le projet de rénovation est présenté au public, afin de signaler les thématiques mises en avant ainsi que les termes employés par l'institution pour décrire l'introduction des dispositifs numériques. Pour cela nous analysons deux types de documents : les textes et images issus d'un site internet dédié à la rénovation du musée ainsi que la synthèse du projet scientifique et culturel (PSC) disponible sur le site internet du Museon Arlaten. Ces documents sont disponibles en ligne et s'adressent idéalement aux internautes qui souhaiteraient se renseigner à propos du futur musée. À travers l'étude du corpus de documents collectés (annexe 6), nous établirons également un classement thématique des différents aspects de la rénovation. Cela nous permet *in fine* d'analyser l'imaginaire de la médiation qui sous-tend le projet. Il ressort de ces documents une conception de la médiation qui met en avant le passage du musée d'un modèle obsolète à un modèle innovant et réflexif à travers des dispositifs actuels.

1.1.1 Une rénovation complète

Les documents ci-dessous soulignent le caractère exhaustif et imposant d'une rénovation où la grande majorité des éléments du musée seront revus : l'architecture, les collections, le discours sur les objets et le parcours d'exposition. A la rénovation du musée s'ajoute également la construction d'un centre d'étude, de restauration et de conservation des œuvres (CERCO). Le calendrier du projet de rénovation disponible sur le site internet rend compte de l'ampleur de ce projet qui s'étale sur une décennie :



Calendrier du projet de rénovation établi par le Museon Arlaten⁸¹

Le projet est alors présenté à la fois comme un déploiement du musée et comme un repositionnement de son discours scientifique. La synthèse du PSC insiste à plusieurs endroits sur l'aspect considérable de cette rénovation :

« Extension des surfaces du musée », « parcours muséographique repensé », « restauration complète du gros œuvre », « repenser la distribution fonctionnelle des espaces et créer des circulations » Synthèse du PSC

En détaillant les tâches liées à cette rénovation, le musée souligne le fait qu'il réinterroge également la façon de mettre en place des activités de médiation :

« Au-delà des seuls travaux sur le monument historique, un travail de fourmi s'organise en coulisses pour préparer la réouverture : (...) produire les contenus des dispositifs multimédias qui ponctueront la visite, expérimenter des actions culturelles adaptées à des publics diversifiés, (...) poursuivre les recherches ethnographiques et collecter le patrimoine provençal d'aujourd'hui... » Site internet dédié à la rénovation

1.1.2 Un musée de société contemporain

L'un des enjeux majeurs de cette rénovation est le changement de l'image institutionnelle du musée : d'un écomusée militant le Museon Arlaten souhaite faire figure de musée de société présentant les avancées de la discipline ethnographique. La catégorie « musée de société » employée dans le PSC cherche alors à montrer comment le musée se distancie d'une simple

⁸¹ Site internet de la rénovation. Source : <<http://www.museonarlaten.fr/renovation/calendrier.html>>.

fonction de présentation du folklore local pour interroger des thématiques plus larges telles que la construction des stéréotypes, l'identité régionale ou la mémoire des habitants.

« C'est donc "du musée d'Ethnographie du XIX^e siècle au musée de société du début du XXI^e siècle " que se présentent les enjeux du futur Museon Arlaten », « gérer l'héritage dont le Museon est dépositaire tout en développant des problématiques contemporaines » Synthèse du PSC

Pour parvenir à cet objectif visant à se démarquer des anciennes formes des musées d'ethnographie (Drouguet, 2015), l'accueil dans le parcours de visite de problématiques contemporaines devient pour l'institution un enjeu primordial. À ce titre, la dernière séquence du musée qui aborde la période contemporaine est censée représenter cet élargissement thématique du discours de l'exposition.

« Epilogue du parcours de visite, cette dernière partie ramène le visiteur dans le présent, au terme de son voyage dans le temps des musées d'ethnographie. Elle est dotée d'une muséographie résolument contemporaine, qui témoigne des dernières évolutions des musées d'ethnographie » Site internet dédié à la rénovation

Cette dernière séquence a deux objectifs : intégrer le patrimoine immatériel et le patrimoine contemporain :

« Le Museon Arlaten, devenu musée départemental, se doit tout à la fois d'enrichir les collections existantes, (...) mais aussi de réunir (...) des collections matérielles et immatérielles », « Une sixième section sera consacrée aux expositions temporaires qui pourront en compléter ou élargir le propos » Synthèse du PSC
« collecter le patrimoine provençal d'aujourd'hui... » Site internet dédié à la rénovation

Il s'agit d'un mouvement d'élargissement de la mémoire sociale vers les cultures peu mises en valeur par l'ancien musée, telles que les cultures gitanes ou les mémoires des cheminots. Le musée cherche à s'émanciper de l'image d'une Provence rurale catholique instaurée par Mistral pour interroger les traditions passées.

Le discours de cette dernière séquence n'arrive pas en contradiction avec les autres salles du musée, mais il est préparé en amont par plusieurs salles d'interprétation, des espaces permettant d'interroger la muséographie des salles précédentes. Cette présence régulière de salles d'interprétation venant rythmer le parcours de visite est censée développer chez le visiteur le réflexe d'un recul critique sur la scénographie qui lui est présentée :

« Enfin, chaque partie s'ouvrira sur un espace d'interprétation, "boîte à outils" où le visiteur pourra prendre du recul par rapport à ce qu'il vient de voir et décryptera les mises en scène créées par les musées au cours du temps. » Site internet dédié à la rénovation

Ces salles d'interprétation étant essentiellement constituées de dispositifs numériques (vitrines tactiles et écrans servant à la projection de vidéos), le musée présente ici ces espaces comme

les lieux du parcours où se forge un regard critique sur les stéréotypes sur la culture provençale. Les dispositifs numériques sont donc *de facto* associés à une posture réflexive.

Enfin, les termes « modernes », « innovants » et « contemporains », très présents dans les documents étudiés, rappellent les discours journalistiques portant sur le changement de paradigme du musée et rendent compte de la volonté du Museon Arlaten de s'inscrire dans les codes muséaux de son époque :

« un parcours interprétatif résolument moderne », « scénographies innovantes » Synthèse du PSC
« une muséographie résolument contemporaine, qui témoigne des dernières évolutions des musées d'ethnographie » Site internet dédié à la rénovation

1.1.3 L'intégration des technologies pour favoriser l'accessibilité

Dans les textes décrivant les futurs dispositifs numériques, l'accent est mis en priorité sur les enjeux en termes d'accessibilité envers les différents types de publics. Des expressions telles que : « accessible au plus grand nombre » et « compréhension pour tous » sous-entendent la capacité de ces dispositifs, à travers les multiples médias qu'ils utilisent (son, vidéo, texte), à s'adapter aux divers profils des visiteurs en fonction de leur âge, du contexte de visite et de leur éventuelle situation de handicap :

« Des documents d'aide à la visite et des audio-visio-guides seront proposés à l'accueil, et une dizaine de dispositifs tactiles – maquettes et fac-similés de collections – viendront ponctuer le parcours, afin de rendre ces temps forts accessibles au plus grand nombre. » Site internet dédié à la rénovation

C'est donc moins la thématique de l'innovation des supports qui est mise en avant que les possibilités en termes d'accessibilité et de diversité de l'expérience de visite. On observe par la suite une tendance à énumérer la diversité des dispositifs technologiques afin de décrire les avantages de leur utilisation tant sur un registre cognitif (« compréhension ») que sur un registre sensoriel (« explorer », « plongeant le public dans un autre espace-temps »).

« Les différentes parties du parcours seront ponctuées d'outils technologiques mis au service de la compréhension pour tous : projections et son immersif plongeant le public dans un autre espace-temps, cartels numériques sur des tablettes tactiles, “navigateurs” développant la technologie de la réalité augmentée.... »

« Des outils numériques permettront d'explorer l'histoire du bâtiment, tour à tour hôtel particulier, collège des Jésuites, collège municipal, puis musée. » Site internet dédié à la rénovation

Ces extraits de la communication institutionnelle du musée donnent à voir une volonté d'ancrer l'institution dans l'actualité et soulignent en filigrane l'idée d'un retard à rattraper (Levoine,

2016) associé à un besoin impérieux de proposer un discours distancié sur l'ancien musée. Le fait d'insister sur l'accessibilité des différents publics et l'arrivée du musée dans un nouveau paradigme rappelle les caractéristiques des discours enchantés de la presse étudiés dans l'enquête préalable.

1.2 L'anticipation de l'utilisation des dispositifs dans les visuels des prototypes

Le site internet dédié à la rénovation présente plusieurs images des prototypes⁸² des futurs dispositifs. La publication sur ce site d'images de synthèse réalisés par l'agence d'architecture en charge des travaux permet de distinguer deux types d'images : des visuels centrés sur les dispositifs en eux-mêmes et des visuels centrés sur l'utilisation des dispositifs par les visiteurs. Ces visuels donnent à voir un imaginaire intuitif, interactif et transparent des interfaces écraniques tactiles. Nous décrirons quelques-unes de ces images de synthèse afin également de présenter les principaux dispositifs auxquels nous ferons référence par la suite dans l'analyse des entretiens.

⁸² Toutes les images de cette partie sont issues du site internet dédié à la rénovation : <http://www.museonarlaten.fr/renovation/>. Les visuels ont été réalisés par l'agence Tetrarc.

1.2.1 Le dispositif



Figure 6. *Visuel vitrine-table de la salle du Félibrige*. Crédit photo : Agence Tetrarc

La vitrine-table est une vitrine en verre pouvant contenir des objets et dont une partie accueille un écran tactile (en bas à droite de la table). Le contenu de cet écran tactile vise non pas à décrire des objets en particulier mais à présenter les thématiques qui sont en lien avec ces objets (par exemple le Félibrige, les costumes).



Figure 7. *Visuel multi-cartel de la salle du costume du XVIII^e siècle.* Crédit photo : Agence Tetrarc

Les deux multi-cartels situés en bas à droite de l'image sont des tablettes tactiles qui reproduisent sur leur écran une image de ce que le visiteur voit en face de lui dans la vitrine. En touchant l'un des objets sur l'écran, le visiteur accède au cartel décrivant la nature et la fonction de l'objet choisi. Ces dispositifs tirent leur nom de leur fonction de cartel s'appliquant à plusieurs objets d'une même vitrine.



Figure 8. *Proposition de dispositif de réalité augmentée dans la cour du musée.* Crédit photo : Agence Tetrarc

Le navigateur de réalité augmentée situé dans la cour du musée est quant à lui un écran tactile monté sur un pied et permettant de surimposer sur l'image de la cour des éléments appartenant à l'architecture passée du lieu. L'objectif est de montrer aux visiteurs les différentes utilisations sociales de ce bâtiment : avant de devenir un musée, cet emplacement de la ville d'Arles accueillait un forum antique puis a été transformé en collège pour les Jésuites.

1.2.2 La représentation des visiteurs

Dans les trois visuels ci-dessous représentant la salle d'interprétation, on peut voir des visiteurs d'âge et de sexe différents consultant les vitrines *multitouch* de la salle d'interprétation. Il s'agit d'écrans tactiles verticaux venant proposer un recul critique sur la muséographie présentée dans les séquences précédentes. On aperçoit également çà et là des objets présentés dans des vitrines (costumes...).

Les vues d'architectes ont ici un rôle social similaire aux modes d'emploi et aux publicités. Ils donnent à voir une orthopraxie à travers des représentations de visiteurs dans l'espace muséal et prescrivent de bonnes pratiques d'utilisation (Renaud, 2007 ; German, 2016). Les utilisateurs représentés sont principalement en train de manipuler des outils numériques dont l'écran est

tactile. On remarque que le principal mode d'appréhension de ces interfaces est le toucher. Peut-être ces visiteurs lisent-ils, écoutent-ils ou visionnent-ils également des contenus ? Cependant force est de constater que c'est l'engagement par le sens du toucher qui prime dans l'activité de consultation.

Sur la première image, les disques lumineux bleus et verts autour des doigts de l'utilisatrice à l'endroit du contact avec l'écran semblent indiquer une consultation dynamique des documents proposés. Cette mise en situation de visiteurs fascinés par des imposants écrans suggère une utilisation interactive des dispositifs et accentue le mythe de l'intuitivité (Jeanneret, 2011).

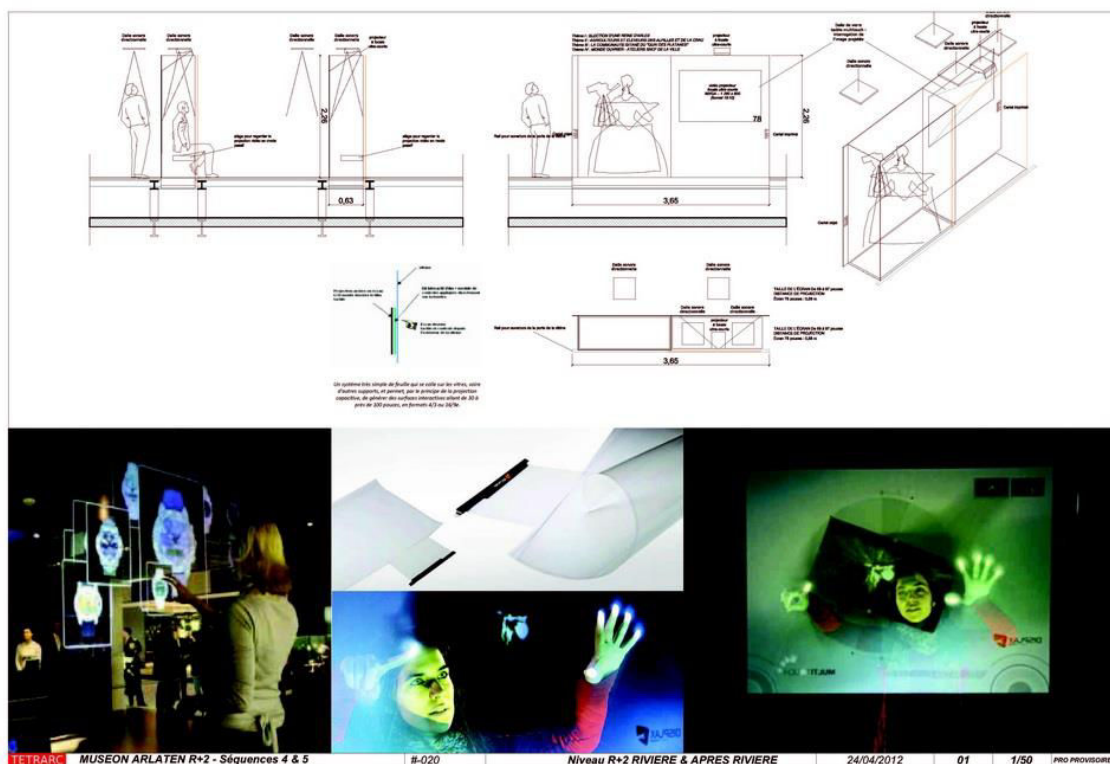


Figure 9. *Visuel de la salle d'interprétation.* Crédit photo : Agence Tetrarc



Figure 10. Vitres multitouch de la salle interprétation 1/2. Crédit photo : Agence Tetrarc

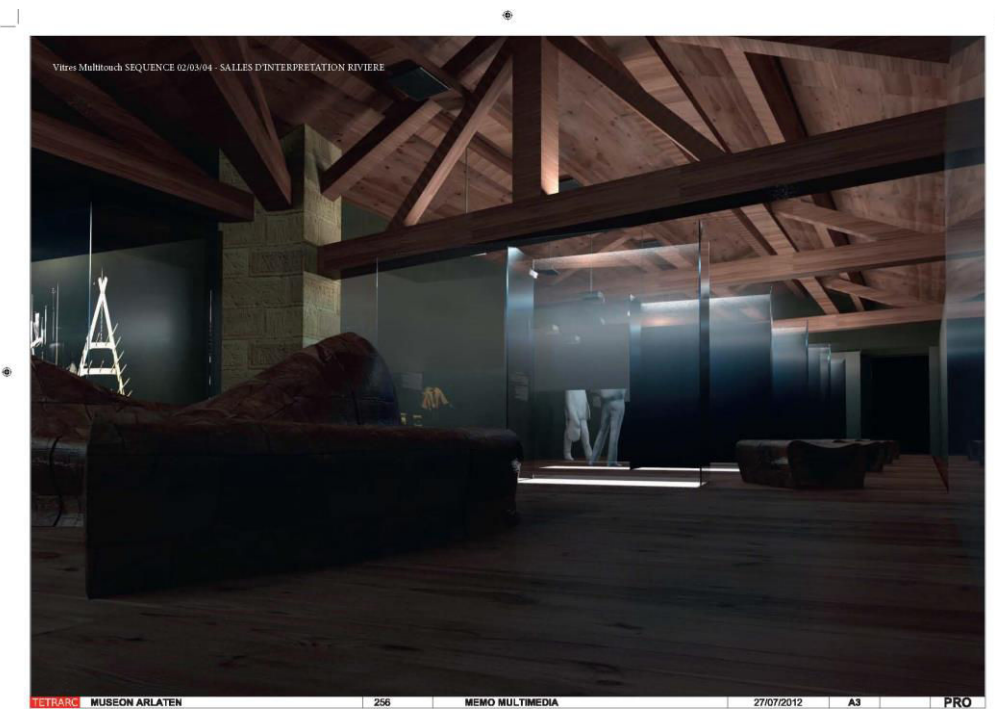


Figure 11. Vitres multitouch de la salle interprétation 2/2. Crédit photo : Agence Tetrarc

Dans les deux premiers visuels, la tactilité des interfaces est clairement mise en évidence. Cette omniprésence des mises en situation de visiteurs touchant en permanence l'écran, parfois avec

les deux mains, rappelle les analyses de Julia Bonaccorsi (2012) à propos de la fantasmagorie des écrans dans le domaine publicitaire ainsi que les commentaires qu'en a fait Yves Jeanneret (2014). Cette étude d'images publicitaires montre que les « représentations des gestes de manipulation » (Jeanneret, 2014 : 236) laissent davantage de place à la matérialité de l'outil technique. Ce ne sont plus les aspects « magique » ou « enchanteur » des technologies qui sont privilégiés mais des images de mains manipulant des écrans tactiles.

« La mythologie sociale des gestes enchantés qui marquaient la société des réseaux s'efface au bénéfice d'une focalisation sur le geste décontextualisé, qui permet de placer les jouissances (du livre, de la musique, des autres) dans l'écran lui-même. (...) C'est ainsi qu'on est passé en vingt ans, peu à peu, de ces scènes évanescences où l'on voyait des êtres glisser de leur famille à leur bureau, puis à une soirée festive sans aucune manifestation de la technicité, au gros plan sur des doigts lisses posés sur des tablettes. » (Jeanneret, 2014 : 237)

Nous sommes consciente que les visuels conçus par les architectes obéissent à d'autres codes que les images publicitaires et ne tenterons en aucun cas de mener une comparaison entre ces deux domaines. Cependant la référence à ces deux études nous permet de rappeler un contexte social où l'interactivité et l'intuitivité des interfaces tactiles est fréquemment valorisée dans la représentation de l'accès à des contenus.

2. L'organisation du musée

Afin de comprendre l'organisation du musée face au projet de rénovation ainsi que les ajustements professionnels à l'œuvre, nous présenterons dans cette partie les enjeux de la répartition des tâches entre les différentes équipes du musée et les prestataires extérieurs. Nous aborderons les questions suivantes : Dans quel ordre sont réalisés les dispositifs de médiation ? Quelles équipes choisissent, pensent et réalisent les contenus et les supports ? Quelles sont les conséquences de cette organisation sur l'avancement du projet de rénovation ?

Deux types de collaborations demandent à être étudiés séparément : les collaborations en interne et les collaborations entre le musée et l'extérieur. Les collaborations entre le musée et l'extérieur concernent les relations avec l'assistant à maîtrise d'ouvrage (chargé de l'expertise technologique), l'agence d'architecture et les prestataires extérieurs chargés de la numérisation, de l'animation 3D et de la recherche iconographique.

Les collaborations en interne concernent l'unité recherche et muséographie, le service des publics et l'unité documentation et publication. Ces trois équipes collaborent étroitement avec le chargé de mission multimédia qui a une mission d'expertise dans le choix des dispositifs.

2.1 Le pilotage du projet en interne

Le Museon Arlaten, en tant que musée départemental géré par le conseil général des Bouches du Rhône, suit dans son projet de rénovation les méthodes de travail impulsées par les collectivités territoriales en termes de marchés publics.

Dans ce contexte, c'est l'équipe recherche et muséographie qui pilote la rénovation à travers l'organisation des réunions intitulées *muséographie numérique* et qui s'occupe de la production des contenus textuels et iconographiques présents sur les dispositifs de médiation. Lors des réunions *muséographie numérique* sont également présents le chargé de mission multimédia, l'assistant à maîtrise d'ouvrage, la conservatrice adjointe et le responsable du service des publics. Une fois les objectifs éditoriaux des dispositifs décidés par l'équipe recherche et muséographie, cette même équipe s'occupe de lancer des marchés publics pour la recherche iconographique afin de collecter les visuels qui seront présentés dans les dispositifs de médiation. L'objectif est de demander lors de ce marché des images que le musée ne possède pas dans son fonds. L'équipe recherche et muséographie fournit ensuite ces images (ainsi que les images de leur collection) aux prestataires chargés de réaliser les documents audiovisuels (films, animations, montages sonores et numérisations 3D) qui seront proposés par les dispositifs tels que les vitrines-tables.

Les membres du service des publics travaillent quant à eux dans des bureaux annexes situés plus loin du musée et ont pu se retrouver légèrement éloignés des problématiques de la rénovation. Ils ont dû en parallèle gérer la programmation du musée hors les murs et piloter l'implication de l'institution dans l'un des temps forts de l'année 2013 lorsque la région Marseille-Provence était capitale européenne de la culture. Ainsi le responsable du service des publics n'a pas pu assister à toutes les réunions et penser systématiquement la question des publics en amont de la réflexion sur le choix des dispositifs numériques pour la médiation. Cela ne facilite pas toujours la communication au sein du musée puisqu'il arrive que le responsable du service des publics évoque certaines problématiques relatives aux visiteurs une fois les choix de scénarios effectués, lorsqu'il n'est plus possible de modifier les prototypes.

Enfin, la collaboration entre l'équipe recherche et muséographie et l'équipe documentation et publications rend compte de certains décalages concernant l'implication dans le projet de rénovation. Ces deux équipes collaborent ensemble au sein de quatre projets de valorisation documentaire : la refonte du site internet, la réalisation de l'OPAC web, la mise en ligne sur la Base Joconde et l'enrichissement des notices. Le responsable de l'équipe documentation et publications explique cependant être un peu moins impliqué dans les réflexions du projet de rénovation et situe son action dans un travail davantage technique :

« Je suis dans l'opérationnel », « Elles vont me dire "On a besoin que tu fasses numériser ça, ça, ça et ça" et moi après je gère le prestataire » Responsable de l'unité documentation et publication, en parlant de l'équipe recherche et muséographie

Ainsi, toutes les équipes n'ont pas le même degré d'implication dans le projet de rénovation. L'équipe recherche et muséographie, en tant que pilote du projet de rénovation détient un *leadership* important, contrairement à l'équipe documentation et publications qui ne participe pas directement aux réunions sur la stratégie numérique globale. Ces derniers sont davantage situés dans des missions opérationnelles puisqu'ils assistent l'équipe recherche et muséographie en donnant accès aux documents et aux marchés de numérisation. Engagé dans de nombreux projets connexes, le service des publics participe de façon moins régulière aux réunions de muséographie numérique. Enfin, le chargé de mission multimédia apporte une expertise technologique et réalise la liste des équipements interactifs du musée rénové.

2.2 La collaboration entre le musée et l'assistant à maîtrise d'ouvrage

En parallèle, le musée demande à l'assistant à maîtrise d'ouvrage une expertise concernant les aspects ergonomiques et éditoriaux de l'interface des dispositifs. Parmi les missions de l'assistant à maîtrise d'ouvrage, figure l'élaboration d'une charte graphique, d'une terminologie homogène et du maquettage. L'assistant à maîtrise d'ouvrage propose également l'algorithme de l'interface indiquant le chemin de consultation lors de la consultation du dispositif. Son expertise sur le contenu concerne donc tous les comportements dynamiques des écrans : navigation, arborescence et ergonomie.

Son rôle est également d'apporter une expertise sur le choix du matériel et des types de dispositifs : il est force de proposition en donnant son avis sur les choix faits par le musée. En rassemblant les idées du projet de rénovation, il présente un prototype qui sera ensuite commenté par le musée.

Selon le chargé de mission multimédia, l'assistant à maîtrise d'ouvrage fait figure de *coach* autant que de prestataire et aide le musée à ouvrir le champ des possibles pour ce qui est de la diversité des dispositifs de médiation :

« Il a l'expérience des choses existantes », « il est capable de dire assez rapidement : “bon là on ne peut pas parce que pour des tas de raisons techniques, parfois ergonomiques d'ailleurs, on ne peut pas parce que moi j'ai déjà vu ça fonctionner à tel endroit et les gens étaient complètement perdus, non on ne le fera pas comme ça” »,
« comme on a pas une vue, une expérience suffisamment large de ce qui se fait dans les autres musées, on va s'autocensurer dans les solutions qu'on va proposer alors que ce n'est pas à nous de proposer des solutions »,
« et avec l'assistant à maîtrise d'ouvrage y a aucun soucis de compréhension, hein on travaille vraiment de manière très proche » Chargé de mission multimédia, entretien 4

Enfin, selon l'équipe recherche et muséographie, l'assistant à maîtrise d'ouvrage aide principalement à résoudre des situations problématiques. Il est susceptible d'apporter des solutions lorsque les équipes se trouvent face à une impasse. Dans ce contexte, l'assistant à maîtrise d'ouvrage fait figure d'adjuvant principal apportant une aide autant pour la conception technique que pour un regard d'expert sur les dispositifs numériques. Il définit son rôle comme étant le coordinateur de la stratégie numérique du musée en pensant la cohérence de la scénographie numérique, l'équipe recherche et muséographie s'occupant plutôt de la scénographie physique :

« Et là on pourrait faire une division aujourd'hui (ce qui ne se posait pas avant), entre la scénographie spatiale, qui est la scénographie traditionnelle, et la scénographie numérique, ce qui est donc ce dont je m'occupe en fait »
Assistant à maîtrise d'ouvrage

Ainsi, selon l'assistant à maîtrise d'ouvrage, la scénographie traditionnelle (constituée par le mobilier et le parcours de visite) s'inscrit dans la dimension de l'espace alors que la scénographie numérique dont il s'occupe spécifiquement (constituée par les dispositifs technologiques) s'inscrirait dans une dimension davantage temporelle de la visite.

Son travail d'assistance à maîtrise d'ouvrage avec le musée consiste alors à harmoniser ces deux dimensions de la scénographie :

« La scénographie a l'habitude de gérer l'espace (...) la déambulation dans cet espace, tandis qu'en général le numérique il va plutôt mettre (...) dans un espace confiné, un déroulement qui lui peut avoir une certaine durée, mais souvent n'en a pas et surtout s'il est interactif, il n'a pas de durée finie » Assistant à maîtrise d'ouvrage

Cette division attire notre attention car l'assistant à maîtrise d'ouvrage gère également des problématiques propres à l'espace en participant aux débats portant sur les problèmes relatifs au circuit du visiteur. Il a notamment réfléchi aux différentes façons de placer les écrans dans les salles d'interprétation sans entraver la déambulation ni créer des phénomènes de

concurrence entre les écrans et les objets. De manière plus générale, l'assistant à maîtrise d'ouvrage voit ses objectifs comme ceux d'un *coach*, qui doit être le garant de la mise en place du projet scientifique de la rénovation :

« Je suis le gardien de cette cohérence (...) pour être sûr qu'on soit convergents (...), vérifier l'adéquation entre le discours et le début de mise en concert de ces idées-là » Assistant à maîtrise d'ouvrage

Il partage ses fonctions avec le chargé de mission multimédia qui a une mission hybride. En effet ce dernier assure des missions qui incombent à l'équipe recherche et muséographie comme des missions qui sont de la responsabilité de l'assistant à maîtrise d'ouvrage, car il connaît à la fois les collections et les enjeux des dispositifs numériques pour la médiation. À ce titre, il joue un rôle de médiateur entre les différentes unités. L'assistant à maîtrise d'ouvrage dira également qu'il se considère comme une « interface » entre le musée, le chargé de mission multimédia et l'extérieur.

2.3 La collaboration entre le musée et l'agence d'architecture

La collaboration entre le musée et les architectes donne lieu à de nombreuses négociations. Les architectes ayant pour mission l'achat du mobilier et le musée ayant la responsabilité du projet scientifique et culturel, la recherche de cohérence entre ces deux dimensions occasionne de nombreux débats et compromis. Cet arbitrage peut se révéler délicat lorsque les deux parties ont des attentes divergentes vis-à-vis du nouveau musée.

D'après les propos des enquêtés, l'équipe du musée et les architectes ont des conceptions différentes de la muséographie numérique. Les premiers cherchent avant tout à assurer une ergonomie efficace au service de la transmission des connaissances quand les seconds accorderaient selon les enquêtés une grande importance à l'aspect esthétique des dispositifs et souhaiteraient estomper l'aspect matériel des technologies. Nous décrirons ci-dessous la façon dont le débat portant sur les aspects esthétique et pratique des dispositifs prend une place importante dans leurs échanges.

Le chargé de mission multimédia indique à plusieurs reprises (réunions 4, 5 et 6) que les architectes proposent des supports numériques dont la matérialité technique est très peu visible, par exemple en habillant les tablettes tactiles dans des étuis en croûtes de cuir pour que le visiteur n'en voie que l'écran et oublie la présence d'éléments électroniques (boutons et fils électriques). Cette optique visant à présenter uniquement le contenu du dispositif ne s'accorde pas toujours avec les objectifs du musée en termes de médiation. C'est le cas lorsque les architectes refusent d'intégrer des casques pour les raisons esthétiques face au service des

publics qui pense au contraire que ces outils seront nécessaires aux visiteurs d'un point de vue pratique :

« Au niveau de l'esthétique, ils bataillent toujours, ils sont toujours en train de nous embêter pour faire en sorte que le multimédia soit vraiment intégré à la muséographie, c'est-à-dire que ça ne soit pas moche », « D'accord un casque ce n'est pas beau, mais on veut un casque » Recherche et muséographie

Les enquêtés décrivent également dans les propositions des architectes un goût affirmé pour une esthétique muséographique épurée visant à rendre les écrans transparents, voire invisibles :

« Le plus invisible possible », « ils essayent de le rendre le plus invisible possible » Recherche et muséographie

La question du design des dispositifs est en effet un enjeu important de la rénovation : la majorité des enquêtés souligne les possibles conséquences de l'aspect esthétique des dispositifs de médiation sur la réception du discours du musée par le public. Par exemple, des technologies présentant un caractère futuriste ou au contraire démodé risqueraient de donner au public une image désuète du discours muséal. Les termes utilisés pour décrire certains dispositifs passés de mode, tels que : « kitsch », « vieillot », « vieilles bornes interactives des années 80 » (réunion 3), rendent compte de l'importance que représente le choix d'un design pertinent sur l'image du musée.

« C'est vrai qu'on joue aussi sur la technologie pour que ça soit joli » Chargé de mission multimédia, entretien 6, « ça va être très moche » Chargé de mission multimédia entretien 4, à propos des vitrines-tables, « c'est vraiment un problème d'esthétique pure », « se pose le problème esthétique effectivement, de cette épaisseur qu'on ne sait pas combler », « nous on va simplement dire : bon il ne faut pas que ça soit moche », « enfin le problème esthétique c'est quand même un problème qu'on va laisser à l'architecte » Chargé de mission multimédia entretien 4

« Après c'est vrai que l'effet écran ajouté à la muséo, ça peut être moche » Recherche et muséographie

En outre, l'équipe recherche et muséographie évoque fréquemment la difficulté de concilier une muséographie à l'esthétique homogène avec les objectifs scientifiques exigeants du musée. Les aspects pratiques et esthétiques des dispositifs semblent alors complexes à réunir puisqu'ils dépendent des nombreux compromis entre le musée et l'agence d'architecture :

« On est toujours en train de se battre contre une tendance à l'esthétisme (...) ce qui est un peu normal chez les archis, et nous, au contraire, on veut donner toujours plus d'infos donc il faudra réussir à trouver un juste milieu » Recherche et muséographie

L'aspect esthétique du numérique concerne aussi la disposition du son et de la lumière dans l'espace d'exposition. Là encore certaines propositions des architectes amènent des remarques de la part des enquêtés quant à une atmosphère trop technologique dans les salles :

« C'était une salle super sombre comme si on était à l'intérieur d'un Rubik's Cube en fait, avec des caissons lumineux, du sol au plafond », « espèce de trucs de caissons lumineux, en plus c'étaient des jeux de lumière qui s'allument, qui s'éteignent, ça faisait un peu boîte de nuit » Recherche et muséographie

L'équipe recherche et muséographie insiste ici pour que l'ambiance du musée corresponde à l'atmosphère d'un musée d'ethnographie et ne renvoie pas une image associée aux seuls supports numériques.

Les enquêtés pointent également chez les architectes un manque de connaissance des enjeux spécifiques de l'organisation des espaces d'exposition, notamment lorsque certaines propositions ne respectent pas les codes de la visite muséale. L'équipe recherche et muséographie prend notamment l'exemple d'une proposition muséographique où le mobilier d'exposition entrave la déambulation. Les enquêtés reprochent également aux architectes une optique trop matérielle ne prenant pas en compte les spécificités fonctionnelles d'un musée.

Face aux propositions des architectes, les équipes du musée sont donc à la recherche d'un équilibre entre deux exigences : l'une visant à raisonner la mise en place des dispositifs numériques qui comme on l'a vu plus haut se doivent d'être discrets et esthétiques afin de donner une image sérieuse du musée, l'autre visant à négocier avec les architectes pour ne pas qu'ils sacrifient l'exigence des contenus et la cohérence du parcours de visite au nom de critères esthétiques. Il s'agit alors de gérer le bon degré de visibilité des technologies, dont la présence doit être suffisamment manifeste pour faciliter la consultation par les visiteurs, tout en éludant la matérialité du support.

Au sein de cette réflexion sur l'aspect esthétique des dispositifs numériques, les professionnels craignent également que des technologies mal introduites, ou ayant un design peu adapté à l'atmosphère des collections, défigurent l'ambiance de la muséographie et empêchent une « rencontre » avec l'objet (réunion 3). Apparaît alors dans les discours du responsable du service des publics un imaginaire des dispositifs numériques comme vecteur de mise à distance des collections. Il souligne les possibles effets risqués des dispositifs numériques en tant que vecteur d'éloignement de la rencontre avec l'objet :

« Peur qu'on pollue la muséographie ancienne » Responsable du service des publics

On constate donc des difficultés de la part des deux parties pour trouver un terrain d'entente. Cela est d'autant plus visible lors des réunions de muséographie numérique qui ont lieu au musée. Lors de ces réunions, le document décrivant le projet architectural (appelé le *pro*) réalisé par l'agence d'architecture est longuement commenté. Les équipes présentes font la synthèse des commentaires sur ce document : elles décrivent les éléments à modifier, à négocier ainsi

que les questions du musée, avant d'envoyer ce compte-rendu à l'agence d'architecture pour qu'ils puissent ensuite réadapter le projet. Ces allers-retours de documents sont nombreux et agacent parfois les équipes du musée qui ont l'impression que leurs remarques ne sont pas prises en compte et que les architectes ne lisent pas en détail les documents décrivant le projet scientifique de la rénovation avant de proposer le matériel. En effet, comme indiqué plus haut, c'est à l'agence d'architecture ayant remporté le marché public qu'échoit l'acquisition de l'équipement technologique.

Cette organisation du projet occasionne de nombreux débats puisque les dispositifs numériques devant être la réponse aux enjeux réflexifs du musée, le choix du matériel numérique revêt une importance particulière. Cela explique l'important investissement du musée pour commenter, critiquer et s'ajuster avec les propositions des architectes.

3. Les ajustements professionnels

Cette partie vise à observer la façon dont les professionnels du Museon Arlaten s'adaptent aux enjeux de la rénovation afin de relever deux éléments : leur recul critique vis-à-vis du projet et la façon dont le repositionnement des dispositifs de médiation concerne l'ensemble du fonctionnement de l'institution.

3.1 La formation en autodidacte des médiateurs

L'observation des pratiques professionnelles des médiateurs a permis de mettre au jour deux phénomènes : une plus grande polyvalence du métier de médiateur culturel et une formation en autodidacte aux compétences numériques.

Sans formation institutionnelle, les médiateurs du Museon Arlaten indiquent acquérir par eux-mêmes des compétences numériques *via* les réseaux sociaux, la veille documentaire et les journées d'études. L'intérêt de certains enquêtés pour le lien avec le public en ligne les encourage à mettre en place un travail de gestionnaire de communauté, sans formation officielle. Pour cela, ils s'inspirent des récits d'expérience d'autres gestionnaires de communauté influents. La communauté Muséogek, le wiki MuzeoNum et le dispositif Museomix ont également favorisé ces échanges. Ces professionnels deviennent alors des éléments moteurs du développement de dispositifs numériques et ont un rôle de passeurs de cette culture numérique au sein de leur propre équipe qui s'assortit d'une volonté de former

leurs collègues. Ainsi, la fonction de médiation culturelle s'étend vers la maîtrise des dispositifs numériques, donnant à voir une formation en autodidacte menant certains médiateurs à se légitimer eux-mêmes comme médiateur numérique ou bien *community manager*, alors même que l'institution n'a pas spécifiquement créé ce poste (Couillard, 2015).

Nous avons observé par ailleurs un besoin de la part des médiateurs d'être formés officiellement par leur institution à ces compétences numériques. Ce phénomène pose également la question du rôle du gestionnaire de communauté, tour à tour considéré comme un métier à part entière ou comme une fonction du métier de médiateur (Leturcq, 1999).

On note un fort intérêt du responsable du service des publics pour les médias sociaux, ainsi qu'une volonté d'engager les autres équipes du musée dans ce travail d'interaction avec les publics :

« Je suis très intéressé, par tout ce, le public virtuel, le *community management*, ça c'est un truc qui m'intéresse vachement, le lien avec le public virtuel », « un fil Twitter, ça me semble un truc évident », « et au final il n'y a que moi qui le fait », « j'aimerais une petite conférence où (...) y a une journée où on peut poser toutes les questions, *via* Twitter, avec les conservateurs du musée, là. (...) le problème c'est que j'ai beaucoup d'idées et que j'épuise un peu tout le monde, et que ça fait peur à tout le monde... Mais j'aimerais les impliquer ! »

Responsable du service des publics du Museon Arlaten

Le responsable du service des publics souhaiterait alors le recrutement d'un médiateur en ligne qui assurerait les enjeux du *community management* et serait expert sur ce type de communication. Le médiateur en ligne pourrait instaurer des relations privilégiées avec les visiteurs *via* des dispositifs sur les réseaux sociaux :

« Médiateur en ligne », « il nous faudrait un *community manager* », « un *community manager* pour moi c'est un médiateur en ligne », « il devrait faire partie de l'équipe de médiation, parce que, il y a vraiment des questions d'éthique, de discours et d'institutions à réfléchir » Responsable du service des publics

À propos des questions d'éthique et d'image de l'institution, le responsable du service des publics évoque le fait de répondre aux remarques des internautes sur les réseaux sociaux (notamment la page Facebook et le fil Twitter du musée) et soulève la complexité des décisions à prendre quand il s'agit de censurer certains commentaires. Les questions qu'il se pose donnent à voir un besoin d'une véritable expertise en *community management*.

Ces formations en autodidacte dans le domaine numérique donnent alors à voir une reconfiguration du métier de médiateur culturel caractérisée par une plus grande polyvalence, une présence dans tous les espaces du musée (physiques et numériques, intra-muros et extra-muros) ainsi qu'une collaboration avec des services professionnels connexes. Le champ

d'application de la médiation s'étend : en plus d'être médiateurs des savoirs présentés par le musée, les médiateurs font également office d'intermédiaire entre les visiteurs et les technologies. Durant les visites guidées, les médiateurs doivent parfois expliquer la façon d'utiliser un dispositif (table tactile, visioguide), devenant ainsi des médiateurs de la culture numérique. Nous avons déjà rencontré cette situation au musée Mc Cord, lors des visites de la ville de Montréal où les médiateurs demandent au public d'utiliser des iPod pour obtenir des photographies contextuelles indispensables à la visite. Il arrive alors au médiateur de devoir apprendre à son public la façon d'utiliser l'écran tactile, devenant pour un temps médiateur des technologies numériques. Enfin, cette activité de médiation met en évidence une collaboration entre médiation humaine, documentaire et numérique.

En outre, s'il n'est pas rare dans les musées de sciences et techniques de voir des médiateurs endosser le rôle de médiateurs numériques (c'est-à-dire un rôle d'accompagnement dans l'utilisation de certaines technologies, la thématique des expositions requérant des compétences technologiques), on constate que ce phénomène semble relativement nouveau au musée d'ethnographie où les médiateurs ne sont pas nécessairement formés en amont aux technologies utilisées.

Enfin, si la médiation était auparavant clairement associée à une figure humaine (Jacobi, 2012), à travers des termes tels qu'« animateur, guide, accompagnateur », on constate qu'aujourd'hui le travail de médiateur désigne une fonction plus large qui se nourrit d'une stratégie globale sur les espaces physiques et numériques et vient redéfinir et compléter le champ d'action de la notion de médiation.

3.2 Mise en place d'une stratégie numérique globale

À l'instar du musée Mc Cord, les membres du Museon Arlaten souhaiteraient effectuer un travail à long terme à propos de leur stratégie numérique.

Au sujet des projets de numérisation, l'équipe documentation et publications explique avoir eu la possibilité de réaliser la numérisation d'images de textiles sur Base Joconde. À l'aide d'une subvention du ministère de la Culture et de la Communication, des éléments de leur collection ont pu être numérisés et valorisés. Le service documentation et publication explique qu'il met en ligne ces corpus sur le site internet du musée au fur et à mesure qu'ils sont numérisés :

« On a décidé de mettre en ligne, des corpus ou des bouts de corpus qui sont déjà prêts, dont les notices sont déjà prêtes », « enfin des corpus qui ont été bien documentés pour une expo, pour quelque chose et hop », « Il est fait

donc on va le mettre. Tout ce qu'on aura de prêt et de tout beau et de tout bien documenté, photographié, tout ça... (...) Moi j'avais travaillé sur un export de la, on fait partie du réseau "Rhône", de "La maison du Rhône" à Givors et ...(...) On récupère tout ce qui est tout prêt et on les, on les mettra » Responsable de l'unité documentation et publications

Ainsi, la mise en ligne des substituts photographiques des objets du musée s'effectue à partir de petits corpus déjà constitués et non à partir d'un plan précis de numérisation. Cette logique remet en cause les discours visant à décrire un phénomène de numérisation totale et exhaustive des collections lors d'un « passage au numérique » donnant à voir un changement de paradigme radical. N'ayant pas le temps de faire tout ce « travail de fond », c'est-à-dire de numériser toutes les collections, le responsable de l'unité documentation et publications fait le choix de mettre en ligne les corpus déjà réalisés. Il préférerait cependant avoir le temps de travailler sur un projet global de numérisation intégré au projet de rénovation, de la même façon que le musée Mc Cord souhaiterait réfléchir conjointement à une stratégie numérique globale :

« Dans l'idéal, il faudrait que, que mon unité participe aussi, que la gestion des collections participe aussi, enfin, mais on ne peut pas, on n'a pas le temps » Responsable de l'unité documentation et publications

Cependant, la majorité des enquêtés du Museon Arlaten s'accordent à dire que le long temps de rénovation constitue une opportunité pour repenser de façon globale et sans précipitation la stratégie numérique du futur musée en créant des liens entre les différents dispositifs et services (réunion 3). La décennie de rénovation leur permet de penser à la fois l'articulation entre les collections et les dispositifs et d'anticiper l'évolution de ces dispositifs après l'ouverture du musée.

3.3 Le développement de la médiation documentaire

Les documentalistes indiquent également tirer profit de ce temps de rénovation pour s'interroger sur les enjeux de la réalisation de dispositifs numériques pour la médiation lors de la mise en ligne et de la scénarisation des notices.

Le défi consiste pour eux à reprendre les notices de la base de données professionnelle (logiciel Mobydoc) afin de les valoriser en ligne sous un format plus accessible au grand public. À travers la réalisation d'un OPAC web (un catalogue en ligne) dont le design sera plus attrayant que celui d'un logiciel de gestion documentaire, le responsable de l'équipe documentation et publications choisit de faire des focalisations sur quelques objets phares de la collection tout en mettant en place un travail éditorial de simplification des notices. L'objectif est alors que l'internaute n'ait pas l'impression de naviguer sur un catalogue en ligne mais sur le site du

musée, alors même qu'en consultant les images des collections, l'utilisateur se trouvera sur ce catalogue :

« Ça sera transparent pour l'internaute, hop il n'aura même pas l'impression de basculer dans l'OPAC web »
Responsable de l'unité documentation et publications

Nous choisissons ici de parler de médiation documentaire pour qualifier ce travail effectué par les documentalistes pour proposer une interface simplifiée à partir de documents et de métadonnées. Elles effectuent ici une valorisation des collections ainsi qu'un accompagnement de l'internaute vers des interfaces numériques demandant moins de compétences lors de la consultation :

« C'est un OPAC en ligne, les notices seront revues et corrigées et, elles seront lissées on va dire, mais avec une description analytique, corrigée, enfin assez grand public » Responsable de l'unité documentation et publications

3.4 Les logiques de conception : « le travail à l'endroit et le travail à l'envers⁸³ »

Si la gestion de projet suit généralement un schéma allant de la définition de l'expérience utilisateur vers le choix des contenus puis du dispositif technique permettant sa réalisation, la collaboration du musée avec les architectes révèle des logiques de travail qui s'écartent de ce modèle classique.

Comme nous l'avons observé au musée Mc Cord, les dispositifs numériques pour la médiation sont parfois conçus dans un ordre différent, par exemple lorsque la technologie préexiste au besoin du musée, ou quand un dispositif numérique n'est que l'actualisation technologique d'une activité déjà existante. Ce type de logiques de conceptions ne devraient pas être présentes au Museon Arlaten, où le temps de rénovation permet en théorie de partir d'une réflexion sur l'expérience utilisateur avant de réfléchir au support technologique. Cependant nous avons observé lors des entretiens des logiques de conception différentes en fonction des dispositifs. Le chargé de mission multimédia compare à ce titre deux logiques dans la gestion de projet à travers ce qu'il appelle le travail « à l'endroit » et « à l'envers ».

Lorsque l'équipe du musée a l'opportunité de penser en amont le contenu avant de réfléchir au dispositif numérique, la logique de conception suit un cheminement logique puisque les intentions éditoriales préexistent aux technologies. Les cartels numériques ont été réalisés en suivant cet ordre :

⁸³ Chargé de mission multimédia, entretien 4.

« On a réfléchi à l'ergonomie, au comportement dynamique du dispositif, ça c'est un travail dans le bon sens, ça c'est ce qu'on devrait faire partout », « on a fait ça dans le bon sens », « On va donc revenir dans le bon sens, c'est-à-dire on va revenir aux intentions éditoriales » Chargé de mission multimédia, entretien 4

À l'inverse, la conception des vitrines-tables suit un parcours contraire puisque ce sont les architectes qui ont d'abord choisi le matériel puis laissé au musée le soin de penser à l'articulation avec le contenu :

« Les tables tactiles, on prend le problème à l'envers, c'est ce qui va peut-être poser des soucis, à terme » Chargé de mission multimédia, entretien 4

Face à ces imprévus dans la gestion de projet, les équipes du musée doivent adapter les contenus aux dispositifs technologiques, annonçant des stratégies d'ajustement et de détournement.

3.5 Les temps de la rénovation

Si les dix ans de fermeture du musée sont vécus comme relevant de l'épreuve et du défi, ils sont également décrits comme une opportunité pour remettre en question et réinterroger les conceptions classiques de la médiation, les acteurs expliquant en quelque sorte pouvoir faire du passé table rase et « repartir de zéro » (réunion 2). Le temps de la rénovation est alors décrit comme une période extrêmement exigeante mais également passionnante et stimulante, alors que le musée Mc Cord, qui a mis en place la majorité de ses dispositifs lorsque le musée était ouvert, déplore ce manque de temps qui leur aurait permis des prises de recul pour penser la médiation de façon globale.

Cela permet notamment aux enquêtés de visiter d'autres musées d'ethnographie afin de découvrir les dispositifs de médiation mis en place et éventuellement de s'en inspirer. Cette période apparaît alors comme un moment privilégié pour se poser des questions fondamentales sur la médiation ainsi que sur les publics :

« C'est l'occasion de repenser, toute la médiation et ce qui m'était donné comme bible en fait, de la médiation culturelle » Responsable du service des publics

Notons que les enjeux des dispositifs numériques accompagnent cette remise en question puisque les activités de médiation du musée devront être repensées à l'aune de la nouvelle muséographie numérique :

« Imaginer autre chose, de remettre en cause les fondamentaux (...) pas pour les faire tomber, mais pour les réinvestir », « le médiateur va devoir réinventer sa forme de visite » Responsable du service des publics

Le responsable du service des publics indique que la présence de dispositifs numériques dans les salles d'exposition sera susceptible de permettre de meilleures conditions de travail pour les médiateurs en charge des visites guidées. Il souligne la capacité des technologies à venir prendre le relais du discours du guide, lui permettant ainsi de faire des pauses et de varier les contenus présentés :

« Ça peut être agréable j'imagine (...) c'est épuisant une visite guidée, c'est comme un cours, de temps en temps, se poser », « C'est pas que "regardez et je commente", ça fait une autre voix, un autre média »

Responsable du service des publics

Ici le responsable du service des publics fait référence à des dispositifs tels que la réalité augmentée ou les films de la salle d'interprétation, susceptibles d'amener des éléments distrayants durant le déroulement d'une visite et ainsi de renouveler l'attention du visiteur. Cependant, cela suppose que les médiateurs aient un contrôle sur ces contenus (par exemple une télécommande permettant de lancer le film à n'importe quel moment). Le responsable du service des publics exprime notamment sa crainte quant à l'impossibilité de garantir aux médiateurs un contrôle de ces dispositifs. Cette question relative à l'autonomie des professionnels du musée face aux dispositifs numériques est un enjeu fréquemment soulevé par les enquêtés et renvoie à la façon dont ils se situent vis-à-vis des dispositifs. En effet, en fonction des dispositifs, les médiateurs en sont les concepteurs ou de simples utilisateurs.

La seconde caractéristique de la spécificité du temps de la rénovation est la gestion de l'obsolescence des futurs dispositifs. La réflexion sur le choix de la technologie susceptible de durer sur le long terme et d'être flexible en fonction de l'évolution du musée s'avère aussi nécessaire que complexe sur un temps de rénovation important. À ce sujet, le chargé de mission multimédia indique avoir la sensation de faire un pari risqué sur l'avenir puisqu'il faut choisir en 2013 les technologies présentes lors de l'ouverture du musée plusieurs années plus tard :

« Faire de la spéculation sur ce, sur la façon dont ça pourra évoluer », « il y a quelques années, les télévisions 3D avec lunettes semblaient être la panacée et puis c'est un marché qui a fait flop complètement » Chargé de mission multimédia, entretien 3

« Il y a une évolution tellement rapide du matériel » Equipe recherche et muséographie

« Parce que si on pense la technologie pour 2011, on est forcément obsolètes pour 2018 » Responsable du service des publics

Ces *verbatim* témoignant d'un malaise vis-à-vis de la rapide évolution des dispositifs rappelle la réflexion d'Harmut Rosa (2010) sur l'accélération du temps liée à la sensation d'urgence. L'innovation technologique, initialement conçue pour dégager du temps libre, place les

professionnels dans une culture de l'urgence où la menace de l'obsolescence rend complexe toute réflexion sur le long terme. Nous y voyons une conséquence des logiques de réquisition numérique, où la tension vers l'acquisition de dispositifs innovants est entendue comme une conception « inchoative de l'action », c'est-à-dire une action jamais vraiment achevée, toujours à faire, et sans cesse dans l'urgence (Labelle, 2007 ; Jeanneret, 2014).

Dans ce contexte de spéculations, plusieurs solutions sont envisagées pour favoriser des choix raisonnés. Le cahier des charges pour le matériel informatique est par exemple le dernier cahier à être réalisé afin de pouvoir réfléchir au choix des technologies non pas les plus récentes mais les plus durables dans le temps. Les choix s'orienteront en effet vers des supports souples, flexibles et interopérables, aptes à intégrer les futures évolutions du musée en termes de médiation :

« On se dit que c'est des trucs qui sont ré-actualisables aussi » Equipe recherche et muséographie

« Ça peut s'améliorer, abonder, modifier », « ça se modifie, ça s'agrémente » Responsable du service des publics

Le responsable du service des publics cherche également à connaître les grandes tendances de la culture numérique. Il souhaiterait connaître les orientations technologiques, afin de savoir s'il vaut mieux par exemple investir le domaine du tactile ou des expériences augmentées :

« Pour savoir quel est le sens de l'histoire un peu quand même » Responsable du service des publics

Cette volonté d'avoir une vision claire de la direction que prend actuellement l'innovation technologique relève d'une réflexion qui dépasse le seul cadre des dispositifs numériques au musée mais témoigne d'un intérêt ethnologique pour l'histoire de la technologie et du rapport entre l'homme et la technique (réunion 6). Ce temps long de la rénovation occasionne ainsi des réflexions globales et réflexives sur l'évolution de la place des technologies dans les musées et dans la société en général (réunions 5 et 6).

Conclusion

Cet état des lieux des ajustements des professionnels donne à voir leur fort investissement dans la période de rénovation : les enquêtés ont un regard critique important sur la mise en place des dispositifs ainsi qu'une volonté de profiter du temps de la rénovation pour penser une stratégie numérique globale qui s'accompagne de choix institutionnels précis (recrutements, formations...).

En outre, les documents présentant le projet de rénovation du Museon Arlaten décrivent les dispositifs numériques comme des outils efficaces, pertinents et discrets, au service de l'interprétation réflexive des objets et de l'accessibilité des publics. Par rapport à l'imaginaire véhiculé par ces documents, nous nous intéresserons désormais aux discours des enquêtés afin de comprendre leur imaginaire du numérique. Il s'agira par la suite de mettre en regard cet imaginaire avec les logiques de réquisition numérique.

Chapitre 2. L’imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au Museon Arlaten

Afin de définir l’imaginaire des dispositifs numériques au Museon Arlaten et de le comparer à celui du musée Mc Cord, nous commencerons par lister les attentes des enquêtés par rapport aux fonctionnalités des dispositifs en reprenant lorsque c’est pertinent la typologie élaborée lors de notre enquête préalable au musée Mc Cord. Nous porterons ensuite notre attention sur deux éléments précis qui sont ressortis des entretiens : la façon dont les professionnels anticipent les effets de ces dispositifs sur les publics et les enjeux des dispositifs numériques dans l’organisation de la future muséographie.

Cette analyse de l’imaginaire englobe donc différents éléments qui lui sont liés : les attentes de la part de professionnels, l’anticipation des publics et les enjeux pour la muséographie. L’ordre de présentation des résultats décrits ci-dessous suit la logique suivante : les attentes de la part des professionnels fondent un imaginaire qui lui-même participe à l’anticipation des pratiques des visiteurs et à l’élaboration d’un musée fantasmé pouvant répondre à cette anticipation. Ce musée fantasmé est ensuite opérationnalisé à travers une muséographie et des dispositifs numériques précis venant répondre à ces attentes. C’est cette articulation entre ces différents points que nous souhaitons observer, tout en confrontant les discours des enquêtés avec les discours d’escorte technophiles étudiés plus haut. En effet, nous cherchons à appréhender le lien entre l’imaginaire et les pratiques, considérant que les imaginaires de ces dispositifs produisent des « effets réels et puissants dans les pratiques culturelles » (Jeanneret, 2011 : 143).

Nous verrons de quelle façon se déploie l’imaginaire d’un dispositif numérique raisonné et discret au sein d’un projet de stratégie numérique qui repositionne l’institution dans son ensemble. Cet imaginaire raisonné observé chez les professionnels du Museon Arlaten, associé à un regard critique important sur les discours d’escorte des technologies vient en réponse à une forte injonction numérique décrite par les enquêtés et occasionne divers ajustements.

1. Les attentes des professionnels envers les dispositifs numériques

Le projet de rénovation du Museon Arlaten semble bâti sur le souhait d'un musée complété par des appendices numériques qui viendraient proposer de nouveaux degrés d'expérience pour les différents types de visiteurs tout en s'assurant de la bonne compréhension du message réflexif du musée.

La question est alors d'interroger la nature des attentes du musée pour comprendre la plus-value symbolique des dispositifs numériques. En d'autres termes, quels sont les apports des dispositifs numériques pour la médiation selon les enquêtés ? Viennent-ils simplement varier les modes d'expérience de visite ou servent-ils à compléter le musée ? Et au contraire, quels sont les aspects des contenus qui ne sont pas enrichis et sont préservés tels quels malgré l'introduction de ces dispositifs ?

À ce titre, l'utilisation fréquente du champ sémantique du « musée augmenté » dans les discours d'escorte des technologies (Jutant, 2011) est intéressante en ce qu'elle dessine en creux deux modèles de « musées non augmentés » :

- soit le modèle d'un « musée traditionnel » (dans lequel les dispositifs numériques viendraient simplement apporter des suppléments facultatifs),

- soit le modèle d'un « musée lacunaire » initialement incomplet (dans lequel le numérique serait le garant d'un complément nécessaire au bon fonctionnement de l'institution). Ce dernier modèle tend *in fine* à dévaloriser les musées n'ayant pas recourt aux dispositifs numériques.

Mettre au jour l'imaginaire du numérique permet de comprendre la nature de ces vides que les dispositifs numériques viendraient compléter. On observe en effet dans le discours des professionnels du Museon Arlaten que cette vacance tient à la non exhaustivité de certains dispositifs de médiation. À titre d'exemple, un cartel papier rédigé en français sera uniquement accessible au visiteur francophone, alors qu'un cartel numérique est susceptible de proposer plusieurs langues (voire également une vidéo en langue des signes), plusieurs médias (son, image, vidéo, texte) sans prendre plus d'espace dans l'exposition.

Nous verrons notamment dans cette partie que les aspects positifs des dispositifs numériques sont constamment décrits en fonction de trois apports qui peuvent être mis au service du visiteur : l'apport cognitif, l'apport expérientiel et l'apport institutionnel. L'aspect cognitif prend la forme de l'adjonction de connaissances (contextualisation, approfondissement et

interprétation) et l'aspect expérientiel met l'accent sur ce que le visiteur peut faire ou ressentir (immersion, dialogue, interaction et sensation). Enfin l'apport institutionnel se traduit par une intention du musée d'utiliser l'intégration des technologies comme un élément impulsant un repositionnement de l'image de l'institution. Cela s'inscrit dans un contexte où le Museon Arlaten cherche à devenir un musée de société s'inscrivant dans les valeurs de la culture numérique.

1.1 L'aspect cognitif

L'apport cognitif du dispositif numérique est l'un des premiers éléments cités par les enquêtés. C'est également la thématique qui apparaît le plus fréquemment. Le projet de rénovation du musée étant basé sur l'interprétation des traditions et la mise en place d'un regard critique, on observe une forte attente de la part des multimedias, des tables tactiles et des écrans interactifs en termes d'apport de connaissances. Ce dernier s'effectue en trois temps : documenter, contextualiser et interpréter.

On retrouve l'idée chère aux musées d'ethnographie selon laquelle la présentation détaillée du contexte d'utilisation de l'objet participe à la compréhension de sa nature comme de sa fonction et permet d'approfondir puis d'interpréter. À ce titre, les enquêtés ont fréquemment recours aux champs sémantiques de la contextualisation et de la documentation :

« Documenter », « contextualiser », « contextualisation », « contexte », « replacer dans le contexte »,
« approfondir », « approfondissement » Responsable du service des publics »
« contextualiser » Chargé de mission multimédia, entretien 3

1.1.1 Supplémentarité, complémentarité et remplacement

À la question de savoir si les technologies sont envisagées comme un élément essentiel ou additionnel, on observe davantage le vocabulaire de la complémentarité (associé à l'adjonction d'une couche informationnelle supplémentaire autour de l'objet) que le vocabulaire du remplacement. Dans ce premier cas, on souligne la plus-value de l'objet augmenté et la capacité du numérique à compenser des fonctions manquantes, par exemple destinées à des publics dits empêchés :

« Compenser avec du multimédia » Responsable du service des publics
« Aller plus loin, en savoir plus » Responsable de l'unité documentation et publications

Le dispositif numérique est d'abord considéré comme un outil d'addition d'informations et de prolongement cognitif, au point que l'assistant à maîtrise d'ouvrage parle d'adjoindre des : « appendices numériques à tous les objets exposés ». Il ne s'agit pas pour le musée de bouleverser la médiation traditionnelle mais de concevoir des dispositifs numériques venant supporter les objets tout en se substituant aux médiations antérieures :

« Le multiscraper ça, c'est vraiment le, le remplacement numérique de la cartellisation des objets » Assistant à
maîtrise d'ouvrage

« Remplacement » Chargé de mission multimédia, entretien 3.

Cette logique du remplacement permet également de constater une forte tension entre exaltation et frustration au sein de l'unité documentation et publications. En effet, la vision d'un document numérisé, dont le contenu est en quelque sorte protégé sur le long terme des attaques du temps grâce au stockage dans une base de données, suscite l'enthousiasme du responsable de l'unité documentation et publications, qui le décrit alors comme conservé sur le temps long. Cela confère au document une forme d'immortalité symbolique : la version numérique venant dédoubler et ainsi compléter l'original. Le fait de savoir que ce même document peut également apporter un complément dans l'exposition est un autre avantage qui est souligné. En revanche, la numérisation d'un document fragile signe la fin de son accès matériel et de son possible contact avec le public. À ce propos, le responsable de l'unité documentation et publications donne l'exemple de chercheurs qui viennent consulter des documents et qui sont ensuite frustrés de se retrouver face à un fichier PDF plutôt que devant le manuscrit original.

En outre, même si le responsable de l'unité documentation et publications semble satisfait des politiques de numérisation, à son sens essentielles, il regrette que ces dernières ne permettent pas de conserver un rapport à l'objet matériel qui leur paraît irremplaçable (cf : Rizza, 2013). Ainsi, malgré les possibilités de numérisation décrites comme inépuisables, la thématique de la frustration revient fréquemment :

« On génère des frustrations monstrueuses, la numérisation génère des frustrations monstrueuses pour les chercheurs », « de plus pouvoir, un manuscrit, ou voilà, un ouvrage rare et tout ça, quand même toucher l'objet ce n'est pas pareil », « On va pallier forcément la non présentation de certains objets par une présentation multimédia, enfin un contenu multimédia au sens large, et ça bin, ça pour moi c'est très regrettable », « c'est frustrant aussi », « c'est infini ce que peut proposer, presque, enfin c'est infini » Responsable de l'unité
documentation et publications

Pour relativiser la question de la plus-value du numérique, le responsable de l'unité documentation et publications souligne alors la perte de valeur qu'induit certains dispositifs

numériques. Cependant, de la même façon qu'au musée Mc Cord, chacune des critiques des technologies numériques est suivie par une justification. Après avoir mentionné les limites de la numérisation, le responsable de l'unité documentation et publications pondère ses propos :

« Je suis quand même de la, de la vieille école, je trouve que c'est toujours formidable d'avoir un objet plutôt que son image. (...) Je pense qu'une image remplace jamais l'objet tel quel, après l'image peut par contre aller plus loin derrière et ça oui, les contenus multimédias c'est fantastique pour, comme outil de médiation et pour aller plus loin et en savoir plus », « votre génération commence à se détacher de l'écrit et du matériel », « l'idéal ce serait d'avoir un musée gigantesque, avec tous les objets, qu'on puisse pouvoir présenter tous les objets en-dehors des considérations matérielles de présentation et de conservation, évidemment, mais quand même voir l'objet, et jamais rien ne remplacera l'objet » Responsable de l'unité documentation et publications

Le rapport à l'objet est un élément très important pour l'unité documentation et publications. L'objet est décrit de nombreuses fois comme étant irremplaçable. Dans les *verbatim* ci-dessus, les technologies sont utilisées comme un palliatif pour compenser des problèmes matériels et non comme l'affirmation de l'entrée du musée dans les enjeux de la culture numérique. Dans ce cas précis, il s'agit plus d'un moyen pour assurer la conservation durable de certains documents, que d'une occasion pour changer l'image du musée. Nous pourrions parler d'une « médiation orthopédique » au sens de Paul Rasse (2000) puisque les objectifs sont ici clairement pragmatiques et opératoires.

1.1.2 L'extension symbolique de l'espace muséal : « ça va ouvrir comme un second musée »

Dans un musée dont l'espace limité ne permet pas d'accueillir les 30 000 objets de la collection, les contenus multimédias permettent selon les enquêtés de rendre visible une grande quantité d'objets et de mettre à disposition un espace pour expliquer le choix des partis pris muséographiques. Les supports numériques sont alors les lieux d'un discours réflexif à part entière en ce qu'ils commentent autant les objets que les raisons de leur présence dans les salles.

Ces champs lexicaux de l'extension et de l'amplification observés dans les discours des professionnels montrent une satisfaction quant aux possibilités du numérique de proposer au public davantage d'objets ainsi qu'un discours diversifié et approfondi s'appuyant sur des supports variés :

« Permettre une extension temporelle du discours muséographique », « élargir la réflexion », « élargir le propos » Chargé de mission multimédia, entretien 3

« C'est étendre le discours muséographique dans le temps et dans l'espace » Chargé de mission multimédia, entretien 1

« Le multimédia a un espace virtuel pour développer du discours qu'on n'a pas sinon dans les salles » Equipe
recherche et muséographie

« Ça permet de mettre des choses dans moins d'espace » Assistant à maîtrise d'ouvrage

Ces deux notions de gain de temps et d'espace citées par les enquêtés ont leur importance dans l'imaginaire du dispositif numérique. Par extension temporelle, ils entendent une façon de s'affranchir de la stricte temporalité de la visite en découvrant les collections avant ou après la venue au musée, par exemple en consultant chez soi en ligne des contenus sur le site internet du musée. Il est ainsi possible de prolonger le temps passé près des savoirs de l'exposition.

Concernant l'extension spatiale, les enquêtés expliquent que les contenus audiovisuels proposés (notamment les substituts photographiques d'objets non présents dans l'exposition) permettent de voir les objets non accessibles au public, tels que les objets stockés dans les réserves du musée. Les visiteurs peuvent aussi découvrir des lieux que le musée ne peut pas présenter. Le chargé de mission multimédia prend l'exemple d'un paysage de Camargue mis en valeur à travers un dispositif de lunettes immersives. Il souhaiterait faire vivre au visiteur une forme de voyage *via* ce dispositif servant à découvrir les paysages de la Camargue :

« Donner l'impression d'être complètement catapulté au milieu de, des grands espaces, en Camargue », « avec le
bruit des oiseaux, des bruits ambiants » Chargé de mission multimédia, entretien 3

L'intégration des technologies aiderait ici à rentabiliser le ratio espace/quantité de savoirs et d'objets présentés. Enfin, c'est l'idée du numérique comme déploiement et dédoublement du musée qui prime, allant jusqu'à accroître physiquement l'envergure de l'institution :

« Je suis peut-être un peu plus romantique (...) j'aime bien l'idée de me dire que ça va ouvrir (...) comme un
second musée » Recherche et muséographie

Dans ce passage, le membre de l'équipe recherche et muséographie décrit une vision d'un musée imaginaire infini, associée aux capacités de déploiement qu'offrent les dispositifs numériques. On remarque un sentiment d'exaltation face aux potentialités de mise en visibilité des archives, des fonds de documentation et des objets fragiles, qu'offrent les dispositifs numériques :

« On a un peu l'impression que ça peut, ça peut ouvrir nos réserves, nos boîtes d'archives » Recherche et
muséographie

Les membres de l'équipe recherche et muséographie insistent sur le gain de place dû au stockage d'un grand nombre de photographies sur une seule tablette tactile. En dépassant les limites physiques du musée, notamment la dimension des salles, les dispositifs numériques leur ouvrent un imaginaire de stockage qu'ils définissent comme étant infini.

Cependant, cette logique du dédoublement du musée par les dispositifs numériques trouve une limite dans les propos du responsable du service des publics qui souhaite permettre une plus-value de l'espace d'exposition par rapport au site internet. Ce dernier ne devrait selon lui pas stocker tous les contenus disponibles sur place afin de donner au visiteur l'envie de venir visiter le lieu :

« Je suis vachement pour l'ouverture, j'ai toujours envie de tout mettre en ligne et tout ça, et autant les dispositifs qu'il y aura dans le musée j'ai pas envie, qu'on les ait en ligne dans son fauteuil, chez soi, entièrement, comme si on était au musée » Responsable du service des publics

Ce point de vue tranche avec le positionnement militant en faveur de l'ouverture des données et l'interopérabilité. Il situe la plus-value informationnelle non pas dans les technologies mais dans l'expérience de visite tangible du musée.

Enfin, nous constatons que les discours des enquêtés sur l'élargissement de l'expérience de visite, caractérisés par la mise en visibilité et le déploiement numérique du musée, correspondent aux discours d'escorte journalistiques, officiels et professionnels à propos de l'intégration des technologies. Les discours des professionnels du Museon Arlaten promeuvent en effet un imaginaire du numérique qui déploie et diffuse la culture pour permettre une meilleure appropriation des savoirs du musée. Un imaginaire sociotechnique salvateur est associé à ces représentations des dispositifs qui amélioreraient les effets de la médiation grâce aux possibilités technologiques des outils (permettant notamment de consulter plus de documents et de les consulter différemment). À cela s'ajoute un imaginaire rassurant de la numérisation qui effectue une sauvegarde des collections du musée. L'assistant à maîtrise d'ouvrage indique d'ailleurs adhérer aux discours d'escorte ambiants promouvant les avantages des dispositifs multimédias et interactifs :

« C'est ce que tout le monde raconte, en tout cas moi j'y crois » Assistant à maîtrise d'ouvrage

L'assistant à maîtrise d'ouvrage est cependant un des seuls enquêtés à soulever les bénéfices économiques de cette multiplication de contenus. Sur une tablette tactile il est en effet possible de mettre en ligne de nombreuses photographies d'objets que le musée ne pourrait pas acquérir :

« Ça coûte moins cher » Assistant à maîtrise d'ouvrage.

Énième variation sur le thème du musée imaginaire malraucien, la reproduction de l'image numérique agence un musée idéal rempli d'images contextuelles nécessaires à la compréhension des objets exposés et de surcroît disponibles à moindre coût.

Cet imaginaire d'un musée étendu donne à voir une institution soumise à l'injonction de développer de nouveaux espaces, qui n'est pas sans rappeler les logiques de réquisition en contexte pédagogique récemment étudiées par Levoïn :

« L'enseignement devrait donc se poursuivre au-delà des limites spatiales et temporelles qui lui sont associées, en opérant un double mouvement d'extension : le premier, centrifuge, conduirait à étendre l'espace de la relation pédagogique vers l'extérieur ; le second, centripète, consisterait à faire intervenir dans la classe des entités qui n'y figuraient pas (...). À ce premier mouvement correspond l'injonction à développer un enseignement *hors des murs* » (Levoïn, 2016 : 105)

Enfin, nous constatons que le point de vue des enquêtés sur l'extension symbolique de la visite par les technologies s'inscrit dans les discours concernant la diversité des formes médiatiques actuelles, notamment les formes transmédiatiques :

« Il est promis aux publics une expérience *immersive, augmentée* ou *enrichie*. Les supports médiatiques ne sont pas définis comme de simples plateformes de diffusion de contenu mais comme des lieux de création ou d'extension d'expérience et d'émotion. » (Renaud, 2014 : 68)

1.1.3 L'opérationnalisation de l'objectif de réflexivité par le numérique

Les différentes équipes du musée s'accordent à dire que la réponse des architectes au défi muséographique du Museon Arlaten (consistant à exposer les œuvres du musée autant que les différentes muséographies) est le recours aux dispositifs numériques. Ainsi dans ce parcours à deux niveaux, la mise en place de dispositifs numériques servirait fondamentalement à différencier ce qui relève de l'exposition (les objets) de ce qui relève du discours réflexif sur l'exposition (la manière de mettre en scène des objets).

Selon les enquêtés, l'utilisation des dispositifs numériques n'est donc pas un simple ajout de connaissances mais doit permettre la mise à distance vis-à-vis d'une muséographie qui a longtemps servi de lieu dogmatique pour le mouvement du Félibrige.

En effet, le caractère idéologiquement marqué de l'ancien musée a longtemps généré un malaise pour les médiateurs qui ne pouvaient mettre à distance ce discours régionaliste qu'aux visiteurs participant aux visites guidées. Durant ces visites, les médiateurs prenaient le temps d'expliquer aux visiteurs le choix qui avait été fait de conserver la muséographie d'époque (notamment les anciens cartels en provençal écrits de la main de Frédéric Mistral) et de ne pas moderniser la scénographie, afin de proposer un voyage dans l'histoire des musées. L'objectif était alors de montrer aux visiteurs la façon dont les musées d'ethnographie avaient évolué tout au long du XX^e siècle en suivant différents modèles (dioramas, écomusée, muséographie nordique,

exposition universelle...). Cependant, les publics qui ne suivaient pas de visite guidée n'avaient pas accès à ce regard réflexif sur la muséographie et repartaient du musée avec des idées erronées à propos des collections, puisque ces dernières donnaient à voir un regard militant et engagé sur les cultures provençales. Le service des publics devait donc faire face à un décalage entre le discours scientifique du musée (la réflexivité) et les objets présentés (dogmatiques).

Le responsable du service des publics relate ce profond malaise à travers une anecdote concernant un objet de la collection qui cristallise selon lui cette problématique :

« La difficulté qu'on avait, ancien musée, c'est qu'en fait le discours était devenu complètement décalé par rapport à la muséographie qu'on avait sous les yeux. C'est-à-dire que, dans le discours qu'on portait au public, y avait une grande part d'interprétation, de prise de distance, etc., mais dès lors qu'on n'était pas avec un médiateur, ou une médiation accompagnée, un visiteur libre, la muséographie qu'il y avait c'était du fin XIX^e quoi, sans prise de distance (...). Sur le berceau de Mistral, (...) il y avait un panneau qu'avait fait installer la femme de Mistral, un cartel où il y avait écrit, "Visiteur salue pieusement ce berceau, c'est le berceau du...". Nous évidemment on l'avait gardé dans un souci de "musée du musée", c'était très intéressant, mais sauf qu'il y avait nulle part écrit que ce qui avait écrit ça avait été installé par Mme Mistral etc. Et donc, on avait dans le livre d'or des mots des gens qui nous disaient : "Ouais c'est une honte, au début du XXI^e siècle de demander au public de saluer pieusement !", etc. Donc pour moi, j'étais très gênée par l'ancien musée, parce qu'on apportait toute la partie contemporaine, interprétation, patrimoine immatériel, et que la muséographie, ne montrait rien de ça. Il y avait une dichotomie entre le discours et le musée en fait. » Responsable du service des publics

Il explique ensuite que l'ajout de dispositifs numériques devrait d'emblée faire la différence entre les objets et le regard qui est porté dessus. Les cartels numériques pourront notamment expliquer la présence de cette affichette pour les publics qui ne bénéficient pas d'une visite guidée. Ainsi les outils numériques assurent la mise à distance autrefois prise en charge par les médiateurs, ce qui implique pour ces derniers de repenser le format de leurs visites en prenant en compte la présence de ces dispositifs numériques qui assurent un des éléments de leur discours. Les dispositifs numériques sont donc intimement liés au projet scientifique et culturel du musée. Ils n'ont pas pour seul objectif l'élargissement de l'expérience de visite.

Prenons désormais en compte les deux parcours parallèles du musée : l'approfondissement et l'interprétation. Le Museon Arlaten souhaite permettre à ses visiteurs deux niveaux de lecture. L'approfondissement consiste à éclairer l'objet exposé en répondant aux questions suivantes : À quoi sert-il ? Dans quel contexte était-il utilisé ? Que nous dit-il de la culture provençale ? L'interprétation en revanche souhaite interroger le rôle de l'objet dans l'espace d'exposition à travers d'autres types d'interrogations : Pourquoi est-il exposé ? De quelle façon ? Par qui ? De quelle façon représente-t-il les mythes de la Provence ?

Le Museon Arlaten souhaite apprendre à former un regard critique tout en réactualisant l'image de l'institution. D'un musée des traditions populaires il souhaite devenir un musée de société capable d'interroger de façon transversale des thématiques ethnographiques complexes, et non simplement présenter les coutumes et les traditions locales. Au-delà de la présentation de ce qui a fait le succès du folklore provençal, le Museon Arlaten voudrait réinterroger ces mythes dans leur histoire, leur évolution et leur inertie, de 1896 à nos jours. Le chargé de mission multimédia et le responsable du service des publics insistent fréquemment sur cette notion de regard réflexif car chaque dispositif numérique doit incarner cette prise de recul. Il s'agit également de penser un musée servant à former chez le visiteur un regard critique pour la suite de son séjour en Provence :

« On n'est pas là pour leur servir du cliché, on est là pour leur dire : "Attention, on va vous asséner des clichés partout dans la rue, essayez d'avoir un regard critique" », « On n'est pas là pour leur servir une tradition à deux sous » Chargé de mission multimédia, entretien 3

Au final, la visite doit prendre la forme d'un voyage dans le temps des musées et montrer l'évolution des formes muséographiques du XX^e siècle, en partant des dioramas inspirés des musées nordiques aux musées de société actuels en passant par les écomusées et les mises en scènes des expositions universelles, avec pour chacune de ces périodes tous les partis pris qui leur sont associés. L'assistant à maîtrise d'ouvrage explique que dans ce parcours où la muséographie en elle-même constitue une grande partie du sujet de l'exposition, c'est le dispositif numérique qui permet la réflexivité, car il ne peut pas être confondu avec la muséographie d'époque. Son propos est d'expliquer que le visiteur ne mettra pas sur le même plan une table tactile et un cartel en provençal écrit de la main de Mistral. Il définit ainsi la nécessité des dispositifs numériques :

« C'est la seule façon de documenter ce que les gens voient sans altérer ce que les gens voient (...) Donc là n'y a pas de confusion, personne va dire : "Est-ce que ces tablettes étaient là du temps de Mistral ?" (...) ça permet de parler de l'objet sans modifier l'objet, c'est la seule façon de faire ça correctement » Assistant à maîtrise d'ouvrage

Les dispositifs numériques permettraient de prendre du recul sur un musée qui est « lui-même un objet exposé » (assistant à maîtrise d'ouvrage). Selon lui, le dispositif numérique est un élément « distanciant » (*Ibid.*) de la muséographie d'époque et devient un élément incontournable de ce projet de muséographie numérique. Les technologies présentes dans le parcours d'exposition, telles que les tables tactiles et les écrans interactifs n'ont pas pour seul objectif l'adjonction de connaissances mais elles deviennent des signes symbolisant un regard réflexif. En outre, les technologies permettent de protéger et de valoriser les œuvres en évitant

de les altérer. Cela est également dû au caractère ethnographique des collections qui demanderaient en elles-mêmes un certain recul à propos du caractère symbolique de leur place dans le musée :

« Les objets de musée d'ethno, on est moins dans une logique artistique de, même si ce sont des, souvent des objets beaux, on est moins dans la contemplation, on est plutôt dans la contextualisation pour comprendre, on est dans un musée de concept où les objets sont là au titre de témoins » Responsable du service des publics

Les dispositifs numériques auraient pour rôle d'éclairer le patrimoine immatériel, en proposant des vidéos aptes à contextualiser les objets. Selon le responsable du service des publics, la véritable signification sociale d'un costume (tel que le costume de l'Arlésienne) ne peut être comprise qu'à travers une vidéo de ce costume porté dans son contexte (par exemple durant l'élection de la reine d'Arles). Cette mise en contexte par le médium vidéo donne sens aux objets qui révèlent alors leurs enjeux en termes de patrimoine immatériel (fêtes, traditions...) :

« Cette part d'interprétation elle est très immatérielle : par des documents vidéos, des documents photos tout ça, ça ne pouvait être que le numérique qui pouvait porter autant de médias différents. Et du coup pour moi c'était une très bonne solution, pour montrer toute cette partie-là immatérielle qui au final vient enrichir et interpréter la muséographie matérielle et d'objets » Responsable du service des publics

1.2 L'aspect expérientiel

Les dispositifs numériques pour la médiation sont fréquemment décrits comme des éléments permettant de diversifier, d'amplifier et de rendre l'expérience de visite plus ludique. Cette dernière s'en retrouverait modifiée à différents niveaux à l'aide de dispositifs susceptibles d'intégrer des récits, des jeux, des procédés immersifs et des supports mettant en avant l'interactivité, les émotions et l'expérience sensible du visiteur.

1.2.1 La diversification

La diversification de l'expérience de visite consiste à mettre à disposition du public des situations de médiation variées (numérique, humain, imprimé) et des documents différents (sons, textes, images, vidéos) dans un contexte d'alternance de ces différents médias et contenus :

« Alternner », « varier », « ça fait une autre voix » Responsable du service des publics

Ces changements dans les registres sémiotiques de l'exposition (Davallon, 2006) seraient alors susceptibles selon les professionnels, de provoquer l'étonnement, la surprise et la curiosité. Ils contribueraient à maintenir ainsi qu'à réactiver l'attention du visiteur :

« surprendre », « innovant » Chargé de mission multimédia, entretien 3

« interpellation et curiosité » Assistant à maîtrise d'ouvrage

Ces différents contenus sont également au service d'une médiation différenciée, soucieuse de proposer des dispositifs variés pour toucher un plus large public.

1.2.3 Le récit

De nombreux enquêtés soulignent l'utilité du recours au récit pour rendre un contenu attractif. Là encore il s'agit d'attirer l'attention du visiteur en l'engageant dans un contenu scénarisé qui lui donnera envie de rester jusqu'à la fin de l'histoire racontée :

« Ça permet d'avoir accès au récit, à la narration, les gens aiment bien se faire raconter des histoires » Assistant à maîtrise d'ouvrage

« Raconter des histoires », « l'aspect narratif d'une simple vidéo » Chargé de mission multimédia entretien 3

Intégrer des éléments narratifs semble un élément important dans la scénarisation des dispositifs. Et de fait, selon les enquêtés de nombreux contenus du musée se prêtent de façon pertinente au discours narratif. Il est selon eux nécessaire de faire le récit de l'évolution des traditions, et de l'histoire des différentes muséographies pour pouvoir développer par la suite un regard réflexif. Enfin, dans un lieu qui demande de nombreux efforts d'interprétation, le recours à une vidéo narrative serait également une possibilité pour reposer régulièrement l'attention du visiteur.

1.2.4 Dynamisme et interactivité

Le discours des enquêtés donne à voir un crédit important apporté au mythe de l'interactivité et à l'injonction au mouvement (Jeanneret, 2011). Les enquêtés cherchent majoritairement à mettre en place des dispositifs dynamiques, c'est-à-dire intégrant du mouvement et des aspects cinétiques (Pignier, 2005) qui réagissent aux actions du visiteur. S'ils parlent parfois de dispositif « vivant », c'est le terme « contenu dynamique » qui est le plus utilisé :

« dynamique » cité cinq fois, Chargé de mission multimédia, entretiens 3, 4 et 5

Ils évoquent spécifiquement l'interactivité lorsqu'ils décrivent les dispositifs impliquant véritablement le visiteur, c'est-à-dire qui le font agir de quelque manière que ce soit : toucher, déplacer, jouer, et non seulement lire ou regarder un contenu.

« Ça permet de mettre en place de l'interactivité dans, de susciter l'engagement du visiteur, c'est-à-dire, il est impliqué dans quelque chose, il fait quelque chose » Assistant à maîtrise d'ouvrage

« Envie d'interactivité », « plus interactive », « échanger », « des choses interactives » Chargé de mission multimédia, entretien 4

Les interfaces dynamiques, en ce qu'elles répondent à une action de l'utilisateur, permettraient selon l'assistant à maîtrise d'ouvrage un engagement et une implication plus importante du visiteur qui s'apparenterait à un dialogue ou à un échange, s'opposant à une attitude passive. L'objectif final est de permettre au visiteur, entraîné dans cette situation de communication impliquant un nombre important d'actions et de réactions, de se souvenir davantage des connaissances et compétences acquises, par une utilisation de dispositifs interactifs lui faisant « faire » et non simplement « consulter ».

Ainsi, les avantages de l'interactivité sont selon l'assistant à maîtrise d'ouvrage liés aux théories pédagogiques du socioconstructivisme qui veulent que l'apprentissage soit plus efficace lorsque l'apprenant expérimente lui-même et confronte ses connaissances avec les autres, que lorsqu'on transmet simplement des informations d'un sachant à un apprenant. En outre, un dispositif suffisamment interactif serait un vecteur de curiosité, poussant le visiteur à s'intéresser à l'interface, par exemple en attirant son attention par des mouvements sur l'écran :

« Comme on dit : “On se souvient de dix pour cent de ce qu'on lit et de quatre-vingt-dix pour cents de ce que l'on fait ” (...) proposer du faire, proposer de l'action agit comme fixateur et comme ferment d'interpellation et de curiosité » Assistant à maîtrise d'ouvrage, à propos des dispositifs interactifs

Ici l'assistant à maîtrise d'ouvrage indique que l'un des avantages de l'interactivité est la possibilité pour le visiteur de concevoir ou de fabriquer quelque chose, ce qui aurait deux effets positifs : augmenter la curiosité du public et lui permettre de mieux se souvenir de sa consultation. Cela rappelle la définition de l'interactivité mentionnée précédemment et correspondant initialement à des : « environnements muséographiques impliquant les visiteurs dans des activités sensori-motrices ou dans des manipulations mécaniques » (Le Marec, 2001 : 107).

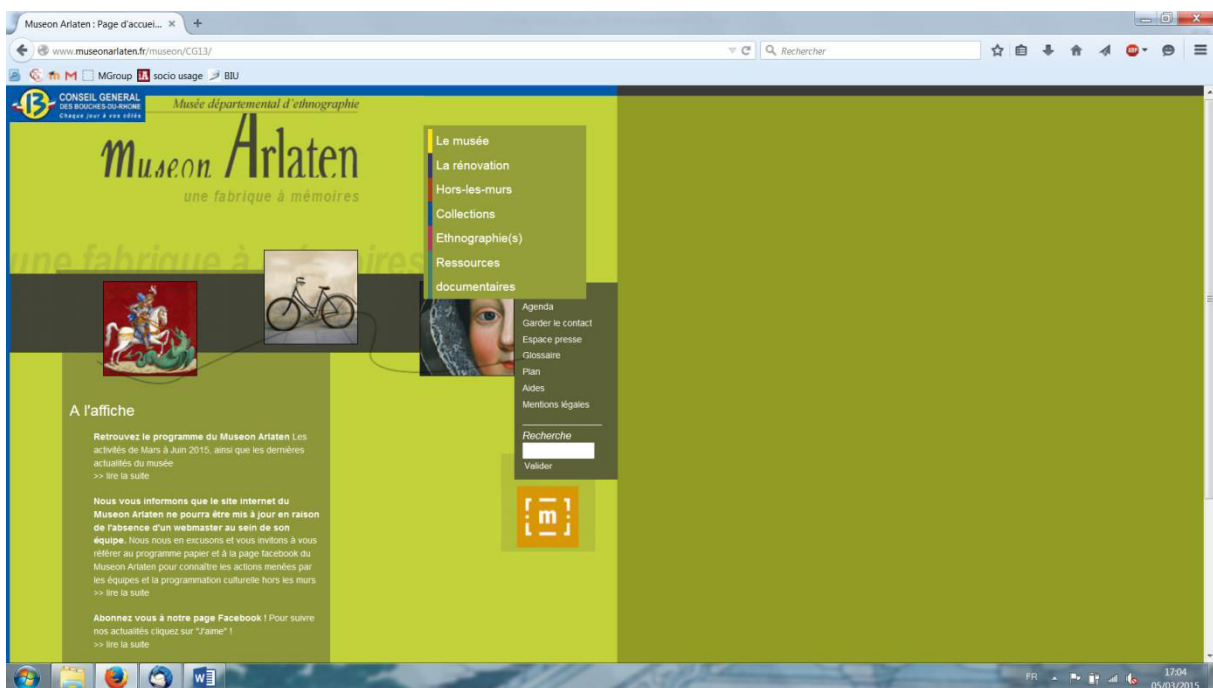
À ce titre, le travail de réflexion sur la réactualisation du site internet du Museon Arlaten est un exemple intéressant pour comprendre l'importance du dynamisme et de l'interactivité dans l'imaginaire des enquêtés. Le responsable du service des publics explique notamment souhaiter

un site internet plus flexible et *responsive*. Il indique que l'interface, copiée sur les codes de l'édition papier, ne correspondrait pas aux usages des internautes actuellement habitués à un webdesign plus fluide dont l'organisation spatiale comporte des éléments cinétiques. Le site internet du musée, en reprenant l'organisation visuelle de l'édition papier limite la circulation d'informations sur la page web :

« La lourdeur et le sérieux de l'édition, genre c'est gravé dans le marbre pour l'éternité », « un site très immobile, lourd, difficile (...) genre on publiait un nouvel article tous les ans, tellement, le circuit de validation du texte était monstrueux » Responsable du service des publics

Le responsable du service des publics explique enfin qu'il préférerait un site internet mettant l'accent sur l'actualité en intégrant des informations régulièrement renouvelées :

« Il vaut mieux de l'info, très régulièrement, de la nouveauté, tout ça, quitte à ce que ça change » Responsable du service des publics



Capture d'écran du site internet du Museon Arlaten. *Page d'accueil*. Consulté le 5 mai 2015.

Le webdesign du site internet peu adapté aux codes actuels, ainsi que la complexité de la procédure permettant l'édition de nouveaux contenus ont eu pour effet de limiter le rythme de publication des actualités du musée, donnant à voir un site peu en accord avec le dynamisme que souhaitent lui insuffler le responsable du service des publics.

De la même façon, le responsable de l'unité documentation et publications compare souvent la structure éditoriale du site internet à celle d'un livre. Cette analogie écran/papier révèle à quel point l'imaginaire de l'édition imprimée imprègne et influence la pensée de l'édition numérique, pourtant soumise à des codes différents (Bonaccorsi, 2012). Ces témoignages décrivant l'atmosphère et les promesses d'énonciation de ce site internet (Pignier, Brouillat ; 2007) montrent l'importance de l'aspect dynamique des interfaces (mouvement, logique cinétique) dans l'imaginaire numérique des enquêtés.

On observe enfin que c'est la possibilité pour le visiteur de manipuler et de modifier l'image numérique (zoomer, faire tourner) qui permet en partie de réaliser les objectifs de dynamisme et d'interactivité.

1.2.5 La possibilité de modifier l'image

Le chargé de mission multimédia met fréquemment en avant deux opportunités qu'offre la technologie tactile, présente dans les multcartels et dans les vitrines-tables : voir un objet de plus près et manipuler des images. Ainsi, le fait de pouvoir zoomer, agrandir les images des petits objets, et les faire tourner sur eux-mêmes afin de les voir sous différents angles sont des éléments qui reviennent systématiquement dans le discours des enquêtés et sont considérés comme des avantages importants :

« Regarder de plus près, l'agrandir (...) le montrer » chargé de mission multimédia, entretien 5, à propos d'un objet de petite taille

« Focus », « zoom automatique » Chargé de mission multimédia entretien 3

Les types d'objets les plus souvent cités sont les objets de petite taille et les objets fragiles. Les objets de petite taille, comme les amulettes ou les insignes, sont présents dans la collection et sont assortis d'une représentation numérisée sur des tables tactiles. Sur ces supports il est alors possible de zoomer sur l'image et de faire tourner la modélisation 3D de l'objet pour en avoir une vision plus précise.

Les objets trop fragiles pour être présentés dans la collection sont quant à eux visibles à travers une photographie disponible sur les dispositifs tactiles. Il s'agit ici d'une mise en visibilité d'objets autrement absents du parcours d'exposition car conservés dans les réserves du musée :

« La manipulation d'objets qui sont soit trop petits, soit qui sont trop fragiles pour être directement accessibles et avant tout touchables par le visiteur » Chargé de mission multimédia, entretien 5

Le chargé de mission multimédia imagine même que cette possibilité de toucher l'image de l'objet *via* la table tactile contribue à alléger la frustration précédemment citée de ne pas pouvoir toucher les objets de la collection. Toucher la tablette tactile viendrait alors contourner symboliquement une des interdictions majeures des institutions muséales.

1.2.6 L'intuitivité

Les enquêtés souhaitent choisir des technologies dont les codes d'utilisation sont simples et connus. À l'aspect dynamique est alors très fréquemment associé l'aspect intuitif, supposant la capacité du dispositif technologique à suggérer sa propre utilisation.

« intuitif », cité quatre fois, « simple », « ne pas perdre le visiteur » Chargé de mission multimédia, entretien 4
L'intuitivité s'incarne dans certains détails des dispositifs : une homogénéité dans le webdesign (conserver la même charte graphique et la même arborescence d'un dispositif à l'autre) ainsi que la présence sur l'écran d'éléments indiquant la façon de consulter (flèches ou autres signes indiquant qu'il faut toucher, zoomer, faire défiler...) et faisant office de tutoriel discret.

La notion d'intuitivité suppose cependant que le visiteur possède certains codes, par exemple savoir zoomer en écartant le pouce et l'index sur l'écran. Ces gestes ne peuvent pas être devinés sans un apprentissage préalable (Després-Lonnet, 2002). Cependant le chargé de mission multimédia ne décrit pas précisément ce qu'il entend par le terme intuitif. Cette intuitivité très générale constitue ici une caractéristique du dispositif numérique qui doit être doté de l'utilisation la plus simple possible. Cependant, la notion d'intuitivité, en ce qu'elle présuppose l'existence de codes connus par tous, implique le risque d'une exclusion symbolique des visiteurs peu familiers des technologies numériques qui ne maîtriseraient pas ces codes et qui auraient besoin d'aide lors de la consultation (Le Marec et Babou, 2003 ; Jeanneret, 2014).

1.2.7 Les jeux

Les dispositifs proposant des jeux sont perçus de façon très positive par les enquêtés, en ce qu'ils favoriseraient l'engagement du public ainsi qu'un échange convivial entre les différents visiteurs, quel que soit leur âge :

« permettrait à une famille de jouer ensemble ou à des amis » Chargé de mission multimédia, entretien 4, « Ça peut ouvrir à des jeux » Chargé de mission multimédia, entretien 3, « Jeux » mentionné neuf fois, « Ludique » mentionné deux fois, Chargé de mission multimédia, entretiens 4 et 5

De nombreux débats lors des réunions de muséographie numérique abordent la question des différents formats de jeu, tels que les jeux de construction, les *escape game* ou les jeux de logique. Ces débats font référence à des jeux qui existent déjà sur des supports numériques (jeux vidéo, *serious game*) comme à des jeux non numériques qui pourraient être transposés sur un support technologique. Le chargé de mission multimédia évoque notamment un jeu d'assemblage de morceaux de cartons peints représentant différentes parties de costumes, qui pourrait être adapté en format numérique pour être proposé sur une des vitrines-tables de la salle des costumes du XX^e siècle :

« Ces fameux jeux pour enfants (...) où on met des habits avec des petites accroches sur les côtés pour, c'est un jeu très classique » Chargé de mission multimédia, entretien 5

L'objectif est ici de proposer au visiteur de reconstituer des costumes d'Arlésiennes à partir de différents éléments (plastrons en dentelle, châles, robes, rubans...) afin qu'il en comprenne la composition. Il s'agit pour le chargé de mission multimédia, à travers une transposition sur support numérique d'un jeu auparavant matériel, de rendre ces costumes plus « vivants » (réunion 4) en les mettant en mouvement. Cela permettrait de réaliser l'objectif de dynamisme décrit plus haut. D'après le chargé de mission multimédia, certains objets se prêtent davantage à la ludification que d'autres. C'est le cas selon lui des costumes qui constituent une thématique accessible pour tous les âges :

« Le costume c'est ludique » Chargé de mission multimédia, entretien 4

Selon le responsable du service des publics, le jeu est l'une des formes les plus populaires et accessibles de la médiation en ce qu'il permet de s'adresser aux publics les moins familiers avec la culture muséale et dotés d'un faible capital culturel :

« Pour pas être sur un registre classique, pour être sur quelque chose d'un peu décalé, pour être sur un jeu, je crois beaucoup à la vertu du jeu, voilà. Pour intéresser des publics qui sont plus éloignés de la culture que le public classique. Très clairement ça s'adresse à un public pas forcément amateur de musées » Responsable du service des publics

Le jeu contribuerait donc à modifier l'image du musée en désacralisant les savoirs de l'exposition à travers des dispositifs ludiques impliquant le divertissement. Cela concerne en priorité les collections qui attirent généralement le plus de public, comme les costumes et les dioramas.

1.2.8 L'expérience sensible

Les différents acteurs du musée insistent sur le fait que l'appréhension des collections ne se fait pas uniquement par l'acquisition de connaissances. Au-delà de l'apport cognitif on observe une importance donnée au rapport sensible aux œuvres. Cette partie et la suivante montrent une adhésion des enquêtés à l'injonction à l'expérience sensible à travers une fascination pour la figure de l'immersion (Jeanneret, 2011).

Le sens du toucher est particulièrement présent dans les discussions, notamment concernant des objets tels que les costumes. L'idée a été évoquée de mettre à disposition du public des morceaux de rubans en soie composant la coiffe des Arlésiennes afin que le public puisse effectivement en sentir la matière.

À ce contact tactile entre les mains du visiteur et le tissu se rajoute un second contact, celui entre les doigts du visiteur et l'écran tactile proposant de manipuler les images numériques de ces costumes. Comme indiqué précédemment, le chargé de mission multimédia explique que la salle consacrée aux costumes d'Arlésiennes pourrait se prêter à un jeu interactif sur l'une des vitrines-tables équipées de tables tactiles. Un jeu consistant à assembler les différentes parties d'un costume permettrait d'annuler la frustration due à l'interdiction de toucher les tissus. Le chargé de mission multimédia anticipe ici le désir du public d'avoir un contact avec le tissu :

« On peut avoir envie de manipuler des pièces de costumes » Chargé de mission multimédia, entretien 4
« Manipuler » Responsable du service des publics

Ainsi la plus-value de l'expérience tactile dans le discours des acteurs concerne deux aspects : le fait de toucher la matière véritable de l'objet et le fait de toucher un écran interactif présentant des images de cet objet. Ces deux approches sont complémentaires en ce qu'elles concourent à un objectif de valorisation des objets. Cette volonté de permettre différentes formes de contact avec les objets viendrait des aspirations des visiteurs. Selon le musée, de nombreux visiteurs ont exprimé lors d'enquêtes le souhait de pouvoir toucher certains objets parmi les plus populaires des collections (les dioramas et les costumes).

1.2.9 L'immersion

Les enquêtés utilisent fréquemment le terme d'immersion pour qualifier une expérience sensible faisant entrer le visiteur dans une atmosphère particulière. C'est le cas du dispositif de réalité augmentée proposé dans la cour du musée qui permettrait selon le chargé de mission multimédia une autre façon de comprendre l'histoire de ce lieu par l'exploration *in situ* :

« On pourra se balader, voir le forum romain » Chargé de mission multimédia, entretien 3.

En outre, le parcours d'exposition débute par la traversée d'un sas conçu comme un lieu de transition. Dans cette pièce on propose au visiteur une ambiance sonore et visuelle visant à préparer l'entrée dans le parcours de visite, notamment la traversée des grands courants de la muséographie :

« C'est une mise en ambiance en fait », « donner l'impression qu'on change de planète un peu » Chargé de mission multimédia, entretien 3

Le chargé de mission multimédia insiste alors sur la nécessité d'une ambiance rassurante et conviviale, qui ne devrait pas dérouter le visiteur mais simplement l'intriguer et le surprendre. L'aspect cognitif est mis de côté au profit des sensations :

« Des sons d'ambiance, mais qui ne soient pas agressifs », « pas perturber les gens, de pas être agressif » Chargé de mission multimédia, entretien 3

En interrogeant la façon dont les enquêtés convoquent la notion d'immersion, nous avons abouti à la définition suivante : l'immersion consiste selon les enquêtés à utiliser certaines technologies (projection vidéo, ambiance sonore, réalité augmentée) pour faire rentrer le visiteur dans une atmosphère particulière où l'accent est davantage mis sur l'expérience sensible que sur la transmission de connaissances. Ce dispositif sensible vient préparer le visiteur à l'acquisition de savoirs (c'est le cas pour le sas d'entrée) mais sert également à attirer le visiteur dans une expérience nouvelle pour faciliter la compréhension de l'exposition (comme pour la réalité augmentée). L'immersion concernant à la fois la médiation et la muséographie, elle demande pour sa mise en place une coordination avec les architectes et l'équipe du musée chargée de la muséographie numérique.

À propos des dispositifs transmédias, Lise Renaud a observé dans le recours systématique au vocabulaire de l'immersion une « fascination écranique » révélant « une vision de l'écran appréhendée comme une fenêtre ouverte sur un monde fictif. » (Renaud, 2014 : 69). De la même façon, le recours fréquent des enquêtés du Museon Arlaten au champ lexical de l'immersion manifeste des fortes attentes quant à la possibilité des écrans de faire vivre une expérience inédite et enrichie.

1.2.10 Les émotions

Dans le discours des enquêtés, les effets des dispositifs numériques investissent le territoire des émotions de différentes manières.

Les émotions des enquêtés face aux futurs dispositifs vont des sentiments positifs (impatience, plaisir de découvrir une technologie innovante) à des sentiments plus mitigés (regard critique et peur de la déception du visiteur). Notons également que les professionnels mettent l'accent sur plusieurs types d'émotions que le public pourrait ressentir. Il est d'abord question d'une large palette d'émotions, toutes liées à l'utilisation du dispositif technologique par le visiteur : curiosité, étonnement, surprise, plaisir d'utiliser un nouveau dispositif, mais également déception et frustration en cas de dysfonctionnement. Ainsi, ces émotions oscillent entre l'anticipation de l'exaltation du visiteur quand il découvrira le dispositif et sa potentielle déception en cas de problème technique avec le support numérique.

Il est ensuite question des émotions liées à la relation entre les visiteurs. Par des dispositifs pouvant être utilisés à plusieurs (comme les tables tactiles) les professionnels espèrent fortement encourager la convivialité, le dialogue voire la transmission générationnelle.

Sur ce dernier point, il est important de rappeler la spécificité des collections du Museon Arlaten qui expose des objets provenant de dons de la part des familles de la région. Cette situation donnait à voir dans l'ancien musée des expériences de visites caractérisées par le dialogue intergénérationnel, un aîné racontant par exemple une anecdote à son petit-fils à propos d'un objet ou d'une coutume (LAHIC, 2008). Ainsi, les enquêtés cherchent à valoriser ces échanges entre les générations, pas seulement pour évoquer la nostalgie de certains symboles de la culture provençale mais pour véritablement interroger les objets et questionner l'évolution des traditions.

Cette présence importante des émotions dans le discours des enquêtés s'élève contre l'imaginaire d'un dispositif numérique froid et désenchanté, qui par sa matérialité technique mettrait à distance l'émotion de la rencontre entre le visiteur et l'objet authentique.

1.2.11 Adapter l'expérience de visite

À l'instar de la pédagogie différenciée visant à ajuster les enseignements aux différents profils des apprenants, la volonté d'une médiation différenciée apparaît dans le discours des enquêtés. Cette possibilité de s'adapter à chaque visiteur et à chaque expérience de visite est une attente qui revient fréquemment dans le discours du service des publics :

« Pouvoir adapter le niveau de discours » Responsable du service des publics

Lorsque le responsable du service des publics anticipe les différents publics (touristes, scolaire, situation de handicap) et les différents contextes d'expérience de visite (visite individuelle,

visite en groupe), il témoigne notamment de l'importance des technologies numériques pour proposer plusieurs types de parcours sur un même support. Les technologies sont alors considérées comme un vecteur d'opérationnalisation de cet objectif de médiation différenciée.

On remarque également que parmi toutes les expériences de visites qu'anticipe le responsable du service des publics, le fait de pouvoir mettre à disposition des contenus scénarisés spécifiquement pour les enfants est une des attentes les plus importantes. Le jeune public fait donc figure de priorité dans le cadre de ces aménagements de la médiation. Le service des publics voit dans la rénovation une façon de faire la part belle aux préoccupations du jeune public et des familles.

1.2.12 Les références à d'autres supports technologiques

Les comparaisons utilisées par les professionnels pour présenter le fonctionnement des dispositifs nous sont utiles pour appréhender la nature de leur imaginaire du numérique, afin de comprendre s'il est davantage tourné vers l'innovation ou vers la discrétion. Nous examinerons dans cette partie quelles sont les technologies déjà connues auxquelles les professionnels font référence lorsqu'ils doivent décrire les dispositifs du futur musée et en quoi ces comparaisons sont révélatrices de leur imaginaire du numérique.

Nous observons que les professionnels comparent souvent les futurs dispositifs avec des appareils de la vie quotidienne comme les écrans tactile des smartphones ou ceux des caisses automatiques des magasins. Pour décrire le geste à effectuer pour zoomer sur les futures tables tactiles, le chargé de mission multimédia explique que : « c'est exactement l'ergonomie d'un iPhone » (entretien 3), faisant ainsi référence à un appareil qu'il pense connu de tous et où l'utilisateur peut zoomer en écartant le majeur et l'index sur l'écran. On remarque qu'il fait référence à la marque Apple en parlant spécifiquement d'un iPhone et non d'un smartphone.

Ce phénomène de référence à une marque et non au terme générique a été observé de nombreuses fois chez les enquêtés sur nos deux terrains. Cela peut notamment s'expliquer par les efforts de la marque Apple pour créer des terminaux qui s'imposent moins comme des outils que comme des modes de communication à part entière :

« Nokia, Motorola et Ericsson fabriquaient des téléphones portables, Apple fabrique des iPhones et des iPads et tous les smartphones et les tablettes sont un peu des iPhones et des iPads. Cela tient beaucoup à la nature des fantasmagories de l'outil et du geste qui se sont disséminées dans les espaces quotidiens de notre vie » (Jeanneret, 2014 : 235)

Le chargé de mission multimédia explique ensuite : « Je fais comme sur mon téléphone » (entretien 5), pour évoquer les possibilités ergonomiques de la technologie tactile. On observe donc un recours fréquent aux codes du smartphone qui est utilisé comme comparant pour présenter la plupart des nouveaux dispositifs. Ces situations de communication faisant référence aux objets technologiques de la vie quotidienne sont récurrentes dans le discours descriptif des enquêtés sur les dispositifs numériques.

Ces comparaisons peuvent à première vue paraître évidentes et peu révélatrices. Cependant, on constate qu'il existe différentes façons de décrire ces technologies tactiles : le chargé de mission multimédia aurait pu par exemple faire une périphrase pour expliquer la technologie tactile adoptée. Mais en choisissant de faire référence au smartphone afin de se faire comprendre rapidement, il s'inscrit dans un implicite selon lequel le smartphone s'impose actuellement comme l'un des modèles les plus connus de la communication numérique et de la technologie tactile.

Il faut en effet rappeler que la médiation par le numérique au musée se faisait auparavant uniquement à partir des dispositifs appartenant au musée, tels que les bornes interactives et les CD-Rom. Le visiteur ne venait pas au musée avec son propre audioguide, contrairement au contexte actuel dans lequel on observe un mélange des supports appartenant au musée (table tactile) et des supports appartenant aux visiteurs (smartphone, iPad). Cela permet d'expliquer le grand nombre de références à ces outils technologiques du quotidien qui proposent davantage de fonctions aux visiteurs :

« A la différence des outils classiques d'aide à la visite, de type audioguide, les téléphones mobiles et les ordinateurs de poche ne sont pas des terminaux, mais des appareils à enregistrer, à écrire et à communiquer. » (Gentès, 2008 : 17)

Nous observons un cas similaire lors d'une réunion portant sur les futures vitrines-tables comportant des surfaces tactiles. Les membres du service recherche et muséographie soulèvent les risques d'erreurs de parallaxe qui peuvent survenir lorsqu'un écran tactile est utilisé de façon très fréquente. L'un d'eux fait référence sur le ton de l'humour aux erreurs de parallaxe sur les écrans tactiles de certaines grandes surfaces : « C'est un problème que les utilisateurs des caisses libres services du Casino d'en bas de la rue connaissent bien » (équipe recherche et muséographie, réunion 2). En évoquant ces situations de la vie quotidienne pour décrire les fonctionnalités qu'ils souhaitent développer dans les dispositifs, les professionnels donnent à voir à quel point l'utilisation quotidienne des technologies constitue un socle commun de références pour la mise en place de leur conception de dispositifs numériques pertinents.

1.3 L'aspect institutionnel : l'influence des dispositifs numériques sur l'image du musée

Le temps de la rénovation est l'occasion pour les professionnels du Museon Arlaten de questionner l'image du musée et de chercher à repenser deux aspects : l'identité du musée de société et son éventuel lien avec les valeurs de la culture numérique.

Si l'on a déjà abordé plus haut la question de ce musée de traditions populaires souhaitant devenir un musée de société de plus grande envergure en mettant l'accent sur le discours scientifique des ethnologues, on observe également une volonté de montrer une aisance dans l'utilisation des technologies numériques actuelles.

1.3.1 Repositionner l'image du musée pour les visiteurs

En cherchant à rentrer dans le fonctionnement et les valeurs de la culture numérique, qu'il s'agisse des supports technologiques (réalité augmentée, technologie tactile), des communautés (travail avec les passionnés de Muzeonum, la communauté Museomix) ou d'événements particuliers (participation aux événements *Ask a curator* ou *Museum Week* sur Twitter) le Museon Arlaten souhaite privilégier l'inscription de l'institution dans les événements médiatiques du temps présent.

En effet, *via* les réseaux sociaux, le responsable du service des publics du Museon Arlaten explique vouloir établir un rapport aux visiteurs plus vivant et dynamique. La participation du Museon Arlaten à la *Museum Week* a été perçue par le responsable du service des publics comme un moyen d'éveiller et de valoriser le dialogue entre les publics actifs sur les réseaux sociaux et l'institution à travers des messages donnant à voir différents aspects du musée. Autre exemple, l'événement *Ask a curator* sur Twitter, qui propose aux visiteurs de poser des questions aux conservateurs du musée sous-entend l'idée d'une communication davantage directe entre le public et les conservateurs, là où les premiers sont traditionnellement en relation avec les médiateurs. Cette volonté d'élargir les possibilités de communication entre le musée et ses publics rappelle notamment le modèle idéal du musée Lego décrit par Samuel Bausson (2013), où les relations entre l'institution et le public se veulent plus ouvertes et conviviales dans l'objectif de créer une ambiance davantage décontractée du musée. Comme évoqué plus haut, l'intégration de certains aspects de la culture du numérique dans l'univers du musée est perçue comme permettant une ambiance plus détendue, venant s'opposer à un imaginaire sérieux, rigide et élitiste de l'institution muséale.

Le responsable du service des publics met en relation la mise en place de dispositifs appartenant à la culture numérique avec l'évolution de l'image du musée chez les publics. À ce titre, il explique avoir été agréablement surpris de constater que certains publics ont eu tendance à se rapprocher du musée lorsque ce dernier a proposé des jeux vidéo dans le cadre du dispositif *Vol sans effraction*. Le responsable du service des publics souhaiterait montrer à terme que le sérieux scientifique du musée n'est pas incompatible avec un support divertissant :

« Ce n'est pas parce que c'est un jeu et que c'est numérique que ça ne peut pas être un musée qui dit des choses sérieuses » Responsable du service des publics

Le responsable du service des publics craint ici que le public voie dans un dispositif numérique un discours scientifique mis à mal par une scénarisation ludique et qui porterait en lui un ethos peu crédible car marqué du sceau du divertissement. Tout l'enjeu du travail du responsable du service des publics est alors d'anticiper et d'ajuster pour le public la confrontation de ces deux imaginaires fréquemment convoqués lorsqu'il s'agit de parler de l'innovation dans les lieux de patrimoine : le sérieux du musée et l'aspect ludique associé aux dispositifs interactifs et numériques. Cette opposition d'imaginaires n'est pas nouvelle et a accompagné la mise en place du multimédia au musée depuis les années quatre-vingt⁸⁴.

Notons également qu'un phénomène similaire a été observé lors de la mise en place du jeu *Plug* au musée des Arts et Métiers en 2009. L'enquête réalisée révèle que les visiteurs, même s'ils participent avec plaisir à une activité ludique dans le parcours de l'exposition, conservent des représentations sociales opposées vis-à-vis du musée et du jeu :

« Les 17 joueurs se sont exprimés sur la différence qui existait pour eux entre l'univers ludique et l'univers du musée. Le musée est le plus souvent associé à un lieu consacré au savoir, alors que le jeu engage le divertissement, le loisir et la participation » (Jutant *et al.*, 2009 : 16)

1.3.2 Repositionner l'image du musée pour les professionnels

Dans le discours des responsables d'équipes, l'enjeu de la formation des professionnels à l'utilisation des technologies numériques est aussi important que l'enjeu de sensibilisation des visiteurs.

Au-delà de la réflexion sur la façon dont il serait possible de réactualiser l'image du musée pour les publics, le responsable du service des publics cherche également à opérer des évolutions en

⁸⁴ Cf : *Publics et Musées* numéro 13, « Publics, nouvelles technologies, musée », sous la direction de Roxane Bernier et Bernadette Goldstein, 1998.

interne, en réajustant l'image des dispositifs numériques envers son équipe de médiateurs. Deux types d'actions permettent de réaliser cet objectif : impliquer les médiateurs dans le processus de réalisation des dispositifs (afin que cela fasse sens pour eux) et leur donner suffisamment d'informations sur ces dispositifs pour qu'ils soient capables de les utiliser et de se les approprier lors des visites guidées. L'objectif final est que les médiateurs comprennent les potentialités et les avantages de ces outils pour les activités qu'ils mettront en place ou adapteront.

Le responsable du service des publics mentionne également les objectifs du dispositif *Vol sans effraction*, dont le principe est le pilotage d'un drone dans la cour du musée :

« *Vol sans effraction*, c'était aussi une façon d'amener le numérique dans la vie des médiateurs, ce qui est pas le cas pour l'instant » Responsable du service des publics

1.3.3 Repositionner la terminologie

On constate enfin une évolution des termes utilisés pour qualifier les supports technologiques, qui associés à un ethos particulier, concourent vers un imaginaire de plus en plus actuel. Les termes « multimédia » et « audiovisuel », fortement associés à l'imaginaire technique des années quatre-vingt, étaient très présents lors des premiers entretiens en 2011 pour qualifier les dispositifs technologiques. Ces termes laissent peu à peu la place au « numérique », utilisé comme adjectif ou comme substantif, dès 2013 (entretiens 1 à 5 du chargé de mission multimédia). De plus, à partir d'octobre 2013, c'est l'expression « muséographie numérique » qui est utilisée pour décrire les réunions visant à choisir les contenus des supports de médiation. Nous supposons que le terme « numérique » est peu à peu préféré aux termes « multimédia » et « audiovisuel » car ces derniers rappellent les adjectifs servant à décrire les bornes interactives des années quatre-vingt et sont associés à une image désuète des technologies. Dans ce cas précis, la signification du terme « numérique » englobe alors les dispositifs multimédias, audiovisuels et les stratégies de communication numérique du musée.

Il est important enfin de souligner le rôle très particulier des technologies numériques au Museon Arlaten. Comme observé précédemment, les technologies ne répondent pas simplement à une demande en termes de médiation mais sont la solution choisie par les architectes pour opérationnaliser la volonté de réflexivité du musée de société. Ce projet ambitieux veut s'appuyer sur un écosystème numérique global qui puisse représenter en partie la nouvelle identité du musée après la rénovation.

Nous observerons ci-dessous de quelles façons les enquêtés donnent à voir une organisation du projet concourant vers un écosystème numérique qui soit pertinent, raisonné et modéré.

2. L’imaginaire du numérique raisonné

De la même façon qu’au musée Mc Cord se développe au Museon Arlaten un discours prônant un projet de stratégie numérique raisonné, où les dispositifs sont d’abord basés sur la pertinence des contenus ainsi que sur la nécessité de leur mise en place en fonction des caractéristiques des publics. Cette rhétorique du numérique raisonné s’oppose à un numérique techniciste et tonitruant qui serait simplement dans l’ostentation du caractère novateur et salvateur de la technologie utilisée. Ce numérique raisonné qui se construit face à un numérique ostentatoire et qui s’opérationnalise dans une discrétion du degré de visibilité de la matérialité du dispositif permet alors de comprendre le rapport du Museon Arlaten à l’innovation.

2.1 Pertinence du contenu et invisibilité du contenant : le numérique discret

On observe que les dispositifs numériques voulus par le Museon Arlaten et par les architectes obéissent globalement à quatre caractéristiques : ils doivent être à la fois pertinents, discrets, raisonnés et modérés. Nous donnerons des exemples pour chacune de ces caractéristiques et tenterons de définir l’imaginaire d’un dispositif numérique discret.

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. À l’instar du musée Mc Cord, on retrouve en filigrane la même critique de la technologie *pour la technologie* comme de la technologie dite *gadget*, où c’est principalement la modernité du dispositif qui attire le visiteur :

« Le numérique était catastrophique si on l’utilisait pour la technologie en fait et qu’il fallait, c’était l’objectif d’interprétation qui conditionnait la technologie que ça appelait, et pas l’inverse » Responsable du service des publics

Lorsque le chargé de mission multimédia et le responsable du service des publics évoquent l’utilité des dispositifs numériques, c’est essentiellement pour souligner l’objectif de mise en valeur des collections dans une perspective exigeante :

« Le rôle, c’est vraiment le support des collections (...) la mise en valeur des collections », « ça ne doit jamais être gratuit » Chargé de mission multimédia, entretien 3

« Quand c'est bien utilisé, c'est vraiment quelque chose d'extraordinaire et du coup j'avais envie qu'on arrive à ce degré d'excellence-là » Responsable du service des publics

Ces réponses se révèlent être assez communes puisqu'une grande majorité des institutions culturelles⁸⁵ invoque l'objectif de valorisation des objets de la collection lorsqu'il s'agit de justifier le recours aux technologies. Cependant les enquêtés auraient pu choisir de mettre en avant d'autres aspects des dispositifs numériques, comme la volonté de moderniser l'image du musée, la démocratisation culturelle ou bien la volonté de proposer des outils inédits. Ces autres raisons apparaissent également dans la parole des enquêtés mais de façon moins récurrente.

On constate également que la discrétion prime lorsque les enquêtés définissent les caractéristiques des dispositifs numériques à mettre en place. Le dispositif doit avoir été pensé en amont et être appréhendé moins en tant qu'outil technologique qu'en tant que vecteur d'expériences et de connaissances. La pertinence du contenu ou de l'expérience proposée rend secondaire la matérialité du support, le rendant symboliquement transparent. En souhaitant idéalement un numérique invisible, où l'information prime sur le support d'inscription, les architectes et les acteurs du musée contribuent à un imaginaire du numérique discret.

« Ça doit savoir se faire oublier », « les dispositifs les plus discrets possibles et les plus utiles aussi (...) un challenge » Chargé de mission multimédia, entretien 3

Sans dénigrer pour autant le plaisir lié à l'expérience de manipulation du dispositif technologique, on observe que le chargé de mission multimédia cherche moins à mettre en avant le contenant que le contenu : ce sont les savoirs véhiculés par les dispositifs et non l'aspect innovant de l'interface qui doivent marquer le visiteur. Cette relation synecdotique entre contenant et contenu souligne le caractère à double tranchant des technologies numériques actuelles : une nature innovante positive vise à attirer le visiteur mais les aspects innovants potentiellement trop divertissants doivent être atténués ou compensés.

Cette dualité propre à l'innovation place le Museon Arlaten dans un paradoxe complexe cherchant à faire cohabiter deux objectifs opposés concernant la visibilité du dispositif. D'une part, le musée souhaite s'inscrire dans le temps présent à travers l'utilisation de technologies actuelles telles que la réalité augmentée ou les tablettes tactiles (dans le but notamment d'attirer le jeune public). Il s'agit d'un défi exigeant visant à varier les manières de transmettre le savoir

⁸⁵ Nous nous référons là encore aux *Actes des rencontres : Médiation & numérique dans les équipements culturels, les 21 et 22 octobre 2013*, BnF, Paris. Publication en ligne : <<http://www.rencontres-numeriques.org/2013/mediation/?action=restitution>>. Consulté le 2 décembre 2013.

ethnographique en proposant des modes de réception qui ne soient pas uniquement la lecture de textes explicatifs mais qui intègrent les différentes expériences de visite décrites plus haut (immersion, interaction, jeu...). Le personnel du Museon Arlaten assume donc l'aspect attractif d'un dispositif technologique, gageant par exemple qu'un visiteur n'ayant jamais expérimenté la réalité augmentée puisse trouver du plaisir dans cette expérience. D'autre part, le second objectif va au contraire chercher à atténuer la visibilité matérielle des dispositifs pour mettre en avant les contenus plus que le contenant.

Bien qu'il soit complexe de différencier clairement ce qui relève du support technologique de ce qui relève du contenu informationnel, le discours des professionnels donne à voir une ambivalence entre ces deux aspects du numériques (attractif d'une part et inutilement gadget d'autre part) répartis dans la dualité support/contenu. Le discours sur le numérique raisonné devient alors le symptôme de cette exigence complexe visant à trouver un équilibre entre l'aspect attractif d'une technologie numérique récente et son aspect potentiellement trop innovant qui la décrédibilise, la marquant définitivement du sceau du *gadget* ou de la technologie comme fin en soi. Il s'agit finalement pour le Museon Arlaten de montrer la compatibilité entre l'innovation technologique et le sérieux scientifique de l'institution muséale, comme si l'inscription du discours du musée sur un support numérique menaçait intrinsèquement la fiabilité des informations présentées.

Ces appréhensions ne sont pas nouvelles et renvoient à de nombreux stéréotypes et discours d'escorte sur les technologies présentant fréquemment la culture numérique en opposition avec la culture légitime.

Nous en donnerons un bref exemple à partir de l'analyse d'une photographie mettant en scène la juxtaposition des univers muséaux et technologiques et ayant donné lieu à un vif débat sur les réseaux sociaux. La photographie en question a été effectuée par l'historien de l'art néerlandais Gijsbert van der Wal le 27 novembre 2014 dans une salle du Rijksmuseum d'Amsterdam et a été postée sur trois réseaux sociaux (Facebook, Twitter et Flickr). Elle représente un groupe de onze adolescents assis sur des bancs dans l'une des salles les plus célèbres du Rijksmuseum. La raison pour laquelle cette photographie a déclenché un important débat réside dans la position des visiteurs adolescents, qui n'admirent pas le tableau accroché au mur (*La ronde de nuit* de Rembrandt) mais sont penchés en avant, le regard dirigé vers leurs smartphones.



Figure 12. *Rijksmuseum*. Crédit photo : Gijsbert van der Wal

Les nombreux commentaires qui ont accompagné cette photographie se situent dans un positionnement tour à tour technophobe (on déplore l'utilisation d'une technologie mobile qui détourne l'attention des œuvres) et technophile (peut-être les adolescents consultent-ils l'application de visite ou bien regardent-ils les photographies des tableaux qu'ils viennent d'effectuer avec leur téléphone ?). L'analyse effectuée par André Gunthert (2015), chercheur en histoire visuelle, de cette photographie souligne le fort potentiel symbolique de ces deux objets puisque le smartphone représente l'avènement des technologies dans la vie quotidienne face au musée qui devient le symbole de la culture légitime dans son ensemble :

« On n'a jamais vu autant de photos de musée que depuis l'avènement du smartphone. Pourquoi ? Parce que la confrontation du dernier avatar technocommunicant avec le symbole par excellence de la culture et du patrimoine produit un affrontement de stéréotypes prêts à l'emploi. Opposer l'art/la culture/le patrimoine vs la barbarie/la technologie/la jeunesse ne relève pas du registre de l'analyse, mais de celui des vérités élémentaires, de l'almanach, des proverbes ou des blagues de comptoir. À noter que cette articulation fonctionne aussi dans le sens d'un dialogue des jeunes avec la culture : toutes les initiatives, elles aussi largement médiatisées et commentées, se traduisant par la valorisation de l'expérience muséale à travers

selfies et smartphones relèvent de la même opposition paradigmatique – amusante, séduisante ou choquante – d’un art du passé avec les pratiques du présent⁸⁶. »

André Gunthert soulève ici le risque de procéder à un jugement hâtif sur les relations entre les technologies et les musées en mettant en opposition de façon manichéenne une culture numérique futile et distrayante qui détourne le visiteur de la culture légitime⁸⁷, là où il semble plus stimulant de prendre la mesure de la diversité et de la flexibilité des usages des publics.

Ainsi, de la même façon, face à ce contraste entre « un art du passé » et des « pratiques du présent » (*Ibid.*), le Museon Arlaten tente de négocier un compromis pour contenter les attentes diverses de ses professionnels comme de ses publics. Cette réflexion sur le degré de visibilité des dispositifs numériques, dans un contexte où l’aspect symbolique des univers muséal et technologique est important et peut cristalliser de nombreux stéréotypes, occasionne dans le musée des questionnements constants à propos de son image institutionnelle.

2.2 Répondre aux enjeux de la muséographie

Pour effectuer la mise en place de dispositifs numériques raisonnés et pertinents, les enquêtés expriment l’importance d’une logique de travail qui parte des usages des publics plus que des équipements technologiques.

De la même façon que le musée Mc Cord, les enquêtés du Museon Arlaten souhaitent privilégier une démarche de conception de dispositifs à partir des attentes et habitudes des visiteurs. En outre, étant dans une période de grande rénovation, ils sont plus aptes que le musée Mc Cord à opérationnaliser une stratégie numérique globale. Ainsi, le chargé de mission multimédia, le responsable du service des publics et les membres de l’équipe recherche et muséographie s’accordent à penser 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 selon eux tendance à valoriser en premier lieu les technologies :

« On met une techno quand on a, quand ça répond à un besoin » Chargé de mission multimédia ; entretien 3

⁸⁶ Cf : Carnet de recherche d’André Gunthert, *L’image sociale*, article : « La ronde de nuit des idées reçues », 2015, disponible en ligne : <<http://imagesociale.fr/1427>>. Consulté le 10 juillet 2015.

⁸⁷ Cet article provenant du carnet de recherche en ligne d’André Gunthert a notamment été posté en mai 2015 sur le groupe Facebook Muzéonum pour dénoncer des raccourcis conduisant à des stéréotypes sur le lien entre les musées et les technologies. Le membre du groupe ayant posté cet article explique qu’il convient de dépasser l’opposition frontale entre les technologies et le patrimoine pour pouvoir analyser finement les usages sociaux nombreux et complexes que permettent les dispositifs actuels. À ce titre, le groupe Muzéonum donne à voir des exemples de dispositifs de médiation illustrant la possibilité d’étendre l’expérience de visite *via* les smartphones à travers l’utilisation d’applications de visite, la prise de vue photographique ou encore la consultation de QR Code.

« Les architectes, au final, j'allais dire, comme les gens qui ne connaissent pas forcément le numérique (...) essayaient d'imposer d'abord une technologie et ensuite on y mettait des contenus. Or le musée je savais très bien qu'on allait le penser au moins cinq ans (...) et que c'est super flippant d'essayer de se battre pour pas faire passer la technologie d'abord » Responsable du service des publics

2.3 Le rapport à l'innovation

Cette volonté de ne pas céder aux choix d'une technologie avant d'avoir défini l'objectif en termes de contenu rend également compte d'un certain rapport à l'innovation. De manière générale, on n'observe pas de sentiment d'exaltation face aux technologies innovantes. De la même façon qu'au musée Mc Cord, les enquêtés font rarement mention de l'aspect attractif de l'innovation, même si le chargé de mission multimédia insiste sur la difficulté de parier à l'avance sur les technologies à la pointe susceptibles d'être les plus durables sur le long terme. Ainsi, l'innovation est envisagée à la fois comme un vecteur d'attractivité pour le public (notamment jeune) tout en étant soumise à la même injonction à la discrétion.

Notons que lorsque nous l'interrogeons sur les nouveaux dispositifs, le responsable du service des publics fait mention de l'existant numérique et insiste sur les dispositifs déjà utilisés :

« Parce que les films et tout ça c'est des choses qu'on utilisait déjà », « et qu'au final il ne fallait pas la toute dernière technologie et que parfois il pouvait y avoir des technologies beaucoup plus simples (...) qui sont simplement du film ou de la vidéo et tout ça, et que ça remplissait l'objectif, et qu'il fallait penser en termes d'objectifs » Responsable du service des publics

Ce *verbatim* interroge la façon dont le musée travaille avec les technologies déjà existantes, ce qui remet une nouvelle fois en cause les discours sur le passage au numérique puisqu'il s'agit davantage d'un repositionnement que d'un changement structurel de l'organisation du musée.

En effet l'arrivée de certaines technologies dans l'institution donne à voir davantage une association de différents supports que des phénomènes de remplacement. L'enquête déjà citée de Joëlle Le Marec et d'Igor Babou à propos de l'organisation des bibliothèques faisant face à des projets numériques révèle que quels que soient les changements opérés, c'est la multiplicité des médias qui prime par rapport à une logique de la rupture : « plusieurs strates technologiques doivent cohabiter pour que le travail soit possible : classeur manuel et fiches papier à côté de la souris du PC » (Le Marec et Babou, 2003 : 277).

En outre, les dispositifs numériques du nouveau musée ne concernent pas uniquement la médiation *in situ*. Le site internet et la billetterie font également partie d'un écosystème numérique que l'équipe du musée souhaite harmoniser. En effet, en mettant en lien ces

différents supports et en s'assurant d'en avoir le contrôle, les professionnels expliquent pouvoir gérer les problèmes technologiques au quotidien tout en tirant profit de chacun des dispositifs (par exemple en utilisant les données de la billetterie électronique pour affiner le profil des visiteurs).

À ce sujet, le chargé de mission multimédia et le responsable du service des publics avouent leur inquiétude à l'idée de ne pas avoir totalement la main sur les dispositifs et de ne pas pouvoir réagir eux-mêmes lors d'éventuels problèmes techniques, étant dépendants de prestataires extérieurs ou des collectivités territoriales. Le responsable du service des publics anticipe également les comportements des autres professionnels lors de l'ouverture du musée. En prenant l'exemple des gardiens de salle face aux dispositifs numériques, le sentiment dominant est l'appréhension ainsi que la nécessité de former les professionnels :

« Ça fait peur à tout le monde », « faudra former absolument les gardiens, les gardiennes (...). On a des gardiens et des gardiennes, allumer un ordinateur, ça leur fait peur », « peur », « malaise » Responsable du service des publics, en parlant du service des publics

De la même façon qu'au musée Mc Cord on retrouve deux caractéristiques opposées de la stratégie numérique du musée : tour à tour facteur d'émancipation ou de frustration pour les personnels.

2.4 La critique des discours d'escorte sur le numérique : « Se jeter sur le numérique » et « se couper les ailes »

Les critiques exprimées par les enquêtés à propos des discours d'escorte sur le numérique sont semblables à celles du musée Mc Cord et des bloggeurs professionnels. Elles dénoncent deux tendances : l'injonction à l'innovation et le manque de recul critique sur les technologies.

Les enquêtés critiquent une réception parfois trop enthousiaste des dispositifs technologiques, caractérisée par un regard plus centré sur la technologie innovante que sur les objectifs à long terme concernant la médiation. Cette critique se situe dans un contexte où les enquêtés se sentent acculés par une tyrannie de l'innovation qui les oblige à penser aux technologies les plus récentes alors même que des dispositifs déjà connus (vidéos, sons) permettent parfois selon eux d'atteindre l'objectif voulu. Une perception trop naïve et enthousiaste des effets de mode nuit selon le responsable du service des publics à une réflexion fine des enjeux de la conception de dispositifs adaptés au projet scientifique et culturel du musée :

« Il y a un effet de mode, et dans le premier projet y avait ce côté réalité augmenté partout et en fait, très vite je me suis aperçue en rencontrant des gens, en parlant etc, qu'il n'y avait pas de compréhension de ce que c'était au fond, la réalité augmentée », « il n'y avait rien de plus déceptif comme on dit, pour dire un mot à la mode, qu'un lieu où il y a du numérique où on voit que c'est du foin, que c'est de la poudre aux yeux, ou bien des trucs qui ne marchent pas, parce que très souvent c'est ça. » Responsable du service des publics

Le responsable du service des publics évoque également certaines représentations sociales sur le numérique, notamment la tendance à ramener la réflexion sur les technologies aux seuls supports actuels (tablette tactile, réalité augmentée, *oculus rift*⁸⁸...) sans penser la nécessité des dispositifs.

Il reproche au contexte actuel de penser l'innovation dans le support et non dans l'activité de médiation globale, par exemple en se focalisant sur la réalité augmentée et non sur son inscription dans un jeu transmédia :

« À être sur du multi-support et pas toujours sur du support papier et tout ça en fait, le numérique ça peut être des choses très, c'est pas forcément l'écran tactile. (...) Pour moi je le compte aussi dans le, pas dans le numérique mais dans le support, dans le multimédia. Voilà, oui en fait, voilà. Plus multimédia que numérique. »
Responsable du service des publics

Dans ce cas précis, le responsable du service des publics emploiera plus volontiers le terme *multimédia* que le terme *numérique*, afin de penser la technologie en tant que dispositif de communication entre différents registres médiatiques (Davallon, 2006). Dans ce cas précis, le mot multimédia met plus en avant le contenu (vidéo, son) que les possibilités technologiques (tactile, réalité augmentée) qui elles se retrouvent davantage dans le terme *numérique*.

Ce double discours des acteurs, tour à tour enthousiaste et critique vis-à-vis de l'utilisation croissante des technologies au musée n'est pas sans rappeler les autres types de discours professionnels présentant l'intégration de dispositifs numériques. Nous faisons ici référence aux discours des bloggeurs ainsi qu'aux journées *Rencontres médiation et numérique dans les équipements culturels*, cités précédemment. Les discours des professionnels du patrimoine présents à ces rencontres sont marqués par une justification permanente de l'acquisition des dispositifs numériques. La plupart des communications sur les dispositifs présentés sont précédées d'une explication de l'aspect nécessaire du recours à la technologie et sont suivies de critiques concernant les limites de l'utilisation. Ce phénomène rappelle le modèle du numérique raisonné précédemment décrit où la présentation d'un dispositif est systématiquement accompagnée d'une justification concernant son utilité. Cependant, lors de ces rencontres, le

⁸⁸ L'*oculus rift* est un dispositif de réalité virtuelle prenant la forme de lunettes immersives.

dispositif numérique est d'emblée pensé comme un élément positif et essentiel du fonctionnement des musées. La plupart des communications s'inscrivent alors dans un présupposé favorable au numérique, ce qui a pour conséquence de contraindre un débat véritable sur la nécessité de ces dispositifs. En outre, l'intitulé même de cet événement (*Rencontres médiation et numérique dans les équipements culturels*) pose question en ce qu'il comprend d'emblée le terme « numérique ». S'il s'agit de prendre le pouls des tendances actuelles de l'utilisation des technologies au musée, les intentions des journées sont clairement indiquées. Mais si l'objectif est plutôt de faire un état des lieux chaque année des dispositifs de médiation des institutions culturelles françaises, cela signifie que la médiation actuelle est d'emblée pensée comme numérique.

Dans ce cas, on peut alors se demander quels espaces les professionnels peuvent investir pour présenter leurs initiatives de médiation non numériques. Dans quelle mesure les professionnels du musée ont-ils un espace pour faire part de leurs doutes, à propos des dispositifs numériques mais également concernant ses présupposés en termes de nécessité ?

À ce sujet, on observe que l'anticipation de l'utilisation du numérique au Museon Arlaten est raisonnée, chaque mouvement d'enthousiasme étant suivi ou précédé d'une pondération :

« Mais je pense qu'on attend beaucoup trop, enfin on pense qu'on va mettre énormément de choses dedans, et je pense qu'au final on mettra moins que... On a un peu l'impression que ça peut, ça peut ouvrir nos boîtes d'archives, nos, nos, mais ça ne le fera pas vraiment, enfin un petit peu mais pas autant qu'on le souhaiterait
quoi » Equipe recherche et muséographie

Le 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 de la mise en ligne) et la lucidité face à la réalité de la rénovation qui impose de mettre à disposition des publics une quantité de contenus raisonnable.

« Il y a tellement de documents et notamment de documents papiers, et je pense qu'on va se jeter un peu sur le numérique comme la possibilité de mettre des tonnes de stockage : d'images de textes, de lettres de photos de patins et couffins, et que ça risque d'être un peu aride » Responsable du service des publics

« Nous, faudra qu'on se coupe un peu les ailes en termes de contenus, on mettra moins que ce qu'on avait imaginé au départ » Equipe recherche et muséographie

Mais on observe également des situations où un dispositif numérique semble nécessaire et où les professionnels défendent les avantages du recours à la technologie sans se justifier :

« C'est incontournable, on ne pouvait pas faire ça autrement », « c'est la seule façon de faire ça correctement »
Assistant à maîtrise d'ouvrage

L'accessibilité des contenus du musée 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 sur un même dispositif :

« Le truc qui m'a fait vraiment me dire : "On ne peut pas y couper", c'est la question de la langue quoi. Par exemple, l'alternative c'était quoi ? C'est des cartels en trois langues ? (...) et là c'est vrai que, y a pas d'autres solutions que le multimédia » Equipe recherche et muséographie

Par rapport à notre questionnement initial portant sur la nature de la réquisition numérique (Labelle, 2007 ; Jeanneret, 2014), nous observons que les professionnels du Museon Arlaten négocient avec des discours d'injonction du passage au numérique (venant notamment des architectes) pour imposer un modèle modéré et réfléchi.

Nous notons qu'ils ont également des difficultés à trouver des espaces pour critiquer la fantasmagorie du numérique. Ils craignent de passer pour réactionnaires lorsqu'ils émettent des réserves, alors même qu'ils ne critiquent pas le tournant numérique en lui-même mais certaines façons de mettre en place les dispositifs.

3. L'anticipation des publics

Les enquêtés expliquent généralement qu'ils mettent en place des dispositifs numériques pour maintenir, renforcer et actualiser la confiance entre l'institution et son public (Le Marec, 2007). La crainte de trahir son public ou de privilégier une catégorie de visiteurs plutôt qu'une autre est récurrente.

Dans ce contexte tendu, nous décrivons alors la façon dont les enquêtés prêtent à leurs futurs visiteurs des comportements potentiels liés à leur utilisation des dispositifs. Les attitudes anticipées oscillent entre des sentiments négatifs liés à l'incompréhension, la frustration et la déception, et des réceptions favorables telles que l'exaltation, la convivialité et la curiosité. Les enquêtés espèrent que les dispositifs numériques vont susciter un regard neuf sur le musée. En outre, les publics sont souvent répartis en différentes catégories en fonction de leur âge (enfance, adolescence et troisième âge), de leur contexte de visite (touristes étrangers, visiteurs locaux) et de leurs attentes (public néophyte ou expert).

3.1 Les réactions positives : un public curieux et coopératif

Les enquêtés espèrent que la découverte des dispositifs de médiation sera l'occasion d'une expérience stimulante devenant un facteur d'engagement dans la visite muséale. Ils font essentiellement référence à l'attrait pour la nouveauté, la surprise et l'exaltation que le dispositif pourrait faire naître. Le plaisir de découvrir un dispositif dont on ne connaît pas le fonctionnement auparavant est souligné :

« Ferment d'interpellation et de curiosité » Assistant à maîtrise d'ouvrage

Selon les attentes du chargé de mission multimédia, certains dispositifs numériques sont à même d'apporter une atmosphère sympathique et conviviale favorisant la discussion entre les visiteurs. Il espère notamment que les vitrines-tables vont permettre à des visiteurs des échanges d'informations grâce aux fonctionnalités dynamiques des plateformes proposant de s'échanger des documents. Il imagine ce que pourraient dire des visiteurs découvrant ensemble les documents de la table tactile :

« Tiens je suis en train de regarder, j'ai ouvert une petite fenêtre, là je regarde une vidéo, je te la passe » Chargé de mission multimédia, entretien 3

Le chargé de mission multimédia suppose alors qu'il y aura davantage d'interactions et de discussions entre les publics durant la consultation d'une table tactile que par exemple lors de la projection d'un film où le visiteur visionne la vidéo de façon plus passive. Cela renvoie à un imaginaire des dispositifs numériques où l'interactivité est corrélée à la convivialité.

Par ailleurs, la très grande quantité d'informations disponible sur les multcartels et les vitrines-tables pose la question de la réutilisation du dispositif. Le responsable du service des publics anticipe des visites en plusieurs temps où les publics poursuivraient leur visite soit sur le site internet du musée soit en revenant sur place :

« Je pense qu'il y a des gens qui vont venir pour peut-être juste pour s'installer dans une salle et, approfondir un sujet ou pour une deuxième visite, une troisième » Responsable du service des publics

En imaginant que le dispositif sera utilisé plusieurs fois, les enquêtés souhaitent proposer suffisamment de contenus (approfondissement) et de possibilités de navigation différentes (diversification) pour répondre aux attentes des visiteurs passionnés et experts.

3.2 Les réactions négatives : un public désemparé et mal à l'aise

Qu'il s'agisse d'un public qui ne se sente pas compétent face à un dispositif numérique, ou d'un public qui voit ses attentes déçues par rapport à l'utilisation supposée du support, la principale appréhension des enquêtés est d'imaginer le visiteur dans des situations d'incompréhension, de désintérêt et de déception.

Le sentiment d'incompréhension et de malaise peut venir de différentes raisons : la peur de ne pas savoir utiliser le dispositif (sentiment d'incompétence), le désintérêt pour le numérique et enfin la frustration ou la déception. Les enquêtés craignent la réaction de publics s'excluant d'emblée des dispositifs, pensant que le numérique ne sera « pas pour eux ». Cette crainte est la plupart du temps associée aux personnes âgées :

« Une mamie de 80 ans, dans une salle sombre pleine d'écrans, elle va passer tout droit » Chargé de mission multimédia, réunion 4

Le responsable du service des publics espère que le public habitué à l'ancien musée ne sera pas troublé par une muséographie numérique qui l'empêcherait de retrouver la magie de la rencontre avec les objets de la collection :

« Alors il paraît qu'il y aura que du numérique et qu'on verra plus d'objets ? » Responsable du service des publics, citant les propos d'un visiteur

Face à ces appréhensions, la réponse qu'apporte le musée est une réflexion permanente sur la hiérarchie des contenus dans les dispositifs pour que l'utilisation soit la plus simple possible. Les enquêtés font alors souvent appel à l'impératif d'intuitivité décrit plus haut. De la même façon, le service recherche et muséographie craint qu'un trop grand nombre de dispositifs interactifs isole le visiteur dans l'expérience de consultation et ne gêne les autres visiteurs, alors obligés d'attendre :

« La grande règle qu'on nous fait passer c'est : "Plus c'est interactif, plus c'est individuel" (...) si ça doit s'adresser à plusieurs personnes en même temps, il faut qu'il y en ait une qui ait la main et qui frustre les autres en changeant ou en faisant son propre raisonnement, son propre chemin » Equipe recherche et muséographie

La difficulté de concilier des dispositifs interactifs et des visites en groupe oblige à anticiper la diversité des supports en équilibrant le nombre de dispositifs interactifs (scénarisés pour une seule personne) et de dispositifs passifs (projection vidéo en boucle, projection sonore, pouvant être consultés en groupe). D'après les enquêtés, la spécificité du parcours muséographique rend complexe l'utilisation des dispositifs numériques lors des visites guidées sauf pour les contenus passifs. Il est par exemple complexe et peu probable qu'un groupe de scolaires utilise ensemble un écran tactile fixe prévu pour deux ou trois visiteurs. Afin de ne pas générer de frustration,

des dispositifs compensatoires sont pensés pour ajuster l'utilisation lors des différents contextes de visite :

« Et vu la configuration des tailles de pièces du parcours muséal, je sais très bien que le numérique il sera installé dans le parcours mais il ne sera pas pour les groupes. Je veux dire on ne peut pas mettre trente gamins autour d'un écran. Or l'écran va attirer les gamins, et tout de suite je me suis dit il faut qu'on puisse avoir une compensation pour les groupes, parce que c'est justement un public qui va être sensible à ça, or il va être frustré » Responsable du service des publics

Dans ce contexte de l'usage du numérique lors de visites en groupes, le responsable du service des publics propose comme solution l'accès de tous les médiateur aux contenus du musée permettant d'ajuster la visite :

« Il faut que dans les salles de médiation, il faut que je puisse avoir accès à tous les contenus du musée, parce que comme les groupes, les classes ne pourront pas y avoir accès dans le musée, il faut quand même que je puisse leur mettre à disposition » Responsable du service des publics

Enfin, la dernière appréhension observée quant aux effets potentiellement négatifs des dispositifs numériques concerne le fonctionnement quotidien des appareils. Des craintes apparaissent à propos des conséquences sur l'image du musée en cas de dysfonctionnement, mais également sur la possibilité de mise en place d'un service de maintenance potentiellement coûteux :

« Ce qui me fait peur ce n'est pas l'outil média en tant que tel, c'est des histoires de maintenance et des trucs qui tombent en rade tout le temps », « On a tous vu des musées qui, où t'as un écran noir sur deux... », « mais dès que c'est ouvert on a l'impression que ça tombe en panne », « en termes de maintenance et de régularité du suivi, et cætera, on est un peu les parents pauvres... », « eh puis c'est très cher » Equipe recherche et muséographie

« Attention à la maintenance, attention à tout ça et tout. Un cartel, vous prenez de la colle vous le remettez quoi, un truc numérique, ça ne marche pas, vous avez l'air con. » Responsable du service des publics

En comparant les modalités de maintenance entre le support papier et le support technologique, le responsable du service des publics soulève la subordination des professionnels au dispositif numérique. En effet, ces derniers ne peuvent plus agir directement pour réparer manuellement le dispositif (recoller le cartel) mais sont tributaires d'intervenants extérieurs venant effectuer une opération de maintenance. En anticipant ces situations de panne, les enquêtés donnent à voir une appréhension manifeste vis-à-vis des capacités de l'institution à mettre en œuvre des services de maintenance efficaces.

Le peu de maîtrise directe sur les dispositifs fait expérimenter aux enquêtés ce qu'Alain Gras appelle la « civilisation de la fragilité » (2003 :7) pour désigner des individus pris dans des « rails techniques » qu'ils ne contrôlent pas et dont ils sont dépendants.

On y voit en filigrane l'affirmation de l'importance des dispositifs numériques pour la médiation, comme symbole fort de l'identité de l'institution, puisque selon les enquêtés un écran qui ne fonctionne pas dans le parcours est un élément rédhibitoire pour le musée qui signe l'échec symbolique de sa transition numérique.

3.3 Éviter la surcharge informationnelle

La gestion de la quantité de contenus multimédias est un enjeu qui occasionne des débats autant entre le musée et les architectes qu'en interne, entre les différentes équipes du musée. Face à la tentation déjà évoquée d'utiliser les plateformes numériques comme espace infini pour proposer un très grand nombre de contenus, les différentes équipes sont attentives au risque de noyer le visiteur sous un trop plein d'informations ou sous de trop grandes stimulations audiovisuelles :

« La cacophonie » Chargé de mission multimédia entretien 5

« Pour éviter la cacophonie générale, que les dispositifs soient silencieux, sauf certains, comme par exemple la vitrine de la musique » Chargé de mission multimédia entretien 4

« Du son en continu à certains endroits ça rend fou le personnel, ça peut gêner d'autres visiteurs », « le problème principal par rapport au multimédia et qui est encore un qui ne va pas être une réussite, enfin j'ai peur du résultat, c'est le son (...) à mon avis l'avenir il est là quoi : le mec qui va inventer une douche sonore de dix centimètres, il sera trop fort, et il va juste taper sur ton oreille-là tu vois, il sera trop fort ! » Equipe recherche et muséographie

Les débats sur la surcharge informationnelle concernent également les équipes du musée entre elles, indépendamment des choix des architectes. On constate l'importance pour l'équipe recherche et muséographie et pour le service des publics de trouver un équilibre entre deux logiques contraires. Le responsable du service des publics soulève la tendance de l'équipe recherche et muséographie à proposer trop de contenus alors que de son côté il cherche à rendre accessible les informations principales en pensant des scénarios spécifiques pour les publics qui n'auraient pas les clefs pour comprendre le projet réflexif :

« Le futur musée, intellectuellement (...) le discours est compliqué, ça réclame des connaissances et un *background* culturel assez important, et je trouve que c'est un musée qui ne sera pas facile et donc je suis toujours à essayer d'apporter la voix d'un public élargi qui n'a pas fait bac plus sept en archéologie »

Responsable du service des publics

3.4 La partition par l'âge

Les temps d'entretiens et d'observations durant les réunions font apparaître une qualification par le musée des visiteurs potentiels selon cinq critères classiques : l'âge, la nationalité, les conditions d'accessibilité (situation de handicap), le capital culturel (néophyte, expert) et le contexte de visite (individuel, scolaire, famille). Lors des réunions, chaque choix de dispositif numérique fait apparaître dans la discussion ces différents profils, au nom desquels les dispositifs sont ajustés *via* des dispositifs compensatoires. Par ailleurs, les résultats donnent à voir une anticipation des publics qui se fait en fonction de leurs compétences numériques supposées. Il y a également une crainte de la part du musée d'un dispositif numérique qui éloignerait le visiteur de l'objet exposé, ce qui nous amène à une situation de concurrence cognitive entre l'objet patrimonial et le dispositif numérique dans l'attention du visiteur.

Comme évoqué précédemment, le Museon Arlaten se positionne à la croisée de différentes aspirations et se trouve face à des injonctions contradictoires. On constate une dialectique entre une volonté de présenter des supports technologiques à la pointe de l'innovation et le désir d'instaurer un numérique rassurant aux codes simples et maîtrisés par le plus grand nombre. La rhétorique du révolutionnaire qui entoure souvent l'arrivée d'une technologie nouvelle dans le milieu publicitaire est alors réinterrogée dans le contexte culturel car le musée tend à minimiser ce discours au profit des contenus cognitifs proposés par les dispositifs.

Nous remarquons que le musée a recours plusieurs fois à certaines figures archétypales du visiteur afin de faire les choix des dispositifs. Dans les réunions visant à déterminer le choix du matériel et sa place dans l'exposition, on remarque la référence à trois grandes figures de visiteurs imaginées par le musée en cas de conflit dans l'équipe : « la mamie de quatre-vingts ans », « l'adolescent de quatorze ans » et « l'enfant de dix ans » (réunions 3, 5 et 6). Soit ces figures de visiteur posent question, soit elles servent à argumenter pour le choix d'un outil plutôt qu'un autre.

Les professionnels ont souvent recours au stéréotype de la personne âgée dans des réflexions visant à éviter une trop forte visibilité des technologies dans les salles d'exposition. Selon le musée, ce type de public connaît peu les codes du tactile. Il convient alors de mettre en place une interface connue et un fonctionnement simple. Pour ce public, l'injonction est alors de rendre le numérique facile d'accès, didactique et discret. Cependant, le responsable du service des publics fait part de ses doutes quant à la potentielle technophobie des personnes âgées. Il explique chercher à s'appuyer sur des enquêtes de public pour éviter de développer une vision stéréotypée des visiteurs âgés :

« Il y a un peu des, j'ai l'impression des fantasmes sur le numérique et les publics, on dit que les personnes âgées n'utilisent pas et puis y a d'autres études où on dit que les seules personnes, par exemple au musée de Nantes, qui font tous les multimédias en entier, c'est souvent des personnes âgées, et enfin, je ne sais pas, après c'est tellement en évolution par rapport à la société, ce qui était vrai y a cinq ans n'est peut-être plus vrai maintenant. » Responsable du service des publics

Le second stéréotype est celui de l'adolescent. Ici la crainte est inversée : le musée craint que le public adolescent trouve le musée ennuyeux et se détourne des objets de la collection pour ne s'intéresser qu'aux écrans. Le responsable du service des publics s'explique notamment à propos du contenu proposé sur une table tactile :

« Un ado de quatorze ans, il va s'ennuyer, il faut quelque chose de vivant sur les tables tactiles » Responsable du service des publics

Le musée cherche ici à mettre en place des dispositifs numériques proposant des contenus attrayants, surprenants et interactifs contenant des récits et des éléments ludiques, ce qui s'oppose à la stratégie précédente. Les professionnels interrogés parient alors sur les compétences supposées des jeunes générations, gageant qu'ils possèdent une sympathie pour les supports écraniques doublée d'un « désir d'interaction. » (Renaud, 2014 : 70).

Le dernier stéréotype est celui de « l'enfant de dix ans ». Les professionnels se posent la question de la médiation la plus adaptée pour le jeune public dans un musée contenant un discours scientifique complexe. Ils hésitent entre une médiation uniquement pour les enfants ou une médiation suffisamment large pour qu'enfants comme adultes y trouvent leur compte. Leur réponse est le plus souvent la mise en place d'un jeu pensé pour les enfants mais suffisamment satisfaisant intellectuellement et esthétiquement pour que les adultes puissent avoir envie d'y participer. On observe ici une fusion de ces deux catégories de public ainsi qu'un choix stratégique. Le musée après avoir hésité à réaliser deux parcours de médiation parallèles (enfant et adulte) choisit finalement de créer des ponts entre ces deux publics *via* le dispositif du jeu. Les comportements des enfants sont toujours pensés dans le cadre d'une visite familiale qui serait enrichie et facilitée par des dispositifs numériques :

« Et je me disais, tous ces gens qui viennent en famille et tout ça, ça veut dire que ceux-là n'auront jamais accès à l'interprétation puisqu'en salle d'interprétation avec les enfants ça sera intenable, et en plus, on sacrifie ce discours-là pour les enfants, c'est-à-dire, et alors il y a eu un débat dans la dernière réunion et du coup je me suis dit : c'est dans les salles d'interprétation qu'il faut développer des modules numériques spéciaux pour enfants »
Responsable du service des publics

On a ainsi recours à des stéréotypes de publics d'âges différents disposants ou non d'une « culture documentaire », numérique ou muséale supposée (Vidal, 2012). Nous constatons alors

qu'entre ces figures qui démontrent une partition du public par l'âge, le musée choisit ses dispositifs et ses contenus en fonction des compétences supposées de son public. Il cherche avant tout à rendre la matérialité des technologies à la fois discrètes et attrayantes alors même que le contenu de ces dispositifs fonde le discours scientifique exigeant du musée.

Nous pouvons enfin nous interroger quant à l'absence de la figure du public adulte lors de ces discussions dans les réunions. Nous supposons que le public adulte est le type de public anticipé par défaut. C'est la raison pour laquelle il ne fait pas l'objet de débats. Nous pensons qu'il incarne le visiteur modèle (Davallon, 1999) en référence au lecteur modèle d'Eco (1979), c'est-à-dire un public exemplaire qui tire profit des dispositifs mis à sa disposition. Le public adulte se définirait donc en creux : il fait figure d'impensé du public et demande à être étudié à l'aune de cette dialectique entre présence et absence de ce profil dans les discussions en réunion.

Conclusion

On remarque globalement que le musée s'interroge sur la façon dont la grande quantité d'informations disponibles sur les supports numériques sera accueillie par le public. Il y a d'une part une peur de noyer les visiteurs sous ces informations en proposant un contenu qui ne répondrait pas à une attente précise ; et d'autre part une conviction que le discours scientifique du musée passe par ces dispositifs et que l'institution a absolument besoin d'un regard distancié sur sa muséographie pour pouvoir être appréhendée. À cela s'ajoutent d'autres craintes des professionnels vis-à-vis de leur futur public. Ils craignent que les visiteurs attachés au lieu n'y retrouvent plus la « magie » ni « l'ambiance » qu'ils avaient pu y connaître plus tôt, à cause au foisonnement des écrans. Pour apaiser cette inquiétude, le modèle de la convivialité est convoqué en ce qu'il permettrait de rassurer le visiteur et d'insuffler un caractère plus léger à la visite. Comme observé plus haut, des efforts sont faits pour que la visite au musée devienne un acte social permettant le partage des impressions et non seulement la consultation individuelle des contenus mis à disposition. Lors des réunions, la question de la convivialité est souvent abordée. Cela se traduit par des choix de contenus tels que les jeux (classiques ou transmedias), des récits et des supports pouvant être utilisés à plusieurs afin de permettre potentiellement la discussion entre les visiteurs.

Nous observons globalement une crainte quant au repositionnement de l'identité et du discours du musée qu'implique la rénovation. Les dispositifs numériques sont alors largement investis comme étant les garants du bon fonctionnement du nouveau musée en ce qu'ils doivent

représenter selon eux le recul réflexif du discours scientifique en même temps que l'ouverture du musée à des enjeux contemporains.

4. Enjeux des dispositifs numériques sur la muséographie

L'introduction de dispositifs numériques pour la médiation au Museon Arlaten questionne les conceptions traditionnelles du parcours muséographique tout en repositionnant l'organisation spatiale et symbolique de l'exposition.

Ce constat n'est pas nouveau, l'enquête réalisée à propos du jeu *Plug* au musée des Arts et Métiers rend compte de la capacité des dispositifs numériques à faire émerger des parcours de visite différents pouvant mener à des logiques d'appropriation :

« PLUG est plus interactif qu'une visite classique ; il permet d'infléchir son parcours. On prend une carte, on va voir un objet. Le parcours n'est pas linéaire. C'est un facteur d'appropriation du musée, on peut passer deux fois au même endroit » (Jutant *et al.*, 2009 : 18)

Au Museon Arlaten, la muséographie numérique a également une influence importante sur le rythme du parcours, ponctué par les salles d'interprétation qui matérialisent les espaces dédiés au recul réflexif. Nous verrons ci-dessous que les dispositifs numériques peuvent faire évoluer le rapport aux collections en repositionnant le parcours. Si ce sont généralement les dispositifs numériques qui ont pour rôle de médier l'objet de collection, la place des technologies au Museon Arlaten donne à voir des situations où c'est au contraire l'objet qui vient éclairer le dispositif.

4.1 L'évolution du rapport à l'objet par l'apport documentaire

Afin de décrire ces phénomènes, il convient d'expliquer de quelle façon les objets de la collection s'inscrivent dans le projet de muséologie réflexive du Museon Arlaten. Nous reviendrons sur les enjeux du projet de rénovation en nous intéressant spécifiquement à l'importance des documents numériques qui constituent les contenus de la médiation.

Comme indiqué précédemment, la muséographie des conservateurs successifs du musée sera maintenue et commentée afin que la visite prenne la forme d'un parcours dans les différentes façons d'exposer les objets ethnographiques à travers les époques, l'institution ayant vocation à devenir un musée du musée d'ethnographie. L'objectif du musée serait d'apporter, grâce aux outils du numérique, la documentation suffisante à l'élaboration d'un recul critique sur la

muséographie des musées d'ethnographie. À ce titre, l'arrivée des substituts numériques des collections dans les dispositifs de médiation est présentée comme un changement majeur permettant d'apporter un regard nouveau sur ces objets. Au total, la collection est de 35 000 objets. La taille du musée ne permettant d'exposer qu'une infime partie de cette collection, le recours au numérique rend possible une mise en visibilité de leurs substituts numériques, auparavant uniquement consultés par les professionnels ou les chercheurs. Cette mise en visibilité de ces documents consignés devenant des documents contextuels (car présents sur les supports de médiation) s'inscrit pleinement dans le projet de mise à distance de l'objet.

À titre d'exemple, nous présenterons des passages du document intitulé « Intentions éditoriales » réalisé par l'équipe recherche et muséographie, qui répertorie les messages à faire passer concernant le discours du musée sur la mise en exposition à travers les âges. L'objectif est d'éduquer l'œil du public aux différentes façons d'exposer tout en révélant les prises de positions des muséographies antérieures. Ce document présente les trois objectifs principaux des contenus de médiation : présenter l'histoire de la muséographie, présenter l'histoire de la discipline ethnographique et présenter l'évolution de l'utilisation des objets et des traditions.

Les objectifs concernant l'histoire de la muséographie visent essentiellement à indiquer au public les partis pris qui précèdent le choix des objets comme leur mise en scène :

« Montrer en quoi la muséographie de F. Mistral sert des convictions régionalistes », « Révéler les modèles muséographiques utilisés (Trocadéro, exposition universelle, musées nordiques) », « Attirer son attention [au visiteur] sur la muséographie mistralienne », « Montrer comment le musée devient lieu d'apprentissage ». Source : document intentions éditoriales

Concernant l'histoire de l'ethnographie, le musée fait appel à des documents contextuels provenant d'archives, d'extraits d'ouvrages portant sur l'histoire de l'ethnographie ou bien d'extraits d'enquêtes qualitatives :

« Interpeller le visiteur sur les liens entre anthropologie exotique et européenne », « Expliciter comment les mannequins moulés d'après nature (...) renvoient à l'anthropologie physique et à la sculpture ethnographique (dans l'anthropologie du XIXe siècle, le type physique est considéré comme un marqueur d'identité révélateur de l'origine "raciale") », « Approfondir la notion de rites de passage ». Source : document intentions éditoriales

Enfin, concernant l'évolution de l'utilisation des objets et des traditions qui y sont associées, les messages à faire passer veulent opérer un décryptage, voire une démythification des stéréotypes de la Provence actuelle réalisé par des spécialistes :

« Décrypter les permanences et nouveautés dans les fêtes populaires d'aujourd'hui : les exemples du carnaval, de la Tarasque », « Analyser des stéréotypes (...) les treize desserts », « Pointer, à travers l'exemple de l'illustrateur Lelée, la normalisation inhérente au processus de folklorisation », « Analyser l'instrumentalisation de la notion de tradition au service d'intérêts commerciaux et touristiques (...) courses camarguaises, féria », « Mettre en lumière le récit régionaliste sur la Provence ». Source : document Intentions éditoriales.

Dans ces trois exemples de mises à distance, ce sont les choix de documents précis provenant souvent des archives (iconographie, textes, vidéos et enquêtes ethnographiques) ou du centre de documentation du musée qui sont les garants du discours réflexif. À travers ces trois niveaux de réflexivité, ce sont trois couches de savoir différentes qui viennent graviter autour de l'objet pour instaurer une distance critique. L'enjeu de la conception des contenus de médiation sera alors de faire un tri pour choisir les documents qui seront le plus à même de dévoiler ces trois couches de savoir. Il y aurait donc dans certains de ces documents une capacité à décrypter les stéréotypes de la Provence. Le véritable enjeu de l'exposition serait alors la réflexivité, ce qui permet de repenser le rapport à l'objet ethnographique. L'objet exposé possède une véritable médiathèque numérique (Welger-Barboza, 2001) autour de lui (matérialisée par les cartels numériques ou les tables *multitouch*) qui le décrit à un premier niveau puis le met à distance.

4.2 Une muséographie numérique privilégiant la consultation au service de la réflexivité

Comme décrit précédemment, la rénovation du musée implique la modification du parcours muséographique dans le but de favoriser la consultation de ces documents contextuels permettant une mise à distance de l'objet. En effet, on observe une tendance à permettre aux visiteurs de consulter de grandes quantités de documents dans des espaces précis, après avoir vu des objets dans les salles précédentes. Cette notion met en évidence la façon dont les professionnels anticipent la pratique de visite, en offrant une place particulière à la consultation de documents dans le parcours. L'importante offre documentaire des dispositifs de médiation fait de ces documents contextuels une véritable reproduction d'un fonds documentaire et peut brouiller la frontière entre ce qui est de l'ordre de la visite muséale et de la consultation iconographique.

Cela se vérifie dans les salles d'interprétation du musée : les espaces intermédiaires entre deux séquences du musée qui permettent de consulter des écrans tactiles présentant une interprétation sur les connaissances délivrées dans les salles précédentes. Puisqu'il s'agit d'un écomusée de la culture provençale qui entend devenir un musée de société proposant des savoirs sur le travail

d'ethnologue, ces salles souhaitent donner au visiteur un recul sur les traditions provençales et les restituent dans un contexte historique afin de regarder d'un œil averti la folklorisation de la Provence. Sur ces écrans il sera possible de consulter des documents complémentaires qui expliquent les origines comme les rémanences actuelles des objets présentés précédemment.

Le chargé de mission multimédia est amené à définir les différents rôles des dispositifs de médiation pour faciliter grâce au numérique la compréhension des savoirs divulgués par l'exposition. Si l'on prend l'exemple d'un costume porté lors d'une fête provençale, le cartel numérique donnera des informations de base sur l'objet : il sera contextualisé par rapport à la fête dans laquelle il est requis et il y aura une explication de la façon dont il est utilisé par ceux qui participent à cette fête. Les salles d'interprétation en revanche permettront un questionnement approfondi par rapport à la place de cette fête dans la société d'aujourd'hui en fonction de la façon dont elle a évolué et ce que révèle le choix de l'exposition de ce costume dans la muséographie du siècle passé. Il s'agira de présenter des documents contextuels (photographies, enquêtes ethnographiques) à propos d'une thématique vue précédemment afin de provoquer chez le visiteur une posture réflexive. En somme, à travers ce métadiscours, le musée donne à voir ses propres coulisses et son propre positionnement scientifique sur l'histoire de l'institution en incitant le visiteur à consulter les contenus mis à sa disposition. La mise en place de ces salles d'interprétation, en tant qu'espaces dépourvus d'objets et dont l'objectif est de revenir sur les savoirs acquis dans les salles précédentes, donne ainsi à voir la mise en visibilité et la revalorisation des documents au sein du musée.

Le parcours du visiteur est alors scandé dans chacune des séquences par un rythme binaire : découvrir un type de muséographie (par exemple les dioramas) dans les salles d'exposition puis les analyser dans les salles d'interprétation. Dans cette muséographie, l'activité de consultation documentaire est donc fortement suggérée au visiteur, au moins autant que celle de déambulation. Cette organisation de la muséographie centrée sur les modalités de consultation des documents rapproche les objectifs des salles d'interprétation de ceux d'une médiathèque. En effet la consultation des contenus de tous les dispositifs du musée demanderait un temps considérable. Le responsable du service des publics imagine à ce sujet que les visiteurs passionnés reviendront plusieurs fois pour finir de tout consulter.

Ce type d'exposition rappelle le concept de « muséologie de point de vue » développé par Davallon, ainsi que le concept « d'exposition documentaire ». Cette dernière a pour objectif la valorisation des ressources liées à un sujet ou à une discipline afin de : « faire acquérir par un

public une certaine quantité d'informations sur un sujet donné » (Davallon, 1992 : 61) et se développait déjà avant l'utilisation des dispositifs numériques.

4.3 L'objet prétexte : une inversion du rapport collection/médiation

Enfin, dans certains dispositifs, ce sont les objets de la collection qui viennent illustrer le contenu des tables tactiles, inversant le schéma de médiation habituel dans lequel le contenu de la médiation explique l'objet.

À titre d'exemple, sous les écrans transparents des vitrines-tables, des objets de la collection ont un statut contextuel de « décoration ». Un manuscrit dans la vitrine des Félibriges aura notamment ce rôle :

« Ce sont des objets de la collection, mais ils seront là comme, décoration » Chargé de mission multimédia, entretien 4

« Il y aura quelques objets qui seront pas des objets de, qui seront pas des objets de patrimoine, au même titre que les objets que les objets que l'on aura vu dans les vitrines mais des objets qui aideront à l'interrogation. par exemple des objets contemporains, on peut imaginer avoir vu je je dis n'importe quoi parce que j'ai pas du tout travaillé sur les objets et pas avec les muséographes là-dessus mais on peut imaginer avoir vu des cigales qui sont le symbole du Félibrige dans une salle... », « Et qui seront pas cartellisées par exemple, ce seront simplement des illustrations, le véritable message passant par les médias par les multimédias » Chargé de mission multimédia, entretien 2

Le statut de ces objets décoratifs devient un défi pour l'équipe recherche et muséographie qui s'interroge sur la façon dont il convient de les intégrer en respectant les conditions de conservation de ces objets :

« Et puis ces objets qu'on ne voit pas, on leur fait un cartel ou pas ? Hein nous qu'est-ce qu'on fait ? On met des doublons ? » Equipe recherche et muséographie

Cette hésitation quant au statut de l'objet, pouvant être présenté comme un objet de collection ou comme un objet contextuel est également à l'œuvre dans les vitrines de la séquence 5 où des « objets marqueurs », sont là pour évoquer des thématiques (le costume, le carnaval) lors de la consultation des écrans transparents visant à interpréter la muséographie des salles précédentes.

Ainsi, les dispositifs numériques pour la médiation sont susceptibles de modifier le statut de certains objets en ce qu'ils réinterrogent leur aura et leur authenticité (Benjamin, 1935 ; Davallon, 1999) en les présentant comme des éléments illustratifs. Dans certains cas l'objet n'est plus central mais vient simplement apporter un élément de contexte pour éclairer les contenus des supports numériques.

4.4 Des images de médiation

Au début de cette recherche, nous faisons l'hypothèse d'un glissement de la fonction documentaire du substitut photographique des collections à une fonction de médiation.

Nous avons observé sur nos deux terrains des repositionnements de cette économie documentaire dans des contextes où la muséographie intègre de nombreux contenus venus des collections numérisées. Au musée Mc Cord, des activités de médiation sont réalisées directement sur le catalogue en ligne qui est utilisé par les professionnels comme par les visiteurs. Au Museon Arlaten, nous avons vu que des images documentaires viennent parfois se substituer à l'objet lorsque le discours de l'exposition favorise plus le recul réflexif que l'aura de l'objet. Ainsi, les professionnels de la médiation et de la documentation sont fréquemment confrontés à un type d'image à part entière que nous appelons « image de médiation », en ce qu'elle vient d'un fonds documentaire pour alimenter spécifiquement un dispositif conçu pour le public.

Conclusion

L'imaginaire des technologies au Museon Arlaten alimente une représentation du musée numérique globalement positive mais également critique et exigeante. On constate que les enquêtés négocient longuement avec les architectes pour conserver le modèle de dispositifs numériques discrets et pertinents. Ils émettent également le souhait de réfléchir à une stratégie numérique globale.

Cette enquête ethnographique a également permis de mettre au jour plusieurs enjeux relatifs au projet de rénovation. Il en ressort que la conception d'une stratégie numérique ne concerne pas simplement l'intégration d'ajouts technologiques visant à approfondir des thématiques dans le parcours d'exposition, mais contribue de façon générale à un repositionnement global des pratiques de la mise en exposition et de la médiation.

Dans cette conclusion, nous reviendrons sur quatre caractéristiques de ces imaginaires des dispositifs numériques qui permettent de comprendre de quelle façon le projet de rénovation numérique du Museon Arlaten repositionne l'institution de façon globale.

Un imaginaire optimiste, discret et raisonné du numérique

Comme pour le musée Mc Cord, on retrouve chez les professionnels du Museon Arlaten un regard critique sur les discours concernant les dispositifs numériques ainsi qu'une volonté de penser en priorité la pertinence des supports. L'hypothèse initiale d'un numérique discret et raisonné qui s'opposerait à des discours d'escorte promotionnels prônant un numérique révolutionnaire au service d'un changement de paradigme est visible dans le discours des acteurs qui sont à la recherche d'un équilibre et d'une pertinence dans la mise en place des dispositifs. Plus qu'une transformation radicale, on observe des éléments de continuité et des pratiques hétérogènes, assorties d'une réflexion critique sur l'objet technique.

Toutes les équipes du musée expliquent qu'elles souhaitent partir d'une réflexion sur ce qu'elles proposeront à leurs publics (en termes de contenus et d'expérience utilisateur) et qu'elles veulent raisonner à partir d'objectifs précis, quitte à exclure le recours au numérique si cela n'est pas nécessaire. La médiation est la plupart du temps envisagée de façon élargie en lien avec ses différentes modalités d'action (médiation humaine, numérique et imprimée), dans l'objectif de toucher un public plus large, ce qui n'est pas sans rappeler certaines logiques du marketing (Le Marec, 2007 ; Davallon, 1999). Nous avons tout de même observé des nuances dans le discours sur les dispositifs numériques en fonction du profil des professionnels. De

manière générale, les enquêtés spécialistes des aspects techniques des dispositifs (tels que le chargé de mission multimédia ou l'assistant à maîtrise d'ouvrage) se situent dans une réflexion pragmatique axée sur la réalisation effective du dispositif. À l'inverse, les enquêtés travaillant davantage auprès des collections ou du public (tels que l'équipe recherche et muséographie ou le responsable du service des publics) ont tendance à développer un regard davantage réflexif sur la place symbolique des outils numériques au musée et sur leurs usages sociaux dans l'exposition.

En fonction des équipes du musée et des situations de médiation, on observe également que les technologies ne cristallisent pas les mêmes attentes. Elles sont tour à tour envisagées comme un moyen et comme une fin. Parfois les dispositifs sont décrits comme des palliatifs venant compenser des manques matériels, par exemple la possibilité de traduire des cartels en plusieurs langues. Il s'agit ici d'un aspect opérationnel de la médiation venant apporter une solution pour un public précis et rappelant ce que Rasse appelle la « médiation orthopédique » (2000). À l'inverse, le dispositif numérique pour la médiation est parfois pensé comme l'affirmation de l'entrée du musée dans les enjeux de la culture numérique, offrant une opportunité pour faire évoluer l'image et le fonctionnement du musée. La culture numérique étant investie symboliquement par les enquêtés comme un synonyme de participation et de démocratisation culturelle, ces imaginaires se rapprochent alors des aspects utopiques de la médiation culturelle (Rasse, 2000).

Globalement les attentes des professionnels à propos des dispositifs numériques concernent le déploiement dans les trois temps de la visite, ainsi que les promesses d'interactivité, d'accessibilité et de sensorialité. Cette volonté de la part du musée d'une médiation ludique et interactive semble due à un certain imaginaire mélioratif du numérique dans lequel sont mis en exergue les imaginaires décrits dans la partie théorique de la thèse : la facilité, l'attractivité, la nécessité, la nouveauté et la démocratisation culturelle. En ce sens nos résultats correspondent aux autres imaginaires technophiles évoqués plus tôt (Desprès-Lonnet, 2001 ; Jeanneret, 2011 ; Labelle, 2007) ainsi qu'aux résultats d'enquêtes observant les dispositifs numériques dans les lieux patrimoniaux⁸⁹.

⁸⁹ Nous faisons référence à une récente étude portant sur les promesses des applications de visite dans les lieux patrimoniaux : « Une étude des applications mobiles en tant qu'outil de médiation pourrait interroger la proposition faite par les développeurs de voir l'expérience de visite (avant/pendant/après) modifiée, augmentée, améliorée par l'usage d'une application à travers au moins quatre axes : la participation, la personnalisation, la mobilité – donc l'autonomie –, et la localisation. » (Lesaffe, Watremez, Flon, 2014)

Enfin, la rhétorique du musée augmenté, observée dans le discours des acteurs, rend compte d'un musée dont les objectifs pédagogiques veulent être amplifiés par les technologies numériques, qu'il s'agisse du dédoublement des collections par la numérisation ou de la multiplication des scénarios de médiation et des contextes d'expérience de visite. Cet imaginaire d'un numérique amplifiant viendrait selon les enquêtés compléter l'offre de médiation du musée mais permettrait également certains impacts sur les visiteurs (tels que la volonté de réflexivité) impossibles à réaliser autrement. Cette conception du numérique comme un vecteur de plus-value pour l'expérience du visiteur s'associe également à un imaginaire du numérique raisonné qui cherche à allier dans ses dispositifs de médiation la pertinence du contenu et la discrétion du support.

Les repositionnements que vit le Museon Arlaten durant sa période de rénovation deviennent l'occasion pour les professionnels de repenser leurs pratiques et de se forger une opinion, souvent réfléchie et contrastée, à propos des enjeux techniques et symboliques de l'utilisation des technologies en contexte muséal. Nous avons observé que tous les enquêtés avaient un regard critique vis-à-vis des discours d'escorte du numérique. Cependant ils accompagnent ces critiques de nombreuses précautions oratoires, indiquant fréquemment qu'ils craignent de paraître réactionnaires. Cela souligne le peu d'espace dont disposent les professionnels du musée pour exprimer franchement leurs opinions sur les façons de mettre en place des dispositifs numériques pour la médiation.

Un rapport ambivalent aux technologies

L'enjeu principal de la rénovation du Museon Arlaten est de trouver un équilibre entre les injonctions contradictoires qui sous-tendent le projet. En effet, ce dernier est soumis à de grandes attentes permettant de rendre les dispositifs numériques accessibles à des types de publics différents. Le projet de la rénovation donne alors à voir la volonté d'une médiation tour à tour discrète pour ne pas incommoder les publics nostalgiques, visible afin de susciter la curiosité, interactive pour impliquer le visiteur et également réflexive afin de permettre l'interprétation. Enfin, elle souhaite relever le défi exigeant de proposer des supports innovants et flexibles afin qu'ils résistent un temps à l'obsolescence des technologies.

En faisant un parallèle avec le champ de la psychologie sociale (Tajfel, 1972) on observe que les professionnels du musée se comportent comme des individus souhaitant être intégrés dans un groupe et se situant entre deux injonctions : celle de ressembler aux musées connus pour

leurs dispositifs innovants (en proposant une offre numérique qui sera reconnue) et celle de se démarquer de ces institutions (en offrant des dispositifs numériques innovants mais pérennes).

La volonté d'une stratégie numérique globale

Les dispositifs numériques d'aide à la visite ne concernent pas seulement le champ de la médiation mais viennent repositionner l'ensemble de l'écosystème de l'exposition : le rapport à l'objet, au parcours de visite et à la façon de catégoriser les publics.

Les logiques professionnelles se retrouvent réactualisées dans une logique comprenant des ruptures comme des continuités ; des ruptures car on observe l'émergence de compétences totalement nouvelles telles que le *community management*, et des continuités car le musée travaillait déjà depuis plusieurs années avec des technologies numériques.

De manière générale, les enquêtés indiquent profiter du temps de rénovation pour remettre en cause leurs pratiques de travail traditionnelles. C'est pour eux la possibilité de repartir sur des bases nouvelles afin de penser une stratégie globale du numérique, loin d'une approche centrée sur les dispositifs. C'est pourquoi le responsable du service des publics souhaite embaucher un professionnel spécialisé qui soit d'une part un spécialiste des domaines de la médiation et du numérique, capable de développer la stratégie numérique globale du musée et de faire naître un travail collaboratif entre les différentes équipes. Il aurait ainsi un double rôle de médiateur : envers les publics et envers ses collègues au sein même du musée. Selon le responsable du service des publics, un professionnel venant du domaine des technologies serait à même de penser et de relier les différentes utilisations des dispositifs numérique au musée.

La stratégie numérique globale idéale du musée Mc Cord et du Museon Arlaten s'appuie sur deux exigences essentielles. D'abord, il est nécessaire que l'acquisition de dispositifs se fasse dans une logique où les contenus scientifiques et l'expérience du visiteur sont pensés en premier et où les supports techniques interviennent dans un second temps. Certaines logiques de subvention au musée Mc Cord et le « travail à l'envers » avec les architectes que décrit le chargé de mission multimédia du Museon Arlaten sont décrits comme étant des entraves à ce fonctionnement.

La seconde exigence est que l'ensemble des dispositifs numériques soit pensé comme un écosystème qui intègre les différents éléments de la médiation (imprimée, humaine et numérique). Comme observé au musée Mc Cord, ces éléments sont dynamiques : ils dialoguent et se répondent dans les activités de médiation. Ainsi, penser le numérique à partir des simples

dispositifs peut mener à des raccourcis qui resserrent la réflexion en l'enfermant dans les limites d'une technologie en particulier et empêchent de développer des questionnements plus larges à propos de la circulation des différentes médiations.

La médiation documentaire au service de la réflexivité

Le cas du Museon Arlaten se distingue de celui du musée Mc Cord en ce que les dispositifs numériques sont surtout le support du projet de muséologie réflexive. Au-delà des objectifs classiques (cognitif, expérientiel et institutionnel), les dispositifs numériques se veulent le signe d'un contenu réflexif sur l'exposition. Cette réflexivité est rendue possible *via* deux stratégies : dans les salles d'interprétation, le contenu du dispositif numérique revient sur la muséographie de la salle que le visiteur vient de quitter, et à travers les tables tactiles et les multcartels les visiteurs peuvent réinterroger certaines traditions.

Cette muséologie réflexive s'incarne dans un modèle de parcours muséographique permettant aux visiteurs de comprendre le rôle des objets présentés tout en les mettant à distance à l'aide de documents contextuels. Cette ré-exploitation par le musée d'un potentiel documentaire modifie profondément les modalités de visite comme de consultation des contenus de médiation de l'exposition. Après avoir exposé les objets dans les salles thématiques, le parcours de visite est ponctué d'espaces consacrés à la consultation de documents décryptant l'histoire des musées d'ethnographie. Ces espaces intermédiaires que sont les salles d'interprétation, par la grande quantité de documents qu'elles présentent et l'activité de consultation qu'elles présupposent, contribuent à amener le parcours muséographique vers le modèle du musée médiathèque (Welger-Barboza, 2001), un musée de consultation autant que de déambulation. Ainsi, en repensant le parcours muséographique en donnant autant de visibilité aux documents de médiation qu'aux objets exposés, on observe une mise en visibilité doublée d'une revalorisation du document d'archive. S'opère également une transition de la valeur du document d'un statut purement utilitaire destiné aux professionnels à un outil de médiation revalorisé et de plus en plus accessible en dehors du musée.

Cette diffusion progressive du document témoigne du passage du statut de document de consignation au statut de document contextuel car le document réaliserait alors : « l'interface entre les activités de conservation et de communication » et assurerait une « fonction médiatrice entre la préservation des biens et leur mise à disposition auprès des publics » (Régimbeau, 2013).

Cette fonction médiatrice des documents, si elle n'est pas foncièrement nouvelle (des modèles tels que le musée de papier ou les centres d'interprétation ont eu recours au potentiel documentaire de l'archive, de la copie et du substitut) est susceptible de repositionner les fonctions des documentalistes, des médiateurs et du service recherche. Du côté des publics, cette importante offre documentaire (même scénarisée) a pour conséquence un possible allongement du temps de consultation au musée et demande de la part du visiteur un ajustement de son parcours en fonction de ce qui attirera son attention.

Conclusion générale

La spécificité du terrain arlésien nous a permis de comprendre les enjeux du projet de conception de dispositifs numériques dans un contexte institutionnel particulier. Nous reviendrons brièvement sur ces particularités pour expliquer la spécificité des principaux apports de cette recherche en termes de connaissances.

En effet, l'intérêt de travailler sur le cas du Museon Arlaten a été de pouvoir observer à petite échelle un musée pris dans des questionnements identitaires complexes liés à l'histoire régionale, autour duquel ont gravité des figures qui ont marqué l'histoire des écomusées et des musées d'ethnographie (Georges-Henri Rivière, Frédéric Mistral et Fernand Benoît). Ce terrain donne alors à voir de façon prégnante la question de la relation entre l'institution et les habitants de la région. L'enjeu majeur qui a prévalu au début de la rénovation était de trouver un moyen de moderniser le musée ainsi que son discours scientifique sans rompre le lien fort qui s'était établi avec la population locale. Cet enjeu a constamment posé la question du délicat repositionnement de l'identité de l'institution, qui d'un musée d'ethnographie au passé régionaliste souhaite devenir un musée de société plus réflexif. Dans ces débats qui ont animé les réunions des enquêtés, le dispositif numérique a fréquemment été un objet venant catalyser un grand nombre d'espoirs et d'angoisses, se faisant tour à tour le symbole de la réflexivité au musée comme celui de l'érosion du lien authentique aux objets exposés au profit des écrans.

À ce sujet, le traitement de ce débat sous l'angle de l'imaginaire a permis de considérer dans le même temps les représentations sociales des acteurs, leurs pratiques, ainsi que le lien entre les deux. Le fait d'avoir comparé différents imaginaires nous a également aidé à observer des phénomènes d'échos et de répétitions, rendant possible la mise au jour de logiques de trivialité. Enfin, l'observation d'un projet en marche, déployé sur le temps long, a permis de décomposer puis d'observer les nombreuses étapes successives du projet et de déconstruire le discours sur le passage soudain au numérique.

Ainsi, dans ce contexte particulier, ce travail de recherche a permis d'apporter trois éclairages à propos de l'imaginaire numérique des professionnels de musées d'ethnographie à l'épreuve d'un projet de conception de dispositifs numériques : un point de vue critique sur les technologies, des logiques de réquisition numériques et les ajustements professionnels qui en découlent. Ce travail de thèse a ainsi apporté des connaissances plus fines concernant la conception de la médiation de la part des professionnels de musée et concernant les repositionnements institutionnels face à un projet numérique.

Dans cette conclusion, nous confronterons ces différentes thématiques en les reliant aux hypothèses qui ont animé cette recherche. Il s'agira de comprendre comment l'imaginaire du numérique oriente les professionnels vers une certaine conception de la médiation muséale. Après cette synthèse des résultats nous présenterons les limites de ce travail ainsi que les pistes de recherche qu'il a ouvert.

1. Imaginaire du numérique au musée et conception de la médiation

Imaginaire des technologies pour la médiation

Les enquêtés ont un imaginaire globalement enthousiaste des dispositifs numériques en ce qu'ils rendraient possibles les déploiements cognitif, expérientiel et institutionnel, et ce durant les trois temps de la visite. Sur le plan professionnel ils permettraient de réinterroger ponctuellement les conceptions classiques de la médiation et deviennent l'occasion d'une émulation intellectuelle enthousiasmante au Museon Arlaten là où le musée Mc Cord souhaiterait une telle période de redéfinition de sa stratégie numérique. On constate également dans ces deux musées une forte adhésion aux logiques des dispositifs participatifs, considérés comme un facteur d'opérationnalisation des objectifs de la démocratisation culturelle. En outre, en soulignant les possibilités de communiquer avec les communautés de publics en ligne *via* les réseaux sociaux, de nombreux enquêtés décrivent un rapport à l'institution plus désacralisé et convivial.

Ainsi, le discours des enquêtés sur les avantages des dispositifs numériques rejoint en de nombreux points les autres discours d'escorte (journalistiques, professionnels et politiques) sur ce même sujet lorsqu'il s'agit d'énumérer ce que les dispositifs numériques rendent possible. En revanche le discours des enquêtés est globalement plus critique que les discours journalistiques et politiques : il remet en question le manque de pertinence des dispositifs ainsi que l'absence de réflexion à propos d'une stratégie globale qui se déploie sur le long terme. En ce sens, leurs discours ont tendance à rejoindre ceux des auteurs des différents blogs que nous avons étudiés. Ces deux constats donnent à voir une circulation et une reprise des discours sur la technologie relevant de la trivialité (Jeanneret, 2008), notamment lorsque les acteurs du Museon Arlaten citent et critiquent des discours technicistes.

Les dispositifs numériques pour la médiation étant déjà connus et utilisés par les professionnels interrogés (avant même les projets de conception de dispositifs mis en place par l'institution),

ces derniers ne décrivent pas l'utilisation des technologies au musée comme une pratique révolutionnaire ou même totalement inédite. Cela n'entraîne pas une modification profonde de leur conception de la médiation culturelle, mais plutôt l'occasion de remettre en question certains de leurs fonctionnements habituels. Selon eux, les dispositifs numériques sont simplement de nouveaux supports qui demandent une formation adaptée mais qui n'augurent pas forcément une transformation radicale de la médiation culturelle. Les enquêtés envisagent l'acquisition de ces dispositifs soit comme l'ajout d'un dispositif inédit potentiellement attractif pour le visiteur car proposant une interface innovante (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 dispositif 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.

Si le dispositif neuf est fréquemment décrit comme apportant une plus-value salubre (possibilité de consulter plus de contenus, de lire un texte en plusieurs langues) et des activités différentes, il n'est cependant pas envisagé comme un outil susceptible de proposer une innovation radicale. Le discours des enquêtés relève plus de la volonté de rattraper le retard de leur institution dans le domaine numérique en s'équipant de la même façon que les grands musées d'ethnographie que de la tentative de proposer des changements structurels dans le domaine de la médiation.

Enfin, même si l'imaginaire du numérique met majoritairement en avant la discrétion et la pertinence, les professionnels interrogés indiquent devoir faire face à de nombreux défis et paradoxes : concevoir des technologies visibles mais transparentes, présenter des éléments attractifs et interactifs mais qui ne dispersent pas l'attention des plus jeunes et ne détournent pas le regard des objets de la collection, et enfin permettre la convivialité et la discussion entre les publics là où les dispositifs interactifs maintiennent le visiteur dans une relation homme-machine plus exclusive. L'intégration des technologies dans l'espace d'exposition témoigne d'une recherche complexe d'un équilibre entre ces nombreuses injonctions.

En outre, lorsqu'ils évoquent leurs inquiétudes vis-à-vis des potentielles réactions des visiteurs face à ces dispositifs, les enquêtés craignent que les technologies soient perçues comme froides et distantes par le public et que cela entrave le rapport sensible aux objets du musée et par là même l'expérience de visite en général. Les discours des professionnels du musée Mc Cord montrent une volonté de choisir des technologies dont la froideur intrinsèque serait réchauffée

par des designs et des contenus accessibles et rassurants. Cette métaphore thermique est souvent utilisée par le coordinateur de l'action éducative du musée Mc Cord pour décrire sa perception des dispositifs numériques. De la même façon, certains professionnels du Museon Arlaten donnent également à voir une confiance dans la température symbolique des technologies, car selon eux ces outils interactifs et parfois participatifs pourraient favoriser la discussion et l'échange. Ils seraient donc *in fine* au service de l'émotion et de l'interaction entre les visiteurs. Ainsi, les enquêtés décrivent en priorité les aspects rassurants des contenus mais craignent que les visiteurs ne s'arrêtent à l'aspect technologique des supports. La volonté des enquêtés de proposer des dispositifs numériques peu impressionnants et rassurants rappelle le projet d'Yves Citton « d'humaniser le numérique » (2015 : 176) en mettant ces dispositifs au service des nuances de la subjectivité et de la sensibilité humaine, afin de dépasser une relation frontale et conflictuelle qui opposerait l'humain et la technologie.

Plus généralement, ce point de vue est partagé par plusieurs professionnels des musées qui cherchent à réfléchir aux 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). À ce sujet, les six derniers numéros de *La Lettre de l'OCIM* donnent à voir une préoccupation récurrente pour ces questions. Ils abordent ces thématiques sous l'angle de la formation professionnelle (à la gestion de communautés en ligne, à l'expertise sur les dispositifs numériques et à la gestion de bases de données documentaires), des impacts sur les publics et des réorganisations de la muséographie.

Discrétion du dispositif et crainte du remplacement de l'objet

Par des dispositifs discrets, les professionnels interrogés cherchent à rassurer la potentielle crainte des visiteurs d'une technologie qui remplacerait le contact direct avec les œuvres. Les professionnels du Museon Arlaten indiquent que les visiteurs qu'ils ont eu l'occasion d'interroger à propos des dispositifs numériques ont globalement deux types de réactions envers les technologies : une réaction très positive caractérisée par la possibilité d'un accès illimité à des contenus culturels et réaction plus négative caractérisée par l'appréhension d'un rapport aux œuvres uniquement numérique.

Ce dernier discours qui traduit un mouvement de rejet face à une technologie venant remplacer l'expérience de visite s'oppose avec le point de vue des professionnels du musée. Dans la majorité des entretiens, les enquêtés indiquent concevoir des dispositifs qui cherchent

essentiellement à compléter, enrichir et entourer le temps de la visite : en la préparant en amont (sélectionner ce que l'on va voir dans un grand musée par exemple), en approfondissant le moment de la visite (consulter une table tactile, participer à un jeu) et en valorisant les contenus par la suite (échanger des photographies de la visite sur des réseaux sociaux, trouver sur internet des visuels des œuvres).

Comme indiqué précédemment, les dispositifs numériques ne cherchent en aucun cas à remplacer « l'expérience sociale du lieu » (Marchandise, 2013) qui fait par exemple que la visite d'un musée est bien plus que la simple consultation des œuvres mais s'inscrit dans une logique sociale complexe d'engagement symbolique dans une pratique culturelle. On ne vient pas au musée seulement pour voir des œuvres, on peut également venir voir le lieu où elles sont inscrites ou vouloir visiter la ville où le musée est situé... Selon les enquêtés, les technologies ne sont pas convoquées pour remplacer les œuvres. Elles viennent au contraire s'y ajouter pour en élargir l'accès. Cependant, leur intégration matérielle dans l'espace d'exposition a des conséquences esthétiques indéniables qui peuvent déplaire aux visiteurs. La présentation dans l'exposition de substituts numériques d'objets à la place d'objets originaux est notamment susceptible de leur faire perdre leur aura. Face à un discours fort sur la dématérialisation des technologies, les visiteurs seraient avant tout sensibles à l'aspect matériel des appareils technologiques dans l'espace d'exposition.

Cependant, cette crainte de la part des professionnels et des visiteurs d'un éventuel remplacement d'un média par un autre est présente à chaque innovation technologique. 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 (ou parfois plus secrètement espèrent) 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, 1999 : 197).

De la même façon que l'édition des catalogues d'exposition n'a pas entraîné une désaffection de la visite des musées, malgré des discours très craintifs, l'utilisation des CD Rom n'a pas supprimé l'activité de visite. Notons que le discours sur les CD Rom de musée analysé par Jean Davallon en 1999 est similaire aux discours journalistiques actuels portant sur un possible remplacement des visites patrimoniales par l'utilisation de casques à réalité immersive.

Pourtant, depuis les années quatre-vingt-dix, les dispositifs numériques sont toujours présentés par les professionnels comme un moyen pour favoriser la visite du lieu patrimonial ou pour rendre plus satisfaisante l'expérience de visite. Les différents discours d'escorte (sauf les discours journalistiques qui décrivent un possible changement de paradigme) insistent fréquemment sur cette question de la complémentarité des outils numériques lors de la visite physique du lieu. Cet argument vient s'opposer à la crainte d'une consultation de contenus en ligne qui entraînerait une disparition de la visite muséale, une crainte par ailleurs infondée puisque l'utilisation de ces dispositifs depuis les années quatre-vingt-dix n'a pas provoqué de baisse de fréquentation (Welger-Barboza, 2001).

Cependant, ces constats indiquent une crainte venant des professionnels d'une situation de concurrence entre les différents dispositifs de médiation de l'exposition (Dalbavie, 2014).

La nature des réquisitions et les réactions des professionnels

Les enquêtés indiquent être soumis à une forte réquisition numérique, favorisant l'acquisition d'éléments innovants et interactifs, au sein de logiques de travail demandant sans cesse d'être dans l'action et de communiquer. En réponse à ces injonctions, les professionnels interrogés développent un regard critique important qui déconstruit ce discours sur l'innovation comme fin en soi et prône un idéal de la médiation discrète.

Au sujet du développement de la culture numérique à l'université, Yves Citton explique que l'enjeu majeur de ces établissements est d'être à la fois « des lieux d'exploration des procédures de numérisation et des espaces de recul critique envers les potentiels et les dangers de cette numérisation » (Citton, 2015 : 176). De façon similaire, le rôle des professionnels de musée réside dans cette double posture opérationnelle et réflexive, en ce qu'ils sont les commanditaires de dispositifs de médiation sur lesquels ils souhaitent porter dans le même temps un regard critique. Nous remarquons en effet que la majorité des enquêtés développent un regard réflexif à la fois sur les dispositifs et sur leurs propres pratiques professionnelles lors des entretiens.

À ce titre, la majorité des enquêtés mettent en cause les discours prônant l'innovation technologique comme vertu en acceptant notamment que certains dispositifs non interactifs et non innovants (par exemple la projection de films) soient plus pertinents que des dispositifs inédits. Enfin la plupart des enquêtés s'opposent à cette logique de l'action et de la modification permanente en cherchant des solutions durables sur le long terme. Cependant, si les professionnels qui ont des postes à responsabilité (comme le responsable du service des publics)

peuvent s'opposer à des dispositifs non pertinents, on note que les professionnels qui n'ont pas ce pouvoir de décision (les guides animateurs du musée Mc Cord par exemple) ont davantage de difficulté pour critiquer ces façons de travailler.

Enfin, la majorité des enquêtés cherche à ce que ces outils qu'ils utiliseront régulièrement fassent sens pour eux. Concernant le degré d'autonomie des professionnels, nous avons observé l'importance pour les enquêtés d'être acteurs et pas seulement destinataires des repositionnements occasionnés. C'est en se sentant impliqués dans les projets de rénovation et en sentant qu'ils auront la main sur les dispositifs que les enquêtés sont engagés de façon dynamique dans le projet. Au contraire, la perspective de problèmes de maintenance impliquant une dépendance envers des services extérieurs les rend sceptiques et occasionne des doutes quant à la gestion au quotidien des dispositifs. Cela rappelle les réflexions de Marchandise (2013) à propos de la transition numérique au sujet de l'importance de l'*empowerment* des acteurs.

Les ajustements professionnels

Au début de ce travail, nous avons décrit le phénomène d'ajustement (De Certeau, 1980 ; Landowski, 2006 ; Bertin, 2007 ; Jutant, 2011 ; Jeanneret, 2014) comme trois réactions possibles des professionnels vis-à-vis de leur imaginaire du numérique, lors de la mise en place de dispositifs numériques : l'opposition, l'accommodation et l'inventivité. Nous avons observé sur le terrain ces principaux espaces d'engagement et de résistance face à la culture numérique, lorsque les médiateurs tentent d'adapter des dispositifs technologiques qui ne correspondent pas tout à fait à leur conception de la médiation.

Le premier ajustement observé sur les deux terrains est de l'ordre de l'accommodation. Il consiste pour les médiateurs à connaître et à s'adapter aux codes de la culture numérique. On observe en effet des discours et des pratiques allant vers une adaptation aux usages actuels de la culture numérique, dans un contexte institutionnel où les médiateurs souhaitent donner l'image d'un musée qui profite pleinement des opportunités technologiques de son temps (réseaux sociaux, événement Museomix). Cet ajustement consistant à s'adapter aux pratiques des usagers des dispositifs numériques, même lorsque l'institution n'offre pas tous les moyens nécessaires, a été observé dans les discours des médiateurs des deux musées.

Cette adaptation s'accompagne parfois d'un autre type d'ajustement, à la fois plus créatif et subversif, lorsque les médiateurs détournent les fonctions d'un dispositif pour que son

utilisation avec les publics fasse davantage sens à leurs yeux. C'est notamment l'exemple de l'activité *Golden Square Mile* étudiée au musée Mc Cord. Cette activité donne à voir une logique d'opposition puis d'accommodation car le responsable du service de la médiation négocie un compromis avec les guides conférenciers qui ne souhaiteraient pas utiliser ces dispositifs numériques. Il s'agit d'une souplesse permettant de : « *faire avec* les dispositifs et les gestes de médiation institués. » (Jeanneret, 2014 : 87).

Cependant, ces ajustements ne sont pas similaires dans les deux terrains étudiés. Ils diffèrent en fonction de l'engagement du musée dans le domaine de la culture numérique. Nous avons remarqué deux types d'ajustements principaux : l'autoformation des responsables du service de la médiation et le détournement de dispositifs de la part des guides-conférenciers. Le premier type d'ajustement est davantage visible au Museon Arlaten, dans un contexte de rénovation et de découverte des outils numériques, dans lequel l'institution cherche à se moderniser et donc à se positionner de façon dynamique vis-à-vis des usages de la culture numérique.

Le second type d'ajustement s'observe au musée Mc Cord, dans lequel le service de la médiation réfléchit actuellement à des processus de ré-actualisation et d'augmentation de ses activités de médiation par les technologies numériques. Ces ajustements indiquent deux mouvements complémentaires visant pour les médiateurs à intégrer dans leurs pratiques les codes de la culture numérique tout en modérant l'aspect indispensable qu'induisent les discours de réquisition numérique. En outre, ces ajustements lors des activités de médiation concernent davantage les guides conférenciers du musée Mc Cord et sont de l'ordre du bricolage ou du détournement. Ces ajustements sont de deux types : il peut s'agir soit d'adapter un dispositif existant en fonction des contenus à mettre en valeur (accommodation), soit de refuser d'utiliser une technologie nouvellement arrivée lorsque du point de vue du médiateur la technique précédente reste suffisamment pertinente (opposition).

Par ailleurs, nous avons également remarqué certains ajustements communs entre les deux terrains. Que les musées soient familiers ou non avec la technologie, les enquêtés souhaitent tous deux repenser la façon de mettre en place et de s'approprier les dispositifs numériques. Dans les deux cas, ces ajustements donnent à voir un regard critique important sur l'intégration des technologies ainsi qu'une volonté de tirer profit de ces évolutions pour penser une stratégie numérique globale qui s'accompagne de choix institutionnels (recrutement, formation).

Les enquêtés soulignent également le fait que les professionnels qui ne sont pas à des postes de direction n'ont pas toujours le choix de négocier comme ils le souhaitent leur collaboration avec les outils numériques (c'est le cas par exemple des gardiens de salle à qui on impose des

contenus sonores en continu). De manière générale, les enquêtés cherchent à intégrer des technologies numériques leur apportant des éléments qui font sens pour eux et qui leur permettent davantage de souplesse dans leur travail (par exemple avoir le choix entre utiliser un média imprimé ou écranique). Cependant, ils craignent pour la plupart qu'une intégration trop brutale ou maladroite de ces dispositifs soit un facteur de stigmatisation et de marginalisation symbolique (Jeanneret, 2014) pour certains de leurs collègues moins à l'aise avec les technologies.

Cette enquête de terrain nous a en outre permis de comprendre de quelle façon la conception de dispositifs numériques au musée rendait davantage compte de logiques d'adaptation progressive que d'une introduction soudaine. Nous sommes 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 (audioguide, site internet).

Ces processus de ré-novation se traduisent notamment dans les discours des professionnels par des propos donnant à voir un imaginaire discret, raisonné et pertinent des dispositifs numériques, visant à relativiser le mythe de la révolution numérique qu'ils disent rencontrer dans certains médias et textes officiels. On constate cependant de fortes attentes envers les effets des dispositifs sur le public, en ce qu'ils seraient capables d'avoir une influence positive sur les connaissances, l'expérience de visite et la compréhension des objectifs de l'institution. En outre, on n'observe pas de dispositifs numériques venant radicalement remplacer des dispositifs antérieurs mais un agencement de plusieurs dispositifs (smartphones, documents papiers et ateliers manuels dans le cas du musée Mc Cord) au sein d'activités de médiation complexes mêlant des supports et des contenus différents.

À propos du questionnement portant spécifiquement sur les logiques de changement, de stabilité et d'inertie dans ce contexte de repositionnement, nous avons également noté 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 pour enfants ne vont pas changer et l'on observe également des jeux qui perdurent (jeu d'habillage avec les costumes) malgré une modification du support (du carton à la table tactile).

Dans ce contexte, les technologies ne mettent pas en œuvre une révolution du rapport au patrimoine mais une nouvelle « alternative technique à la gestion future des patrimoines » (Jeudy, 2008 : 121). Cette alternative a pour conséquence des repositionnements qui sont

l'occasion pour l'institution de renégocier des éléments essentiels : la médiation, la muséographie, le rapport à l'innovation et la collaboration entre les équipes.

2. Pistes de recherches

Nous nous demandions au début de ce mémoire de thèse si le modèle du musée augmenté, en plus de se présenter comme une norme, était susceptible de dévaluer l'image des musées non équipés numériquement. Nous avons en effet observé que les discours d'escorte du passage au numérique avaient tendance à déprécier les musées qui n'avaient pas recours à ces dispositifs à travers un discours techniciste injonctif visant à présenter l'équipement technologique comme l'évolution naturelle des musées. Et de fait, des traces de cette injonction sont visibles dans les discours des enquêtés des deux musées qui s'excusent fréquemment de ne pas être à la pointe de l'innovation. Ainsi, les discours d'escorte portant sur le musée augmenté ne font pas que valoriser la présence des technologies, ils mènent également à une dévalorisation des institutions qui, par choix ou par manque de moyens, ne possèdent pas de dispositifs numériques et contribuent à donner une image de la technologie comme étant foncièrement bénéfique pour le musée. La façon dont ces phénomènes de réquisition numérique jettent le discrédit sur les lieux qui s'écartent de la norme nous semble une piste de recherche s'inscrivant dans le prolongement de notre réflexion. En ayant ce questionnement à l'esprit, nous proposons trois axes qui nous paraissent pertinents afin d'approfondir cette recherche.

Premièrement, il serait intéressant d'agrandir notre focale pour prendre en compte la façon dont d'autres musées d'ethnographie, connaissant des contextes institutionnels différents, se saisissent de la question de la médiation numérique et réagissent aux discours sur la réquisition numérique. En effet, le travail réalisé sur les terrains montréalais et arlésien a permis de développer des outils susceptibles d'être réutilisés afin de comprendre les repositionnements à l'œuvre dans d'autres musées d'ethnographie. Nous souhaiterions réemployer ces outils afin d'observer la nature des imaginaires et des logiques d'ajustement à l'œuvre dans des institutions dotées d'un projet scientifique différent et d'un effectif de professionnels plus important. Nous pensons à différentes institutions, qu'elles soient installées dans le paysage muséal français depuis une décennie (musée du quai Branly-Jacques Chirac) ou bien récemment inaugurées (musée de l'Homme, musée des Confluences et MuCEM). Il serait par ailleurs pertinent de comparer nos deux terrains avec d'autres musées d'ethnographie à l'échelle internationale (musée de la Civilisation à Québec, musée canadien de l'histoire de Gatineau), notamment dans

des institutions qui cherchent également à développer un recul réflexif chez le visiteur (musée ethnographique de Neuchâtel⁹⁰).

Par ailleurs, étudier des musées autres que des musées d'ethnographie nous semble une perspective comparative stimulante. La question des musées de sciences, qui utilisent depuis plus longtemps des dispositifs numériques (Le Marec, 2001b) et valorisent la culture technologique dans leurs expositions, permettrait de sonder un imaginaire des dispositifs numériques s'appuyant sur des attentes différentes. Par la suite, la comparaison avec un musée des beaux-arts nous aiderait également à penser le rapport entre l'aura de l'œuvre d'art et l'expérience que propose le dispositif technologique.

Enfin, plusieurs éléments, notamment liés au calendrier de la rénovation au Museon Arlaten et aux aléas des conditions de l'enquête ethnographique, constituent les limites de cette recherche. En effet, il aurait été intéressant d'intégrer le point de vue du public à l'enquête menée au Museon Arlaten. Le calendrier de la rénovation du musée ayant pris du retard par rapport à la date de réouverture, initialement prévue en 2014, nous n'avons pas eu l'opportunité de mener une enquête de réception auprès des premiers visiteurs. Pouvoir confronter les discours des professionnels étudiés dans cette présente thèse avec le discours du public sur ces mêmes dispositifs lors de la réouverture du Museon Arlaten autour de 2020 serait une perspective qui permettrait d'interroger la façon dont les visiteurs perçoivent et comprennent l'objectif de réflexivité dans le discours scientifique du musée, ainsi que la façon dont ils sont sensibles au travail effectué en faveur de dispositifs numériques discrets et raisonnés. Nous aimerions également interroger d'autres professionnels que nous n'avons pas pu rencontrer durant l'enquête ethnographique, tels que les gardiens de salle et les agents d'accueil, afin de comprendre leurs ajustements dans le musée rénové par rapport à leurs anciennes pratiques. Ces professionnels nous intéressent tout particulièrement en ce qu'ils sont constamment confrontés aux dispositifs numériques de l'exposition (billetterie, contenus audios et vidéos en boucle). Nous souhaiterions enfin mettre en place des entretiens avec les enquêtés que nous avons rencontré au Museon Arlaten un an après l'ouverture du musée, afin de comparer l'éventuelle évolution de leur imaginaire de la médiation une fois les dispositifs numériques effectivement mis en place et utilisables.

⁹⁰ Dans plusieurs de ses expositions (notamment *Retour d'Angola* en 2012), le musée ethnographique de Neuchâtel interroge l'histoire de la discipline ethnographique et questionne le rôle et la responsabilité de l'ethnologue comme du conservateur.

Ce futur temps d'observation et de recueil de la parole des visiteurs et des professionnels, que nous espérons pouvoir mettre en œuvre lors de la réouverture, constituerait une nouvelle étape d'analyse des phénomènes de circulation des discours qui permettrait de compléter sinon d'étoffer le panorama des imaginaires numériques à l'aune du concept de trivialité.

BIBLIOGRAPHIE

- Agamben (Giorgio). 2007. *Qu'est-ce qu'un dispositif ?* Paris : Payot et Rivages. (Rivages poche/Petite Bibliothèque.)
- Alvarez (Julian) et Djaouti (Damien). 2012. *Introduction au serious game*. Paris : Éd Questions théoriques.
- Amato (Étienne Armand). 2010. « Du butinage réflexif à la spatio-temporalisation des informations sur le Web ». *MEI*, 32, p. 63-74.
- Andreacola (Florence). 2014. « Musée et numérique, enjeux et mutations », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 5. Publication en ligne : <<http://rfsic.revues.org/1056>>. Consulté le 5 janvier 2015.
- Angé (Caroline) et Renaud (Lise). 2012. « Introduction ». *Communication & Langages*, 174, p. 35-39.
- Appadurai (Arjun). 2005. *Après le colonialisme : Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris : Payot. [Première éd. en 1996.]
- Arborio (Anne-Marie) et Fournier (Pierre). 2008. *L'observation directe*. Paris : Armand Colin. [Coll. 128.]
- Barthe (Christine). 2010. « De l'échantillon au corpus, du type à la personne ». *Journal des anthropologues*, 80-81. Publication en ligne : <<http://jda.revues.org/3149>>. Consulté le 14 février 2012.
- Barthes (Roland). 1975. *Roland Barthes par Roland Barthes*. Paris : Seuil.
- Barthes (Roland). 1980. *La chambre claire : Note sur la photographie*. Éd. de l'Étoile/Gallimard/Seuil.
- Battro (Antonio M.). 2010. « From Malraux's Imaginary Museum to the Virtual Museum », p. 136-147, in : *Museums in a Digital Age* / sous la direction de Parry Ross. Abingdon : Routledge.
- Belaën (Florence). 2011. « Petite chronologie de l'usage du numérique dans les musées ». *Culture blog*. Publication en ligne : <<http://cblog.culture.fr/2011/06/17/petite-chronologie-de-l%E2%80%99usage-du-numerique-dans-les-musees>>. Consulté le 3 octobre 2012.
- Belting (Hans). 2004. *Pour une anthropologie des images*. Paris : Gallimard. (Le temps des images.) [Première éd. en 2001.]
- Benjamin (Walter). 1935. *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*. Paris : Petite bibliothèque Payot.
- Bensa (Alban). 2006. *La fin de l'exotisme. Essais d'anthropologie critique*. Toulouse : Anacharsis.
- Bergeron (Yves). 2010a. « Le rôle des musées dans la construction des identités nationales », in : *Patrimoines et identités en Amérique française*, p. 149-169, sous la direction de André Charbonneau et Laurier Turgeon. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Bergeron (Yves). 2010b. « L'invisible objet de l'exposition. Dans les musées de société en Amérique du Nord », *Ethnologie française*, 40, p. 401-411.
- Bernier (Roxane) et Goldstein (Bernadette) (sous la dir. de). 1998. « Publics, nouvelles technologies, musées ». *Public & Musées*, numéro thématique, 13, p. 11-15.

- Bertin (Érik). 2007. « Penser la stratégie dans le champ de la communication ». *Actes sémiotiques*, 110. Publication en ligne : <<http://epublications.unilim.fr/revues/as/73>>. Consulté le 16 décembre 2014.
- Bertrand (Gisèle). 2002. « Les nouvelles technologies : quels usages, quels usagers ? ». *Les dossiers de l'audiovisuel*, 103, p. 8-12
- Black (Graham). 2012. *Transforming museums in the twenty-first century*. London : Routledge.
- Blanchet (Alain) et Gotman (Anne). 1992. *L'enquête et ses méthodes : L'entretien*. Paris : Nathan.
- Bloor (David). 1983. *A social theory of knowledge*. Londres : Mc Millan.
- Bonaccorsi (Julia). 2012. *Fantasmagories de l'écran : pour une approche visuelle de la textualité numérique*. Habilitation à diriger des recherches, Sciences de l'information et de la communication, Celsa-Université Paris Sorbonne.
- Bonnot (Thierry). 2006. « L'ethnographie au musée : Valeur des objets et science sociale ». *Ethnographiques*. Publication en ligne : <<http://www.ethnographiques.org/2006/Bonnot>>. Consulté le 10 septembre 2013.
- Bordeaux (Marie-Christine). 2008. « La médiation culturelle en France, conditions d'émergence, enjeux politiques et théoriques ». *Actes du colloque international sur la médiation culturelle : Culture pour tous*, Montréal, décembre 2008. Publication en ligne : <www.lmac-mp.fr/telecharger.php?id_doc=192>. Consulté le 10 janvier 2013.
- Bordeaux (Marie-Christine) et Renaud (Lise). 2012. « Patrimoine "augmenté" et mobilité. Vers un renouvellement de l'expérience culturelle du territoire », *Interfaces numériques*, vol.1/2, p. 273-285.
- Borel (Marie-Jeanne). 1995. « Le discours descriptif : Le savoir et ses signes », p. 21-69, in *Le discours anthropologique /* sous la direction de Jean-Michel Adam *et al.* Lausanne : Payot. [Sciences humaines.]
- Bougenies (Fanny), Leleu-Merviel (Sylvie), Sparrow (Laurent). 2016. « Effet captivant et apaisant de la médiation par tablette au musée : mesures physiologiques et motivationnelles », *Études de communication*, 46.
- Bouquillion (Philippe). 2013. « Socio-économie des industries culturelles et pensée critique : le Web collaboratif au prisme des théories des industries culturelles », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, supplément, article inédit. En ligne : <http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/pageshtml/art2013.html#supplement>. Consulté le 10 janvier 2015.
- Bourdieu (Pierre). 2001. *Science de la science et réflexivité, cours au collège de France 2000-2001*. Paris : Éd. Raisons d'Agir.
- Boutinet (Jean-Pierre). 2004. *Psychologie des conduites à projet*. Paris : PUF. [Que sais-je ?]
- Boutinet (Jean-Pierre). 2005. *Anthropologie du projet*. Paris : PUF. [Quadrige Manuels.]
- Brecht (Bertolt). 2005. *Petit organon sur le théâtre*. Paris : L'Arche. [Première édition en 1963.]
- Breton (Philippe). 1997. *L'utopie de la communication : Le mythe du « village planétaire »*. Paris : Éd. La Découverte/Poche. [Première édition en 1992.]
- Breton (Philippe). 2001. « La communication entre libéralisme et démocratie, conférence introductive ». *Terminal*, 85, p. 10-15.

- Breton (Philippe). 2002. « Que faut-il entendre par discours d'accompagnement des nouvelles technologies ? ». *Les dossiers de l'audiovisuel*, 103, p. 13-20.
- Breton (Philippe). 2006. « Imaginaire technique et pensée du social ». *Sociétés*, 93, p. 69-76.
- Broudoux (Evelyne) *et al.* 2005. « Auctorialité : production, réception et publication de documents numériques », in *La redocumentarisation du monde*. Toulouse : Cépaduès.
- Bruzy (Claude) *et al.* 1980. « La sémiotique phanéroscopique de Charles S. Peirce ». *Langages*, 58, p. 29-59. Publication en ligne : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/lgge_0458726x_1980_num_14_58_1846. Consulté le 21 mars 2012.
- Caillet (Élisabeth). 1995. *À l'approche du musée, la médiation culturelle*. Lyon : Presses Universitaires de Lyon.
- Cambone (Marie). 2015. « L'évaluation de la participation de jeunes citoyens à une exposition sur les pratiques numériques », *Questions de communication*, 25.
- Cameron (Duncan). 1992. « Le musée temple ou forum », p. 259-270, in *Vagues : Une anthologie de la nouvelle muséologie*, volume 1/sous la direction d'André Desvallées. Macon : Éd. W : MNES. [Première éd. en 1968.]
- Cardon (Dominique) et Granjon (Fabien). 2013. *Médiactivistes*. Paris : Presses de Science Po.
- Cardon (Dominique). 2010. *La démocratie Internet. Promesses et limites*. Paris : Seuil.
- Casemajor Loustau (Nathalie), Lamoureux (Eve) et Racine (Danièle). 2014. « Interagir, collaborer, co-créer : les enjeux de la participation du public en médiation culturelle ». *Territoires de la médiation*. Colloque de l'ACFAS, Montréal, mai 2014.
- Casemajor Loustau (Nathalie). 2009. *Diffuser les collections photographiques sur le Web : De nouvelles pratiques de médiation ? Études des formes et stratégies de communication du patrimoine photographique en ligne*. Th. Doct. : Sciences de l'information et de la communication, Université Charles de Gaulle Lille-III et université du Québec à Montréal.
- Casemajor Loustau (Nathalie). 2012. « Diversifier les figures du public : l'appropriation du patrimoine culturel sur le Web ». *Communication*. Publication en ligne : <http://communication.revues.org/index2709.html>. Consulté le 5 mars 2012.
- Caune (Jean). 1999. *La médiation culturelle : Une construction du lien social*. Article inédit disponible en ligne : <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2000/Caune/index.php>. Consulté le 16 avril 2012.
- Caune (Jean). 1999. *Pour une éthique de la médiation : Le sens des pratiques culturelles*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble. [Communication, Médias et Sociétés.]
- Ceva (Marie-Luz). 2004. « L'art contemporain demande-t-il de nouvelles formes de médiation ? ». *Culture & Musées*, 3, p. 69-96.
- Chabert (Ghislaine) et Ibanez Bueno (Jacques). 2014. « Une méthode pour repenser la relation d'un musée à son public : le cas Museomix », in : *Actes du colloque de la SFSIC*, université de Toulon, 3 juin 2014.
- Chaumier (Serge). 2003. *Des musées en quête d'identité, écomusée versus technomusée*. Paris : l'Harmattan. [Nouvelles Études Anthropologiques.]
- Chaumier (Serge). 2015. *Évaluation globale de l'édition 2014 de Museomix réalisée par les étudiants du Master Expographie Muséographie de l'Université d'Artois et coordonnée par*

- Serge Chaumier. Publication en ligne : <<https://drive.google.com/file/d/0B-V2tuHeF0-hX1I2OFV0THIYUkE/view>>. Consulté le 18 juillet 2015.
- Chaumier (Serge). 2016. « Exposer, c'est d'abord exposer des idées », in *Actes du colloque pluridisciplinaire : Expositions et médias, Enjeux d'une dialectique actuelle*, 26 et 27 mai 2016, musée d'Aquitaine, Bordeaux.
- Chevillard (Eric). 2014. *L'autofictif*. Publication en ligne : <<http://autofictif.blogspot.fr/>>. Consulté le 25 juin 2015.
- Citton (Yves). 2015. « Humanités numériques. Une médiapolitique des savoirs encore à inventer », *Multitudes*, 59, p. 169-180.
- Clifford (James). 1998. *Le malaise dans la culture : Ethnographie, la littérature et l'art au XX^e siècle*. École nationale supérieure : Paris.
- Cognes (Olivier). 2012. « Co-construire une muséographie. L'exemple du Musée de la Résistance et de la Déportation de l'Isère ». *Revue de l'observatoire des politiques culturelles*, 40. Publication en ligne : <http://www.observatoire-culture.net/rep-revue/rub-article/ido-441/co_construire_une_museographie_1_exemple_du_musee_de_la_resistance_et_de_la_dep_ortation_de_l_isere.html>. Consulté le 25 juin 2013.
- Couillard (Noémie). 2016. *Musées et politiques numériques culturelles : repenser l'institution publique*. Th. Doct. : Sciences de l'information et de la communication : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse - Université du Québec à Montréal.
- Coulon (Alain). 2007. *L'ethnométhodologie*. Paris : PUF. [Que sais-je ?]
- Dalbavie (Juliette). 2014. « La table interactive du musée d'Histoire Naturelle de Lille ». *La Lettre de l'OCIM*, 152.
- Dalbavie (Juliette), Da Lage (Émilie) et Gellereau (Michèle). 2016. « Faire l'expérience de dispositifs numériques de visite et en suivre l'appropriation publique : vers de nouveaux rapports aux œuvres et aux lieux de l'expérience ? », *Études de communication*, 46.
- Davallon (Jean) et Le Marec (Joëlle). 2000. « L'usage en son contexte. Sur les usages des interactifs et des cédéroms des musées ». *Réseaux*, 101, p. 173-195.
- Davallon (Jean). 1992. « Introduction. Le public au centre de l'évolution du musée ». *Publics & Musées*, 2, p. 10-18.
- Davallon (Jean). 1992. « Le musée est-il vraiment un média ? ». *Publics & Musées*, 2, p. 99-123.
- Davallon (Jean). 2000. *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris : L'Harmattan.
- Davallon (Jean). 2004. « La médiation : La communication en procès ». *MEI*, 19, p. 37-59.
- Davallon (Jean). 2006a. « Analyser l'exposition : quelques outils ». *Museums.ch*, 1, p.116-125.
- Davallon (Jean). 2006b. *Le don du patrimoine : Une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. Paris : Lavoisier.
- De Certeau (Michel). 1980. *L'invention du quotidien. Vol. 1 : Arts de faire*. Paris : Gallimard.
- Debray (Régis). 1994. « Vie et mort de l'image ». *Esprit*, 199, p. 61-63.
- Deloche (Bernard). 2001. *Le musée virtuel*. Paris : PUF.

- Denouël (Julie), Granjon (Fabien) et Aubert (Aurélië). 2014. *Médias numériques et participation. Entre engagement citoyen et production de soi*. Paris : Mare et Martin.
- Derèze (Gérard). 1997. « De la “vie sociale” des récits médiatiques : Une ethnosociologie focalisée ». *Recherches en communication*, 7. Publication en ligne : < <http://sites.uclouvain.be/rec/index.php/rec/article/viewFile/1471/1321> > Consulté le 5 mars 2012.
- Després-Lonnet (Marie) (sous la dir. de). 2003. *Interactivité : Attentes, usages et socialisation*. Paris : Armand Colin. (Communication & Langages.)
- Després-Lonnet (Marie). 2000. *Contribution à la conception d'interfaces de consultation de bases de données iconographiques*. Th. Doct. : Sciences de l'information et de la communication : Université Lille III.
- Després-Lonnet (Marie). 2001. « Décris-moi une image ». *Spirale*, 28, p. 253-274.
- Després-Lonnet (Marie). 2002. « Ecrits d'écran : ni intuitifs, ni transparents », *Les dossiers de l'audiovisuel*, 103, p. 21-30.
- Després-Lonnet (Marie). 2009. « L'écriture numérique du patrimoine, de l'inventaire à l'exposition : le parcours de Base Joconde ». *Culture & Musées*, 14, p. 19-38.
- Després-Lonnet (Marie). 2013. « Le patrimoine culturel numérique : Entre compilation et computation ». *Culture & Musées*, 22, p.71-88.
- Desvallées (André) et Mairesse (François). 2011. *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*. Paris : Armand Colin.
- Dewey (John). 2011. *Une foi commune*. Paris : La Découverte.
- Drouguet (Noémie). 2015. *Le musée de société : de l'exposition de folklore aux enjeux contemporains*. Paris : Armand Colin.
- Doueïhi (Milad). 2008. *La grande conversion numérique*. Paris : Point.
- Duchesneau (Catherine). 2011. « De la participation en art. L'Écomusée du fier monde comme alliance entre l'art et la participation citoyenne », *Émulations*, 9. Publication en ligne : <<http://www.revue-emulations.net/archives/n9/duchesneau>>. Consulté le 10 janvier 2015.
- Eco (Umberto). 1979. *Lector in fabula : Le rôle du lecteur ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*. Paris : Grasset.
- École du Louvre. 2011. « Le Musée réflexif », in *Séminaire de l'École du Louvre*. Publication en ligne : <[https://www2.unine.ch/files/content/sites/mamuseo/files/Formation/S%C3%A9minaire%20EDL/programme_2011%20\(2\).pdf](https://www2.unine.ch/files/content/sites/mamuseo/files/Formation/S%C3%A9minaire%20EDL/programme_2011%20(2).pdf)>. Consulté le 10 septembre 2013.
- Fabre (Isabelle). 2012. « Médiation documentaire et culturelle dans le musée ». *Communications & Langages*, 173, p. 83-99.
- Flichy (Patrice). 2001a. *L'imaginaire d'internet*. Paris : La Découverte.
- Flichy (Patrice). 2001b. « La place de l'imaginaire dans l'action technique : le cas de l'internet ». *Réseaux*, 109, p. 52-73.
- Foucault (Michel). 1971. *L'Ordre du discours*. Paris : Gallimard.
- Foucault (Michel). 1975. *Surveiller et punir. Naissance de la prison*. Paris : Gallimard.

- Fourquet-Courbet (Marie-Pierre) et Courbet (Didier). 2014. « Les *serious games*, dispositifs numériques de médiation : processus socio-cognitifs et affectifs dans les usages et les effets sur les publics ». *Culture & Musées*, 22, p. 165-188.
- Frayse (Patrick). 2015. « La médiation numérique du patrimoine : quels savoirs au musée ? ». *Distances et médiations des savoirs*, 12. Publication en ligne : <<http://dms.revues.org/1219>>. Consulté le 20 janvier 2016.
- Gardiès (Cécile) et Fabre (Isabelle). 2012. « Définition et enjeux de la médiation numérique documentaire », in *Développer la médiation documentaire numérique*. Publication en ligne : <<http://mediationdoc.enssib.fr/lire-en-ligne/sommaire/i-le-perimetre-de-la-meditation-numerique-documentaire/definition-et-enjeux-de-la-meditation-numerique-docu>>. Consulté le 10 septembre 2013.
- Gardiès (Cécile), Fraysse (Patrick) et Courbières (Caroline). 2007. « Distance et immédiateté : Incidences du document numérique sur le traitement de l'information ». *Études de communication*, 30. Publication en ligne : <<http://edc.revues.org/index478.html>>. Consulté le 16 mars 2012.
- Gellereau (Michèle) et Casemajor Loustau (Nathalie). 2008. « Dispositifs de transmission et valorisation du patrimoine : L'exemple de la photographie comme médiation et objet de médiation », in *Actes du colloque interagir et transmettre, informer et communiquer : Quelles valeurs, quelle valorisation ?* Tunisie, 2008. Publication en ligne : <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00426294/en/>. Consulté le 11 février 2012. [Manuscrit auteur.]
- Gellereau (Michèle) et Dalbavie (Juliette). 2013. *Le Vase qui parle, une nouvelle approche de l'objet archéologique ? Évaluation de l'artefact interactif d'une céramique grecque présentée dans le hall de la Bibliothèque Universitaire de l'Université Lille 3*. Rapport de recherche : Université Lille III, Laboratoire GERiiCO – Ministère de la Culture et de la Communication – Pictanovo – Association Dév-Ô-Cité.
- Gentès (Annie). 2008. « Musées et technologies mobiles : une nouvelle cour du visiteur », p.58-72, in *Le design de nos existences à l'époque de l'innovation ascendante* / sous la direction de Bernard Stiegler. Paris : Centre Pompidou.
- German (Ronan). 2016. « La médiation numérique et l'espace muséal en représentation : les portfolios vidéos d'agences de design prestataires de musées », *Études de communication*, 46.
- Glicenstein (Jérôme). 2016. « Tous les futurs du musée ». Colloque *Expositions et médias*, musée d'Aquitaine, Bordeaux, 26 et 27 mai 2016.
- Gorgus (Nina). 2003. *Le magicien des vitrines : Le muséologue Georges-Henri Rivière*. Paris : Éd. de la Maison des sciences de l'homme.
- Gras (Alain). 2003. *Fragilité de la puissance : Se libérer de l'emprise technologique*. Paris : Fayard.
- Guzin-Lukic (Nada) et Langlois (Eric). 2008. « La cybermuséologie : une discipline universitaire en émergence », *Colloque ICOM-AVICOM*, 16 et 17 octobre 2008, Université du Québec en Outaouais.
- Guzin-Lukic (Nada) et Langlois (Eric). 2009. « Cybermuséologie et interprétation du patrimoine », *Congrès de l'Association québécois de l'interprétation sur le patrimoine*, mai 2009, Domaine Mackenzie King, Gatineau.
- Hobsbawm (Eric). 1995. « Inventer des traditions », *Enquête*, 2. En ligne : <http://enquete.revues.org/319>. Consulté le 13 décembre 2016.

Hoggart (Richard). 1957. *La culture du pauvre : étude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre*. Paris : Minuit.

Hypothèses. *Espaces réflexifs*. Publication en ligne : <<http://reflexivites.hypotheses.org/>>. Consulté le 16 mars 2012.

Jacobi (Daniel). 2005. « Images originales et images de reproduction dans l'exposition », p. 90-127, in *Images d'exposition : Expositions d'images I* sous la direction de Daniel Jacobi et de Serge Lochot. Dijon : OCIM.

Jacobi (Daniel). 2012. « La muséologie et la transformation des musées », p.45-52, in : *La muséologie : champ de théories et de pratiques*, sous la direction d'Anik Meunier. Québec : Presses Universitaires du Québec.

Jarrige (François). 2014. *Technocritiques : du refus des machines à la contestation des technosciences*. Paris : La Découverte.

Jeanneret (Yves) et Souchier (Emmanuel). 1999. « Pour une poétique de "l'écrit d'écran" », *Xoana*, n° 6/7.

Jeanneret (Yves) et Souchier (Emmanuël). 2005. « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran ». *Communication & langages*, 145. Publication en ligne : <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_03361500_2005_num_145_1_3351>. Consulté le 12 janvier 2012.

Jeanneret (Yves). 2001. « Autre chose qu'un discours, davantage qu'un accompagnement, mieux qu'une résistance ». *Terminal*, 85, p. 35-47.

Jeanneret (Yves) (dir). 2004. « Economies de l'écran : discours, pratiques et imaginaires entre visible et invisible », p. 142-162, in *L'imaginaire de l'écran*, sous la direction d'Yves Jeanneret et de Nathalie Roelens. Amsterdam – New York : Rodopi.

Jeanneret (Yves). 2004. « Economies de l'écran : discours, pratiques et imaginaires entre visible et invisible », p. 141-162, in : *L'imaginaire de l'écran*, sous la direction de Nathalie Roelens et d'Yves Jeanneret. Amsterdam/New-York : Rodopi.

Jeanneret (Yves). 2005. « Médiation », p. 105, in *La société de l'information, glossaire critique I* sous la direction de la Commission Nationale Française. Paris : La Documentation Française.

Jeanneret (Yves). 2007. *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Lille : Presses Universitaires du Septentrion.

Jeanneret (Yves). 2008a. « La relation entre médiation et usage dans les recherches en information-communication » in *Conférence d'ouverture du colloque : Médiations et usages des savoirs et de l'information*, 2008, Université de Rio de Janeiro.

Jeanneret (Yves). 2008b. *Penser la trivialité*, vol. 1 : *La vie triviale des êtres culturels*. Paris : Hermès Science/Lavoisier.

Jeanneret (Yves). 2011. *Y a-t-il vraiment des technologies de l'information ?* Villeneuve d'Ascq : Presses Universitaires du Septentrion.

Jeanneret (Yves). 2014. *Critique de la trivialité : la médiation de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris : Ed. Non Standard.

Judy (Henri-Pierre). 2008. *La machine patrimoniale*. Belval : Circé. [Poche.]

Jodelet (Denise) (sous la dir. de). 1989. *Les représentations sociales*. Paris : PUF.

- Joly (Martine). 2004. *Introduction à l'analyse de l'image*. Paris : Nathan. (128) [Première éd. en 1993.]
- Juanals (Brigitte). 2004. « L'arbre, le labyrinthe et l'océan. Les métaphores du savoir, des Lumières au numérique ». *Communication et langages*, 139, p. 101-110.
- Jutant (Camille), Guyot (Aude) et Gentès (Annie). 2009. « Visiteur ou joueur ? Les multiples facettes de la technologie RFID ». *Lettre de l'OCIM*, 125, p.12-20.
- Jutant (Camille). 2011. *S'ajuster, interpréter et qualifier une pratique culturelle : Approche communicationnelle de la visite muséale*. Th. doct. : Sciences de l'information et de la communication, université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.
- Katz (Stéphanie). 2004. « L'écran comme médiation vers l'infigurable ». *MEI*, 19, p. 87-96.
- Krebs (Anne). 2013. « Numérique et institutions culturelles : Quelle création de valeur ? », in *Actes des rencontres : Médiation & numérique dans les équipements culturels*, les 21 et 22 octobre 2013, BnF, Paris. Disponible sur : <<http://www.recontres-numeriques.org/2013/mediation/?action=restitution>>. Consulté le 2 décembre 2013.
- Labelle (Sarah). 2001. « La Société de l'information : à décrypter ! », *Communication & Langages*, n°128, p. 65-79.
- Labelle (Sarah). 2007. *La ville inscrite dans « la société de l'information » : formes d'investissement d'un objet symbolique*. Th. Doct. : Sciences de l'information et de la communication, université Paris IV Sorbonne : Celsa.
- Labelle (Sarah). 2008. « Pratiques démocratiques à l'aune des transformations médiatiques », p. 43-53, in *Imaginaire(s) des technologies d'information et de communication* / sous la direction d'Amar Lakel *et al.* Paris : Ed. de la Maison des sciences de l'Homme.
- Laborde (Aurélien). 2008. « Analyser l'imaginaire des TIC. Une nécessaire complémentarité des méthodes », p. 78-93, in *Imaginaire(s) des technologies d'information et de communication* / sous la direction d'Amar Lakel *et al.* Paris : Ed. de la Maison des sciences de l'Homme.
- Lafortune (Jean-Marie) (sous la dir de). 2012. *La médiation culturelle : le sens des mots et l'essence des pratiques*. Québec : PUQ.
- LAHIC. 2008. *Images mentales et représentations de l'identité : Le Museon Arlaten*. Étude réalisée sur commande du Museon Arlaten, pour le compte du LAHIC, Paris.
- Lakel (Amar) *et al.* 2008. *Imaginaire(s) des technologies d'information et de communication*. Paris : Ed. de la Maison des sciences de l'Homme.
- Landowski (Eric). 2006. *Les interactions risquées*. Limoges : PUL.
- Landowski (Eric). 2014. « Accord, justesse, ajustement ». *Actes sémiotiques*, 117. Publication en ligne : <<http://epublications.unilim.fr/revues/as/5054>>. Consulté le 11 décembre 2015.
- Langlois (Eric). 2015. « La cybermuséologie et ses nouveaux objets culturels : mise en contexte et étude de cas ». *Muséologies : Les cahiers d'études supérieures*, 7, p. 73-93.
- Lavaud (Laurent). 1999. *L'image*. Paris : GF Flammarion. (Corpus.)
- Le Deuff (Olivier). 2007. « Monstres, légendes et hérauts : Quelles pistes face à la tétratogénèse documentaire ? ». *ArchiveSIC*. Publication en ligne : <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/docs/00/20/04/48/PDF/Olivier_LeDeuff_MonstreslegendesheraMon.pdf>. Consulté le 10 octobre 2011.

- Le Guern (Odile). 1989. « Images et bases de données ». *Bulletin des Bibliothèques de France*, 34, p. 423-435.
- Le Marec (Joëlle) et Babou (Igor). 2003. « De l'étude des usages à une théorie des "composites" : objets, relations et normes en bibliothèque », p. 233-299, in : *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés* / sous la direction d'Yves Jeanneret, Emmanuel Souchier et Joëlle Le Marec. Paris : Bibliothèque publique d'information. [Études et Recherche.]
- Le Marec (Joëlle) et Topalian (Roland). 2003. « Évaluation et interactivité. Un modèle peut en cacher un autre ». In : *Communication et langages*, 137, p. 77-87.
- Le Marec (Joëlle). 1993. « L'interactivité, rencontre entre visiteurs et concepteurs ». *Publics & Musées*, 3, p. 91-109.
- Le Marec (Joëlle). 2001a. *Ce que le « terrain » fait aux concepts. Vers une théorie des composites*. Habilitation à diriger des recherches : Sciences de l'information et de la communication, université Paris VII.
- Le Marec (Joëlle). 2001b. « Dialogue interdisciplinaire sur l'interactivité », *Communication & Langages*, 128, p. 97-113.
- Le Marec (Joëlle). 2007. *Publics et musées. La confiance éprouvée*. Paris : L'Harmattan.
- Leleu-Merviel (Sylvie). 2005. « Structurer la conception des documents numériques grâce à la scénistique ». *HAL SHS*. Publication en ligne : <<http://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00466434/>>. Consulté le 15 décembre 2012.
- Lesaffre (Gaëlle), Watremez (Anne) et Flon (Émilie). 2014. « Pistes de recherche sur les applications mobiles en muséologie ? », *Culture & Musées*, 23, p.42-51.
- Leturcq (Sandrine). 1999. *Les médiateurs en bibliothèque*. Villeurbanne : ENSSIB.
- Levoïn (Xavier). 2016. *Médias et enseignement spécialisé de la musique : un projet communicationnel ?* Th. Doct, Sciences de l'information et de la communication, université Paris XIII.
- Lévy (Pierre). 1997. *L'intelligence collective*. Paris : La Découverte.
- Marchandise (Jacques-François). 2013. « Transition numérique : tendances prospectives », *Actes des rencontres : Médiation & numérique dans les équipements culturels*, les 21 et 22 octobre 2013, BnF, Paris. Publication en ligne : <<http://www.rencontres-numeriques.org/2013/mediation/?action=restitution>>. Consulté le 2 décembre 2013.
- Martin (Yves-Armel). 2011. « Innovation numérique / révolution au musée ». *Centre Érasme*. Publication en ligne : <<http://www.erasme.org/Innovations-numeriques-revolution>>. Consulté le 2 décembre 2013.
- Massit Folléa (Françoise). 2008. « Introduction », p. 3-10, in *Imaginaire(s) des technologies d'information et de communication* / sous la direction d'Amar Lakel et al. Paris : Ed. de la Maison des sciences de l'Homme.
- Mauss (Marcel). 1936. « Les techniques du corps ». *Journal de Psychologie*, 32. Publication en ligne : <http://classiques.uqac.ca/classiques/mauss_marcel/socio_et_anthropo/6_Techniques_corps/Techniques_corps.html>. Consulté le 15 avril 2013.
- Mauss (Marcel). 1967. *Manuel d'ethnographie*. Paris : Payot. [Première édition en 1974.]

- Médiamétrie. 2013. *Étude sur l'augmentation de l'équipement en technologies numériques par les foyers français*. Publication en ligne : <http://www.fondation.dauphine.fr/fileadmin/mediatheque/docs_pdf/Economie_numerique/Barometre_de_1_economie_numerique_8e_edition.pdf>. Consulté le 8 avril 2014.
- Mercier (Silvère). 2010. *Bibliobsession*. Publication en ligne : <<http://www.bibliobsession.net/2010/03/03/mediation-numerique-en-bibliotheque-une-definition/>>. Consulté le 20 février 2012.
- Meunier (Anik). (sous la dir. de). 2012. *La muséologie, champ de théories et de pratiques*. Québec : PUQ.
- Millerand (Florence), Proulx (Serge) et Rueff (Julien). 2010. *Web Social : Mutation de la Communication*. PUQ. (Collection Communication).
- Moatti (Daniel). 2010. *Le numérique éducatif (1977-2009) : 30 ans d'un imaginaire pédagogique officiel*. Dijon : Éditions Universitaires de Dijon.
- Musée ethnographie de Neufchâtel. 2012. « Retour d'Angola ». *Site du MEN*. Publication en ligne : <<http://www.men.ch/expo-retour-angola>>. Consulté le 11 septembre 2012.
- Musée Mc Cord. 2012. « Missions ». *Site internet du musée Mc Cord*. Publication en ligne : <<http://www.mccord-museum.qc.ca/fr/info/mission/>>. Consulté le 3 janvier 2012.
- Nez (Héloïse). 2011. « Annexe 2 : Grille d'observation ». *Sociologie*, 4. Publication en ligne : <<http://sociologie.revues.org/1133>>. Consulté le 12 décembre 2013.
- Noël (Bernadette). 1997. *La métacognition*. Paris, Bruxelles : De Boeck Université.
- Paillé (Pierre) et Mucchielli (Alex). 2012. *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Paris : Armand Colin.
- Perec (Georges). 1989. *L'infraordinaire*. Seuil : Paris.
- Perret (Jean-Baptiste). 2004. « Y a-t-il des objets plus communicationnels que d'autres ? », *Hermès*, 38, p. 121-128.
- Piaget (Jean). 1950. *Introduction à l'épistémologie génétique*. Paris : PUF.
- Pignier (Nicole). 2005. « La sémiotique et les enjeux créatifs dans le design interactif », p. 131-151, in : *Solutions sémiotiques / sous la direction de Nicolas Couégnas et al.* Limoges : Lambert-Lucas.
- Quéré (Louis). 1982. *Des miroirs équivoques : aux origines de la communication moderne*. Paris : Aubier-Montaigne.
- Rasse (Paul). 2000. « La médiation : entre idéal théorique et application pratique ». *Recherche en communication*, 13, p.38-61.
- Régimbeau (Gérard). 2014. « Introduction ». *Culture & Musées*, 22, p. 13-24.
- Renaud (Lise). 2007. *Dix ans de discours sur le téléphone mobile. Contribution à l'analyse des discours accompagnant l'insertion sociale des objets techniques contemporains*, Th. Doct. : Sciences de l'Information et de la Communication, Université Lyon II.
- Renaud (Lise). 2012. « Téléphone mobile et écriture : Figure de la ré-novation ». *Communication & Langages*, 174, p. 55-67.
- Renaud (Lise). 2014. « Les figures métaphoriques du transmédia. Analyse sémiotique du discours d'escorte du Transmedia Lab d'Orange ». *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, 15, p. 63 à 72.

- Ricœur (Paul). 1986. *Du texte à l'action. Essais d'herméneutique II*. Paris : Éd. du Seuil.
- Rifkin (Jérémy). 2000. *L'âge de l'accès : Survivre à l'hypercapitalisme*. Montréal : La Découverte/Boréal.
- Rizza (Maryze). 2013. « La numérisation du dossier d'œuvre : Enjeux organisationnels pour les musées ». *Culture & Musées*, 22, p. 25-46.
- Rosa (Hartmut). 2010. *Accélération. Une critique sociale du temps*. Paris : La Découverte. [Théorie critique.]
- RTP Doc. 2007. *La redocumentarisation du monde*. Toulouse : Cépaduès.
- Sandri (Éva) et Tardy (Cécile). 2013. « La transformation du rapport à l'objet patrimonial : la médiation numérique à visée réflexive au musée d'ethnographie », *Actes du colloque Cide 16 : Dispositifs numériques, contenus, interactivité, évaluation*, les 21 et 22 novembre 2013, Paris, Europaia.
- Sandri (Éva). (à paraître). « Le musée au prisme du modèle participatif », in *Le Musée augmenté /* sous la direction de Camille Jutant et de Gaëlle Lesaffre.
- Sandri (Éva). 2011. *La bibliothèque et ses imaginaires : quelle vision à l'heure des nouveaux modèles ?* Mémoire de recherche : Sciences de l'information et de la communication, CELSA, université Paris IV.
- Sandri (Éva). 2012a. « De l'utilisation du terme "révolution" dans les technologies de l'information et de la communication : Le cas des nouvelles technologies au musée ». *Journées d'études métamorphoses et Bouversements*, 12 et 13 avril 2012, université d'Avignon et des Pays de Vaucluse. Publication en ligne : <http://blogs.univ-avignon.fr/icct/files/2013/04/E._Sandri_-_Technologies_num%C3%A9riques_au_mus%C3%A9e_44-51.pdf>. Consulté le 05/09/13.
- Sandri (Éva). 2012b. « La médiation numérique de la mémoire sociale : La rénovation du Museon Arlaten ». *Journées d'étude internationales : Mémoire sociale et médiations des patrimoines*, 25 et 26 septembre 2012 à l'université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.
- Sandri (Éva). (2016). « Les ajustements des professionnels de la médiation au musée face aux enjeux de la culture numérique ». *Etudes de Communication*, 46.
- Saouter (Catherine). 2000. *Le langage visuel*. Montréal : XYZ Éditeur.
- Saouter (Catherine). 2003. « Documenter, représenter : La naissance de l'image photographique », p. 12-39, in : *Images et sociétés : le progrès, les médias, la guerre*. Montréal : Presses de l'université de Montréal.
- Scardigli (Victor). 1992. *Les sens de la technique*. Paris : PUF.
- Schmitt (Daniel) et Meyer-Chemenska (Muriel). 2015. « 20 ans de numérique dans les musées : entre monstration et effacement ». *La Lettre de l'OCIM*, 162, p. 53-57.
- Seca (Jean-Marie). 2001. *Les représentations sociales*. Paris : Armand Colin [Cursus Sociologie.]
- Séréna-Allier (Dominique). 2008. « Réinventer le propos du Museon Arlaten : Une mise en abyme du musée ethnographique », p. 213-218, in : *De nouveaux modèles de musées ? Formes et enjeux des créations et rénovations de musées en Europe : XIX^e-XXI^e siècle /* sous la direction d'Anne-Solène Rolland et d'Anna Murauskaya. Paris : Éd. L'Harmattan.

- Séréna-Allier (Dominique). 2016. « Les dioramas du Museon Arlaten : de la lecture critique au projet de conservation/restauration *in situ* », *In Situ*. Publication en ligne : <<http://insitu.revues.org/13063>>. Consulté le 21 juillet 2016.
- Simon (Nina). 2010. *The participatory museum*. Disponible en ligne : <<http://www.participatorymuseum.org/read/>>. Consulté le 20 janvier 2013.
- Simondon (Georges). 1958. *Du mode d'existence des objets techniques*. Paris : Aubier.
- Souchier (Emmanuël). 1998. « L'image du texte : Pour une théorie de l'énonciation éditoriale ». *Cahiers de médiologie*, 6. Publication en ligne : <http://www.mediologie.org/collection/06_mediologies/souchier.pdf>. Consulté le 12 janvier 2012.
- Stiegler (Bernard) et Tisseron (Serge). 2009. *Faut-il interdire les écrans aux enfants ?* Paris : Éd. Mordicus.
- Tajfel (Henri). 1972. « La catégorisation sociale », p. 272-302, in *Introduction à la psychologie sociale* / sous la direction de Serge Moscovici. Paris : Larousse.
- Tardy (Cécile) et Jeanneret (Yves) (sous la dir. de). 2007. *L'écriture des médias informatisés : Espaces de pratiques*. Paris : Hermès-Lavoisier.
- Tardy (Cécile). 2012. *Représentations documentaires de l'exposition*. Paris : Hermann. [Cultures numériques.]
- Tardy (Cécile). 2015. « La médiation d'authenticité des substituts numériques », in *Mémoire et nouveaux patrimoines*, sous la direction de Vera Dodebei et de Cécile Tardy. Marseille : Open Edition Press. Publication en ligne : <<http://books.openedition.org/oep/411>>. Consulté le 18 août 2015.
- Thierry (Daniel). 1993. « La borne interactive multimédia : une nouvelle technologie de distribution de l'information ? ». *TIS*, 5, p. 393-417.
- Tobelem (Jean-Michel). 2001. « La gestion des bénévoles dans les musées américains ». *Lettre de l'OCIM*, 75. Publication en ligne : <<http://doc.ocim.fr/LO/LO075/LO.75%282%29-pp.06-10.pdf>>. Consulté le 11 février 2014.
- Trésor de Langue Française. 2014. « Entrée : Réalisation ». *Site du TLF*. Publication en ligne : <<http://atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?12;s=3927286875;r=1;nat=;sol=3;>>>. Consulté le 14 janvier 2014.
- Vidal (Geneviève). 1998. « L'interactivité et les sites Web de musée ». *Publics & Musées*, 13, p. 89-107.
- Vidal (Geneviève). 2006. *Contribution à l'étude de l'interactivité : les usages du multimédia au musée*. Pessac : Presses Universitaires de Bordeaux.
- Vidal (Geneviève). 2012. « La médiation numérique et les musées : Entre autonomie et prescription ». *Développer la médiation documentaire numérique*. Publication en ligne : <<http://mediationdoc.enssib.fr/lire-en-ligne/sommaire/i-le-perimetre-de-la-mediation-numerique-documentaire/la-mediation-numerique-et-les-musees-entre-autonomi>>. Consulté le 5 septembre 2013.
- Vigué Camus (Agnès). 1998. « Une approche des usages et représentations des écrans multimédias dans leur contexte social de production ». *Public & musées*, 13, p. 43-65.
- Virilio (Paul). 2010. *Le Grand Accélérateur*. Paris : Galilée.

Wagener (Bastien). 2010. « Définition de la métacognition ». *Métacognition*. Publication en ligne : <<http://metacog.free.fr/metacognition.php>>. Consulté le 20 février 2012.

Welger-Barboza (Corinne). 2001. *Le Patrimoine à l'ère du document numérique. Du musée virtuel au musée médiathèque*. Paris : L'Harmattan.

Wikipédia Encyclopédie Libre. 2007. *Article culture numérique*. Publication en ligne : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Culture_num%C3%A9rique#cite_note-5>. Consulté le 20 décembre 2013.

Wunenburger (Jean-Jacques). 1991. *L'imaginaire*. Paris : PUF.

Zeller. (Jean-Daniel). 2004. « Documents numériques : à la recherche d'une typologie perdue... ». *Document numérique*, 2, p. 101-116.



Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse
Ecole doctorale 537 Culture et Patrimoine – Centre Norbert Élias, Équipe Culture et
Communication

Université du Québec à Montréal
Faculté des arts – Études supérieures en muséologie

Éva Sandri

Annexes

Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication

Thèse en cotutelle sous la direction de Cécile Tardy (UAPV) et de Catherine Saouter
(UQAM) - Programme de doctorat international Muséologie, médiation, patrimoine

Présentée et soutenue publiquement le 5 décembre 2016

Jury

Madame Cécile Tardy – Professeure, Université Lille III

Madame Catherine Saouter – Professeure, Université du Québec à Montréal

Monsieur Patrick Fraysse – Maître de conférences HDR, Université de Toulouse III

Madame Nada Guzin Lukic – Professeure, Université du Québec en Outaouais

Monsieur Jean Davallon – Professeur, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

Monsieur Yves Bergeron – Professeur, Université du Québec à Montréal

Madame Françoise David – Responsable recherche et muséographie, Museon Arlaten

TABLE DES ANNEXES

Annexe 1 : Grille d'observation pour la veille documentaire	p.2
Annexe 2 : Protocole de prise de vue photographique	p.4
Annexe 3 : Exemple de compte-rendu de veille documentaire	p.6
Annexe 4 : Guide d'entretien	p.8
Annexe 5 : Classement thématique des entretiens	p.9
Annexe 6 : Liste des documents collectés au Museon Arlaten	p.12
Annexe 7 : Dates des entretiens réalisés au Museon Arlaten	p.13
Annexe 8 : Date des réunions au Museon Arlaten	p.14
Annexe 9 : Grille d'observation des réunions au Museon Arlaten	p.15
Annexe 10 : Entretiens retranscrits	p.16
Annexe 11 : Carte heuristique de l'image	p.122
Annexe 12 : Corpus d'articles journalistiques	p.123
Annexe 13 : Table des figures	p.125

Annexe 1. Grille d'observation pour la veille documentaire

MÉTHODOLOGIE

Une analyse des dispositifs de médiation numérique de différents musées permettra de mettre à jour les caractéristiques de ces dispositifs comme les modalités de leur réception.

I. ANALYSE DE DISPOSITIFS

a) *Objectif principal*

Analyser les caractéristiques principales des supports de médiation numérique.

b) *Objectifs spécifiques*

Chercher une éventuelle corrélation entre les dispositifs numériques et la volonté de favoriser le regard interprétatif du visiteur.

Comprendre l'utilisation qui est faite par le public de ces dispositifs.

c) *Les méthodes*

-Relevé photographique

-Analyse du dispositif *via* une grille d'observation

d) *La grille d'observation*

Type de dispositif : Ex : borne, audioguide, application smartphone

Support : Ex : tablette tactile, smartphone

Structure : linéaire / hypertextuelle / mixte

Public attendu : jeune / public empêché / public néophyte / public averti

Type de contenu informationnel : texte / vidéo / son / image / réalité augmentée / réalité alternée

Valeur interprétative :

À partir de différentes typologies :

-Type d'information : définition / exemple / interprétation

-Taxonomie de Bloom : connaissance, compréhension, application.

Aspect ludique : oui / non. Les codes du jeu sont-ils respectés ?

Degré d'interactivité : critères de Nicole Pignier : procédés cinétiques (mouvement). Y a-t-il l'établissement d'une participation mentale et physique entre l'utilisateur et l'outil (Pignier, 2005 : 148) ?

Degré d'immersion : inexistant / faible / moyen / fort

Nécessité du numérique pour diffuser le contenu : nécessaire / non nécessaire / pertinent / peu pertinent

II. ANALYSE DE RÉCEPTION

Public cible : jeune public / adulte / public empêché

Public utilisateur : jeune public / adulte / public empêché

Temps passé sur le dispositif : en secondes, par rapport au temps d'utilisation maximum

Positionnement de l'utilisateur par rapport au dispositif : assis / debout / en itinérance

Dispositif utilisé : seul / à plusieurs

Description de la réaction du visiteur face au dispositif : compréhension / incompréhension

Annexe 2. Protocole de prise de vue photographique

PROTOCOLE PHOTOGRAPHIQUE

Dans le cadre de la réalisation de compte-rendu de veille documentaire, la prise de vue photographique sera utilisée comme un outil d'observation et d'archivage des dispositifs numériques. Il importe d'assurer le caractère fiable et exploitable des visuels obtenus.

Le présent protocole photographique vise à définir les modalités des prises de vues durant les visites d'exposition. Il sera utile lors des temps d'analyse de dispositifs de médiation numériques durant les visites d'exposition en lien avec le travail de veille technologique réalisée pour le Museon Arlaten. Il s'agit de définir une procédure visant une cohérence dans les prises de vues de façon à constituer des séries homogènes qui pourront être comparées. Ce protocole prend la forme d'une succession de règles menant à un mode opératoire.

I. LE MATÉRIEL

- Appareil photographique numérique, modèle : Nikon, Coolpix S4200.
- Éventuellement un pied avec une rotule réglable

II. LA TAILLE DES PLANS

Le protocole vise à définir les tailles de plans qui seront favorisées en fonction des aspects à étudier. Seront distinguées les prises de vues dont l'objectif est de photographier un dispositif numérique en particulier des prises de vues visant à effectuer un relevé photographique d'une exposition.

1/ Plan d'ensemble

Sera d'abord réalisé un plan d'ensemble afin de donner à voir le dispositif dans son contexte : l'exposition.

2/ Plan rapproché

Le plan rapproché permet de mettre l'accent sur le fonctionnement et les modalités techniques du dispositif.

3/ Gros plan

Le gros plan sur l'écran est effectué afin de se focaliser sur le contenu iconique et textuel du dispositif. Un très gros plan est effectué si le dispositif le demande.

III. LA LUMIÈRE

Les photographies sont sans flash, sauf quand le manque de luminosité dans l'exposition ne le permet pas. La lumière est idéalement naturelle (venant d'une fenêtre) ou à défaut artificielle (lumière électrique de l'exposition).

IV. LES DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

Les principales difficultés rencontrées viennent du manque de luminosité de l'espace d'exposition. Une autre difficulté est liée au caractère de l'étude. La prise de vue de dispositifs numériques implique des photographies d'écrans. Ceux-ci diffusent parfois une lumière intense dans un environnement très sombre, posant alors des problèmes d'exposition lumineuse. Enfin la dernière difficulté concerne les musées qui interdisent toute prise de vue.

V. EXEMPLE DE SÉRIE PHOTOGRAPHIQUE



Plan d'ensemble



Plan rapproché



Gros plan



Très gros plan

Prise de vue d'un dispositif numérique : les douches sonores dans l'exposition *Être ou ne poète* à la Grande Bibliothèque de Montréal. Avril 2013.

BIBLIOGRAPHIE

Saouter (Catherine). 2000. *Le langage visuel*. Montréal : XYZ Éditeur.

Tardy (Cécile). 2012. *Représentations documentaires de l'exposition*. Paris : Hermann. (Col. Cultures numériques).

Pratiques hybrides. 2013. *Qu'est-ce qu'un protocole artistique ?* En ligne : <http://ufr04.free.fr/?page_id=26>. Consulté le 2 avril 2013.

Annexe 3. Exemple de compte-rendu de veille documentaire

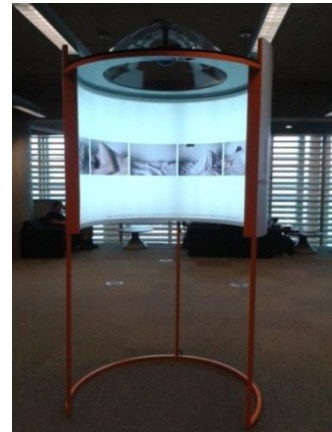
LES CABINES SONORES, UN DISPOSITIF DE SON DIRECTIF ?

– Lieu du dispositif

Bibliothèque et archives nationales du Québec, dans le cadre de l'exposition *Gérald Godin - Être ou ne poète* au premier étage de la bibliothèque.

– Description du dispositif

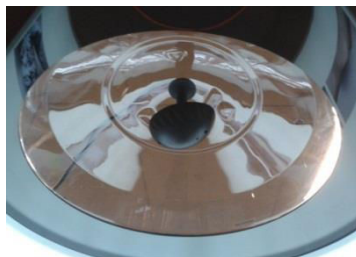
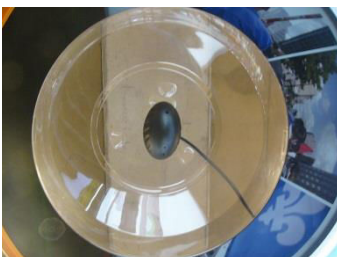
Les cabines sonores prennent la forme d'un kiosque circulaire dont les murs internes donnent à voir une série de photographies. Au sommet du kiosque, inséré dans un dôme en plastique, se trouve un haut-parleur noir ovale qui diffuse des poèmes de Gérald Godin en lien avec les photographies présentées. Un capteur à l'entrée du kiosque détecte la présence des visiteurs et le contenu audio n'est diffusé qu'à partir du moment où une personne y entre.



Le son semble être diffusé vers le haut du dôme pour ensuite redescendre en « douche sonore ». L'avantage du haut-parleur placé dans le dôme est que seules les personnes qui rentrent dans le kiosque entendent le texte. Le dispositif ne dérange donc pas les autres utilisateurs de la bibliothèque. À un mètre du kiosque on entend tout de même un vague murmure et il faut s'éloigner à sept mètres du kiosque pour ne plus rien entendre.

– Les haut-parleurs, des dispositifs de son directif ?

Un entretien avec une bibliothécaire a permis de savoir que les dispositifs sont bien des douches sonores.



– Analyse de réception

- Utilisateurs 1 : homme, 30 ans. Écoute de 10 secondes.
- Utilisateur 2 : femme, 40 ans. Écoute de 20 secondes.
- Utilisateur 3 : femme, 20 ans. Écoute de 15 secondes.
- Utilisateur 4 : homme, 15 ans. Écoute de 10 secondes.
- Utilisateur 5 : femme, 30 ans. Écoute de 20 secondes.

– Conclusion

Ce dispositif semble pertinent dans l'espace choisi puisque les lecteurs assis dans les fauteuils à proximité du dispositif ne semblent pas dérangés par les douches sonores. Après vérification, le son ne les atteint pas.



Annexe 4. Guide d'entretien

GUIDE D'ENTRETIEN SEMI-DIRECTIF

Je m'intéresse à la façon dont les musées réalisent des dispositifs de médiation numérique. Je souhaiterais vous poser quelques questions afin que vous me parliez de la façon dont vous envisagez la médiation numérique dans votre institution. Cet entretien restera anonyme.

1. La conception des dispositifs

- Comment avez-vous été impliqué dans ce projet de conception de dispositif de médiation numérique ?
- À partir de quand avez-vous été impliqué ?
- Sur quels objectifs avez-vous été impliqué ?
- Comment s'effectue la collaboration avec les autres équipes du musée ?
- Quel est votre rôle en termes de réflexion sur les contenus éditoriaux ?
- Quel est votre rôle en termes de réflexion sur les choix des dispositifs technologiques ?

2. Le rapport à la médiation numérique

- Quel va être selon vous l'impact du dispositif que vous réalisez sur le visiteur ?
- Selon vous, qu'est-ce que les dispositifs de médiation numérique apportent de positif ou de négatif pour les publics ?
- Que pensez-vous de la réalisation croissante de dispositifs de médiation numérique au musée (en général et dans votre institution) ?

Relances possibles sur des dispositifs précis :

- Les multcartels
- Les tables tactiles
- Les salles d'interprétation
- Le navigateur
- L'iPod Touch
- Les jeux

Annexe 5. Classement thématique des entretiens

ANALYSE DES ENTRETIENS THÉMATIQUES MAJEURES

Nous avons fait le choix d'extraire les thématiques majeures des entretiens à partir de la typologie réalisée par Boutinet (2005) à propos des étapes chronologiques de réalisation d'un projet technique.

Dans un premier temps nous avons listé les thématiques liées à la conception de dispositifs numériques et avons pris pour point de départ les aspects technologiques du projet concernant le choix des dispositifs ainsi que les « résultats projetés face aux résultats obtenus » (Boutinet, 2005 : 269). Nous avons également décrit les « effets non voulus du projet » (*Ibid.*). Dans un deuxième temps nous avons observé les « motifs invoqués pour le choix des dispositifs », notamment le rapport aux technologies *via* l'analyse des imaginaires. Il s'agit de noter « les justifications qui le fondent [le projet] et confèrent sa légitimité ». Dans un troisième et dernier temps nous nous attachons aux relations de collaboration entre les différents acteurs de la rénovation, ce que Boutinet appelle les « stratégies et moyens utilisés » en lien avec « les acteurs en présence et leurs positionnements » (*Ibid.*).

La liste ci-dessous hiérarchise les données obtenues par le biais de l'observation, des entretiens et de l'analyse des documents collectés à travers un classement thématique. Elle a vocation à permettre un premier tri dans les données récoltées.

I. LA CONCEPTION DES DISPOSITIFS

L'acquisition du dispositif

- Le prix
- Le choix du dispositif (fait par l'architecte ou par le musée)

Les aspects techniques

- Les fonctionnalités
- La manipulation (ergonomie, arborescence, navigation, visibilité dans l'espace d'exposition, design)

L'aspect cognitif

- Le contenu thématique du dispositif (explicatif/interprétatif)
- La scénarisation

L'intégration des dispositifs dans l'espace

- La façon dont les dispositifs sont intégrés dans l'exposition
- La disposition des technologies dans l'espace muséal

La valorisation de l'image numérique

- Mise en visibilité des images de la base documentaire
- La place de l'apport documentaire dans l'exposition

II. LE RAPPORT AUX TECHNOLOGIES

Les termes utilisés pour les qualifier

- Le déploiement spatio-temporel
- Une double concurrence (concurrence objet/contenu de médiation et concurrence médiation humaine/médiation technologique)
- L'utile et l'innovant face au numérique discret
- La terminologie (différencier les termes existants des termes inventés par le musée)

Le régime des émotions

- La convivialité (la parole partagée et le lien intergénérationnel)
- Un musée qui étend sa mémoire sociale
- L'ambiance de l'exposition : entre interprétation et immersion

Le rapport à l'innovation

- Dialectique entre innovation et recul critique sur les TIC

L'anticipation du comportement des visiteurs par les enquêtes

- L'injonction de l'interaction entre les visiteurs : le modèle de la convivialité
- L'injonction au ludique
- Les six grandes catégories de visiteurs : handicapés, jeunes publics, étrangers, âgés, arlésiens, non arlésiens
- Le comportement du visiteur vis-à-vis du dispositif en termes d'émotions (enthousiasme et malaise)

III. LES RELATIONS ENTRE LES ACTEURS DE LA RENOVATION

Différencier les acteurs

- Les acteurs du musée (les différentes unités)
- Les acteurs hors du musée (AMO, architectes, entreprises prestataires, marchés publics)

Les architectes

- Les logiques de travail
- Le dossier professionnel et les négociations (définition, traduction, ajustement)
- Les sujets problématiques

L'Assistant à Maîtrise d'Ouvrage

- La collaboration avec l'AMO (rôle de conseil, de coach, de veille et de proposition)

Les entreprises prestataires

- Le partage des compétences
- La société Mobydoc et le site internet
- La société responsable de l'animation 3D, de la documentation et de la réalisation des films

Annexe 6. Liste des documents collectés au Museon Arlaten

Les documents transmis par le CMM

- Document PDF de spécification multimédia (datant de 2011). Auteur : CMM.
- Document PDF de spécification multimédia (datant de 2012). Auteur : CMM.
- Document power-point de communication : « Les esquisses du futur parcours muséographique du Museon Arlaten : Un itinéraire en cinq séquences ». Auteur : non mentionné.
- Document excel « Multimédia intentions éditoriales ». Auteur : Équipe recherche et muséographie
- Document word : « Museon Arlaten, des dispositifs didactiques multimédias dans le parcours muséographique ». Auteur : Pôle direction/conservation.
- Document word : « Liste des équipements interactifs ». Auteur : CMM.

Les documents disponibles sur le site internet du musée

- Document word : « Synthèse du projet scientifique et culturel. Un parcours muséographique renouvelé : le “musée du musée” ou les mises en scène de l’ethnographie provençale ». Auteur : non mentionné.
- Document PDF : « La rénovation du Museon Arlaten ». Auteur : non mentionné.

Les documents de travail confidentiels disponibles sur la plateforme Google Drive ou distribués durant les réunions

- Document word (version papier) : « Pro : Commentaires/Remarques ». Auteur : Équipe recherche et muséographie et CMM.
- Document word (version papier) : « Pro : Commentaires/Remarques. Lot 12 ». Auteur : Équipe recherche et muséographie et CMM.
- Document word (version papier) : « Pro : Commentaires/Remarques. CCTP lot 12 ». Auteur : Équipe recherche et muséographie, CMM et AMO.
- Document word (version papier) : « Plan général provisoire du parcours muséographique du Museon Arlaten rénové. Auteur : Agence d’architecture et Museon Arlaten.
- Document word (version papier) : « Museon Arlaten : AMO Multimédia – objets 3D : approximation budget ». Auteur : AMO.
- Document word (version papier) : « Museon Arlaten : AMO Multimédia – navigateurs : prestataires potentiels ». Auteur : AMO.
- Document word (version papier) : « Museon Arlaten : AMO Multimédia – navigateurs : analyse fonctionnelle ». Auteur : AMO
- Document PDF (version papier) : « Fonctionnel carte Félibrige 1.0 ». Auteur : AMO.
- Document word (version papier) : « Fonctionnel navigateur 1.1 ». Auteur : AMO.
- Documents PDF : « Fonctionnel Félibrige 1.1 : Algorithme général de consultation d'une table multi-utilisateurs ». Auteur : AMO.

- Documents PDF : « Fonctionnel multcartel 1.1 : Structure de l'écran d'accueil ».
Auteur : AMO.
- Document word : « Le muséographe ». Auteur : Service des publics.
- *NB : Nous ne faisons état ici que des documents disponibles sur Google Drive utilisés en réunion.*

Annexe 7. Date des entretiens effectués au Museon Arlaten

- Entretien 1 : CMM, 13/10/11 à 14h. Bureau du CMM au Museon Arlaten⁹¹
- Entretien 2 : CMM, 23/10/12 à 14h. Bureau du CMM au Museon Arlaten.
- Entretien 3 : CMM, 06/11/12, 14h. Bureau du CMM au Museon Arlaten.
- Entretien 4 : CMM, 20/11/12, 14h45. Bureau du CMM au Museon Arlaten.
- Entretien 5 : Membres de l'unité recherche et muséographie (RM), 30/11/12, 9h. Bureau de l'unité recherche et muséographie au Museon Arlaten.
- Entretien 6 : Responsable unité documentation et publications, 30/11/12, 10h30. CERCO.
- Entretien 7 : CMM, 10/12/12, 11h. Rendez-vous téléphonique.
- Entretien 8 : CMM, 27/06/13, 15h. Bureau du CMM au Museon Arlaten.
- Entretien 9 : AMO, 10/10/13, 13h45. Bureau de l'unité RM au Museon Arlaten.
- Entretien 10 : Responsable du service des publics, 14/10/13, 16h30. Bureau du service des publics.

⁹¹ Entretien préalable non enregistré.

Annexe 8. Date des réunions au Museon Arlaten

- Réunion 1 : 15/11/12, 14h-18h. Présents : CMM, conservatrice, conservatrice adjointe, responsable du service des publics, deux membres de l'unité recherche et muséographie, AMO.
- Réunion 2 : 13/12/12, 10h-17h. Présents : CMM, conservatrice adjointe, deux membres de l'unité recherche et muséographie, AMO.
- Réunion 3 : 26/09/13, 10h-17h. Présents : CMM, AMO, conservatrice adjointe, trois membres de l'unité recherche et muséographie.
- Réunion 4 : 10/10/13, 9h30-17h. Présents : CMM, AMO, trois membres de l'unité recherche et muséographie, responsable service des publics et un membre du service des publics.
- Réunion 5 : 07/11/13, 10h-17h. Présents : CMM, AMO, conservatrice adjointe, trois membres de l'unité recherche et muséographie, deux membres du service des publics.
- Réunion 6 : 19/12/13, 10h-17h. Présents : CMM, AMO, service des publics, deux membres de l'unité recherche et muséographie, conservatrice adjointe.
- Réunion 7 : 06/02/14, 14h. Présents : CMM, service des publics, un membre de l'unité recherche et muséographie, conservatrice adjointe.
- Réunion 8 : 06/02/14, 10h-17h. Présents : CMM, AMO, service des publics, trois membres de l'unité recherche et muséographie, conservatrice adjointe.
- Réunion 9 : 07/02/14, 9h. Présents : AMO, service des publics au complet, un membre de l'unité recherche et muséographie.
- Réunion 10 : 20/03/14. Présents : CMM, AMO, trois membres de l'unité recherche et muséographie, responsable service des publics et un membre du service des publics.

Annexe 9. Grille d'observation des réunions au Museon Arlaten

GRILLE D'OBSERVATION

1. La répartition de la parole entre les professionnels durant les réunions

- Qui démarre les réunions ?
- Qui guide les réunions ? *Nous différencions les professionnels travaillant au Museon Arlaten des professionnels extérieurs comme l'assistant à maîtrise d'ouvrage.*
- Qui gère le temps de parole ?
- Qui achève la discussion lors des débats ?

2. Les termes employés pour mentionner les nouvelles technologies

- Quels termes sont employés pour qualifier les dispositifs technologiques ?
- Quels termes emploie-t-on pour parler du degré de nécessité des dispositifs numériques ?
- Quels termes sont employés concernant les attentes et les potentialités du numérique en termes d'effets sur les visiteurs ?

3. L'anticipation des publics

- Quelles figures majeures de publics sont convoquées ?
- Quelles sont les anticipations des comportements des visiteurs ? Ex : craintes (non-utilisation, détournement du dispositif) espoirs (consultation approfondie, discussions entre les visiteurs) et solutions apportées pour pallier ces craintes.

4. Le rapport aux collections

- Comment sont pensés les objets par rapport aux dispositifs de médiation ? Ex : complémentarité, dévoilement, interprétation.
- Quel est le discours porté sur les objets de collections ?
- Quel est le discours porté sur les dispositifs de médiation ?
- Où sont localisés les contenus de médiation ? Ex : centre de documentation du musée, collections du musée, documents commandés à des entreprises prestataires, documents réalisés par l'équipe recherche et muséographie.

Annexe 10 : Entretiens retranscrits

Entretien du 22/05/2013. 16h00. Musée Mc Cord. Bureau du chef des technologies de l'information (CTI) et du chargé de projet web et multimédia (CPWM).

Enquêtés : chef technologies de l'information (CTI) et chargé de projet web et multimédia (CPWM).

E : Comment ont été faits les choix de ce support, pour l'iPod qui a été utilisé pour l'activité « I Montréal-Le collectionneur » ?

CTI : Alors d'abord la plateforme, pourquoi l'iPod ?

E : Oui.

CPWM : Parce que la plateforme est venue avant « I Montréal le collectionneur ».

E : Oui c'est ce que m'avait dit Adèle⁹².

CPWM : C'est-à-dire que « I Montréal-Le collectionneur », ce n'est pas ça qui a fait qu'on a choisi la plateforme, on choisit quelque chose, quelque chose qui existait déjà, qui avait été fait.

CTI : C'est l'activité, y a pas eu d'abord une idée d'activité et ensuite un choix technologique, un choix de dispositif mobile puis ensuite une plateforme. C'est l'inverse.

E : Oui. C'est l'ordre que m'avait expliqué Adèle c'est pour ça que je voulais remonter à...

CTI : En fait, on avait commencé à s'intéresser aux dispositifs mobiles au musée en 2009.

CPWM : Avec Fluide.

CTI : Le projet Fluide. On avait été approchés par ...

CPWM : L'université de Toronto...

CTI : C'était l'université en fait, on avait un projet de recherche qui avait été lancé par un chercheur de l'université de Toronto, qui était financé par une grosse fondation américaine, la fondation Maylan, qui avait des volets qui couvraient l'utilisation de technologies dans le milieu de l'éducation. Et leur idée de départ c'était donc de venir étudier ce qui pouvait être fait dans le domaine muséal, puis chercher des partenaires muséaux, et comme on a une réputation d'être un musée techno, au Canada, ben les gens de l'université de Toronto nous ont approchés, donc c'est un projet qui devait se faire sur deux ans... Crise, crise économique, crash boursier

⁹² Les prénoms ont été changés.

américain et crise financière en fait, et ce qui a fait que la fondation Maylan a dû réviser ses activités, la fondation, l'argent, avait promis beaucoup puis la bourse, ben n'y a pas eu de deuxième année pour... Mais y a quand même une première, première année dans laquelle on a, on a, prototypé, on a travaillé avec des designers d'interaction, puis y a eu un prototype qui a été développé qu'on a déployé ici, puis qu'on a testé ici, sauf que c'était une web ap', donc c'était en fait un site web mobile, optimisé pour iPod, puis relooké pour qu'on n'ait pas l'impression que c'est un site web, donc ça... En HTML on faisait une interface qui ressemblait beaucoup à une application qui en fait n'en était pas une. Puis c'était un choix, je dirai que le parti pris des développeurs, de la communauté de développeurs, Fluide, était qu'il était préférable de développer des sites web mobiles plutôt que des applications mobiles, par soucis de, d'ouverture de plateforme.

E : Pour l'interopérabilité j'imagine ?

CTI : C'est exactement ça. Et puis ce n'était pas uniquement, le projet ne couvrait pas uniquement les dispositifs mobiles, mais également les kiosques et le web. C'était assez ambitieux.

CPWM : Mais nous on ne faisait pas kiosques et web, ça c'était d'autres.

CTI : C'est ça, nous notre participation concernait les aspects mobiles. Mais l'idée derrière ça c'était de développer une infrastructure qui permettrait à des développeurs et des musées donc de réutiliser des composantes logicielles puis eux-mêmes de déployer des contenus, de faire de la médiation numérique soit en salle, soit sur mobile, d'un travail très ambitieux. En fait, les recherches servent à explorer des concepts, pis en bout de ligne on n'a pas pu même si dans les faits c'était utilisable, ce n'était pas vraiment, la plateforme n'était pas encore assez mature pour nous permettre à nous-mêmes de venir faire des modifications là, donc dans les faits, on n'a pas poursuivi l'utilisation puisqu'il n'y avait pas de financement pour la deuxième phase, mais il n'y avait pas vraiment de communauté de développeurs donc on était un peu seuls...

CPWM : Mais c'est quand même la base de l'implication qu'on voulait.

CTI : Sinon ce qu'on avait identifié comme fonctionnalité se retrouve dans l'application mobile qu'on a développée, qui est utilisée présentement.

E : Pourquoi avez-vous choisi ces fonctionnalités ?

CTI : En fait c'était, je me rappelle quand on s'est fait approcher par ces gens-là qui voulaient nous offrir de l'argent pour faire du développement, je ne sais pas, on avait regardé c'était avec Martine la directrice à l'époque. Puis c'est quoi qu'elle disait, c'était l'Exploratorium, je pense c'est à la Vilette.

CPWM : La Villette.

CTI : Ok. Y avait une techno qui utilisait la RFID, puis des cartes, et c'est ça, on venait taper sous les vignettes. C'est un peu l'idée là en fait de, de couvrir le volet post-visite, de permettre aux gens de faire des, de sélectionner des objets en cours de visite pour pouvoir les consulter, les retrouver dans la base pour plus tard, c'était un peu, un peu ça au départ.

CPWM : Oui y avait ça mais y avait aussi le contenu supplémentaire, c'est-à-dire de, en exposition, d'être capable de consulter des contenus qui ne sont pas disponibles dans l'expo, fait que y avait ces deux volets-là : contenus supplémentaires...

CTI : Et plus de fonctionnalité de sélections d'objets.

CPWM : Ouais, collections d'objets.

E : Donc c'est vous qui, en fait, avez fait le choix de l'arborescence, des contenus, ou vous avez fait appel à des prestataires ?

CTI : Pour le, en fait l'architecture de l'information... Attends on va te montrer ! *Rires, il sort un très grand document de son bureau.*

CPWM : Attends. *Rires*

CTI : On a des parchemins enluminés. *Rires, il montre le document.*

E : Ah oui.

CTI : C'est ça le travail. *Rires*

E : Ah ok je vois. Rires.

CTI : Ça c'est la version finale.

CPWM : La version presque finale, y a des choses qui ont été tirées de ça.

E : Ça c'est vous qui avez conçu l'architecture et l'arborescence ?

CTI : On a fait, on a fait l'architecture de l'information, ceci dit on s'est inspiré de ce que d'autres musées avaient fait.

CPWM : On a regardé le Moma aussi.

CTI : Et puis notre application ressemble beaucoup à celle du Moma, probablement notre inspiration principale.

E : D'accord. Et comment s'est fait la collaboration entre les différents acteurs du musée, c'est vraiment vous deux qui avez mis ça en place ?

CTI : On était trois, c'est...

CPWM : Avec Martine...

CTI : Martine...

CPWM : Mais tout ce qui est programmation c'est fait à l'extérieur.

E : Pour la programmation vous avez demandé à une entreprise extérieure de faire le code à partir en fait...

CTI : Ouais on fait la conception, on identifie les fonctionnalités, on fait...

CPWM : On fait les contenus.

CTI : On fait les contenus et puis on fait les tests. Oui les tests. *Rires.*

CPWM : Faut jamais sous-estimer les tests. *Rires.*

E : Oui ?

CPWM : Les allers-retours. *Rires.*

E : Martine elle travaillait dans quel service du musée ?

CTI : Martine était la directrice des programmes.

E : D'accord.

CTI : Et puis Martine c'était, c'est la personne qui a lancé, qui a créé en fait tous les volets technologiques au musée Mc Cord. D'abord sur le web puis...

CPWM : Et même avant le web elle a fait la collection, la gestion de la collection en ligne.

CTI : C'est ça l'informatisation de la collection, la gestion de la collection.

E : D'accord.

CPWM : Ouais, la numérisation, le site web...

E : Est-ce que vous avez travaillé avec les personnes qui s'occupent de l'animation culturelle aussi ?

CTI : Non, pas en cours de développement, non.

CPWM : Malgré qu'au tout début avec Fluide, Armande était encore là, et Armande...

CTI : Ouais mais Armande, au moment de Fluide, je dirais qu'on ne l'a pas beaucoup vue, parce qu'elle est très occupée, elle reprenait, elle travaillait au département de l'éducation, donc il n'y a pas eu... Après justement au niveau des tests, des tests utilisateurs...

CPWM : Les tests elle était là mais au niveau de la conception...

CTI : Non, non.

CPWM : Non non.

E : Et au niveau de votre rôle au musée en fait, comment définiriez-vous vos champs d'action ?

CTI : Ben moi je suis l'informaticien de la maison en fait donc je m'occupe de l'infrastructure informatique, de l'évolution des systèmes, des aspects technologiques, des serveurs, programmation web, systèmes de gestion des bases de données... Sécurité... *Rires*

E : D'accord. Rires

CPWM : Moi je mets le contenu en ligne pour ce qui est de la base de données puis aussi tout ce qui est contenu multimédia en salle d'exposition.

CTI : En fait tu es gestionnaire de projets.

E : D'accord. Et là est-ce qu'il y a d'autres projets sur lesquels vous êtes pour le développement de la mobilité ?

CTI : Ben en fait on est en démarche, on est en thérapie. *Rires*. On travaille, on travaille avec une agence sur la planification stratégie numérique.

E : D'accord.

CTI : Et, parce que, on sait, mais on le réalise de plus en plus à quel point les utilisateurs, les visiteurs dans un musée, à quel point ils jouent un rôle central vraiment, ils sont plus que des cibles. Ils sont les utilisateurs premiers de ce que l'on produit. Et donc là on est en démarche où on fait une étude ethnographique de nos visiteurs.

E : D'accord.

CTI : On travaille avec une agence qui a recruté, qui était venue ici au musée, qui a interviewé des visiteurs. On va recruter des visiteurs virtuels également, pour prendre le pouls, savoir ce qu'ils attendent d'un musée, ce qu'ils attendent de nos services sur le web en fait, tant de nos services, tant technologiques que, qu'en salle. Donc on va prendre...

CPWM : On va essayer d'avoir une approche qui est plus cohérente.

E : D'accord.

CPWM : Plutôt que d'aller chacun de notre côté, de faire des projets un peu, d'aller chacun de notre côté, essayer d'avoir quelque chose de plus harmonieux...

CTI : Holistique. Mais en fait c'est centré, centré visiteur, centré utilisateur. Parce qu'en techno là, les démarches sont très utilisateurs, c'est maintenant, on sait maintenant que c'est la bonne façon de procéder.

E : Comment vous faites concrètement pour mettre en place une approche centrée utilisateur ?

CTI : Une approche centrée utilisateur déjà il faut bien définir le contexte. Donc clairement identifier qui seront les utilisateurs, quelles sont leurs caractéristiques, par groupe, et puis ensuite de là va découler ...

CPWM : Ben qui on veut cibler, des priorités ...

CTI : Ouais.

CPWM : Mais tout ça est né du fait qu'on voulait faire une refonte web et puis on réalise qu'on ne peut pas juste faire une refonte web, faut revoir vraiment l'ensemble, faut revoir l'ensemble de l'offre, pour avoir quelque chose qui soit un peu cohérent...

CTI : Maintenant c'est plus que le web, le web c'est mobile, c'est les médias sociaux...

CPWM : Ouais c'est ça, puisqu'au départ nous c'était de refaire, refaire le site...

CTI : Ouais. Le projet classique là : « Refaites-nous un site web, notre site est moche, là on déteste les couleurs »... *Rires*

CPWM : Ben c'était ça mais c'était surtout le fait que le site web a été développé grâce à des subventions fait qu'on a un projet pour une subvention, on a une autre subvention on fait un autre projet... Et là on essaie d'avoir quelque chose qui soit plus global et qui ait plus de lien entre les différents projets et essayer de, de revoir le contenu pour ...

CTI : Ouais.

E : Oui. Et là les, donc les iPod qui ont été mis en place et qui servent d'audioguide et aussi pour l'activité « I Montréal le collectionneur », ils vont ...

CPWM : Ils servent pas d'audioguide.

E : Ah oui d'accord.

CPWM : Parce que ce n'est pas vraiment des guides.

E : Oui c'est vrai. Je les avais utilisés, c'est vrai on a accès aux notices. Est-ce qu'ils vont aussi être utilisés pour la collection permanente qui vient d'ouvrir ? Je l'ai pas encore visitée.

CPWM : Porter son identité ?

E : Oui.

CPWM : D'accord. Oui, c'est disponible, tous les contenus sont disponibles et y a des contenus supplémentaires aussi y a des capsules audio qui sont...

E : D'accord.

CTI : Qui sont disponibles que sur le iPod...

E : D'accord et est-ce que vous continuez à voir, au niveau de la base de données, de faire des liens avec la base de données et les activités ?

CPWM : Sur les iPod ?

E : Les iPod et avec la mobilité en général.

CPWM : Ben avec les iPod tout ce qui est en exposition et qui est la collection du musée se retrouve sur le iPod.

E : D'accord.

CPWM : Ça se retrouve, faut que ça se retrouve d'abord en ligne, puisque le iPod est *feedé*.

CTI : Alimenté.

CPWM : Alimenté par l'information qui est en ligne.

E : D'accord. Et est-ce que vous avez fait une enquête de réception pour savoir comment ça, quel accueil ça avait eu le, l'iPod ?

CPWM : Ben pas vraiment...

CTI : Ben en fait le, on fait la collecte de...

CPWM : Mais ça n'a pas été nécessairement analysé.

CTI : On devrait le faire. Et ça on le sait qu'on devrait le faire. *Rires.*

E : Non mais c'est intéressant justement de voir le...

CTI : C'est un peu le challenge. Je veux dire on n'est pas une grosse équipe donc ...

E : Oui.

CTI : Et l'évaluation...

CPWM : Ben ça a été surtout fait par des stagiaires aussi... Mais on n'a pas, on n'a pas pris le temps de revoir et d'analyser le... Ouais.

E : D'accord. Et donc vous disiez que vous vous étiez inspirés du dispositif du Moma pour le... ?

CTI : Ben en fait je dirais l'architecture de l'information de l'application.

E : D'accord.

CTI : Dans lequel on ne retrouve pas par contre plusieurs, les fonctionnalités qu'on a inclus là... Non ils n'ont pas vraiment là... La sélection d'objets ils n'ont pas ça là...

CPWM : Je pense pas...

CTI : C'est plus au niveau de l'architecture de l'information parce que le Moma, leur application est plus un guide, dans le musée.

CPWM : Un guide.

CTI : Alors « Qu'est-ce qu'il y a au musée ? », « Quelles sont nos heures d'ouverture ? », présentation des expositions. Puis Paul et moi on a repris ça puis on a ajouté certaines fonctions, donc d'ajouts, la sélection d'objets, la partie collectionneur, les commentaires.

CPWM : Les commentaires.

CTI : Les commentaires. Alors, ce qu'on retient de cette expérience, les commentaires, dans cette application comme on l'a faite, c'est plus utilisé, parce que les commentaires je pense que c'est plus sur les médias sociaux que les gens vont avoir un intérêt à commenter. Alors que commenter à l'intérieur d'une plateforme fermée...

CPWM : Oui on vient commenter pour que les autres te lisent...

CTI : Oui.

CPWM : Tu ne vas pas commenter dans le vide...

CTI : Non... Ça c'est commenter dans le vide c'est comme commenter dans un livre

E : Comme le livre d'or, en circuit fermé ?

CTI : C'est ça, exactement ! Et ça, ça c'est pas utilisé, pour les aspects commentaires qui peuvent être intéressants, on devrait privilégier les médias sociaux, faire une intégration avec les médias sociaux.

CPWM : Ce qui avait été prévu au départ.

CTI : Ouais.

CPWM : Mais qui n'avait pas été fait, question de budget je pense là... De budget et de temps.

CTI : Sinon l'architecture de l'information de l'application a été conçue pour deux contextes d'utilisation, c'est au musée puis à l'extérieur du musée, donc on essayait de faire une application qui faisait le pré-visite, le post-visite puis le *en cours de visite*. Et, pour le pré-visite, ce que j'en retiens, c'est que ce qui serait préférable plutôt que de faire une application c'est qu'il serait préférable de faire un site web mobile. Parce que d'emblée les gens, est-ce qu'ils vont s'intéresser, je ne sais pas les gens sont en transit, sont à Montréal, soit touristes ou quoi que ce soit, et veulent voir ce qu'il y a dans un musée, puis ils vont faire une recherche Google je ne sais pas puis ils vont aboutir sur un site web qui devrait déjà être adapté aux dispositifs mobiles puis clairement présenter l'offre, ce qui est en salle, mobile, toutes les informations... Donc l'application se trouve en fait à, un peu, doubler le rôle du site web.

E : Oui pour l'avoir en visibilité pendant la visite.

CTI : C'est ça donc selon moi ces informations-là devraient se trouver dans le site web mobile. Puis pour le, en termes d'application, en cours de visite, ben y faut clairement privilégier des applications qui fournissent du contenu supplémentaire pour les expositions.

CPWM : Oui parce que la première qu'on l'a mis, le, la première fois qu'elle a été vraiment utilisée l'application c'était *90 trésors* et l'application avait été développée conjointement avec l'exposition.

E : D'accord.

CPWM : Donc il y a des contenus qui avaient été développés pour l'iPod, pour ce que l'iPod justement offre, et qu'il y ait une plus-value à l'utilisation du iPod finalement, qui n'est pas, qui n'est pas toujours le cas dans *Porter votre identité* où on a des contenus supplémentaires, mais ça n'a pas été toujours le cas, ce qui fait que des fois, il n'y avait aucune plus-value à l'utilisation du iPod. Ben faut vraiment que ça soit fait ...

CTI : Comme un produit compagnon en fait.

CPWM : On ne peut pas juste venir le coller sur l'expo, si on le colle sur l'expo on, oui ça va être utilisé, mais ça va être utilisé dans des contextes qui sont très spécifiques comme « Le collectionneur », mais ça ne sera pas utilisé par le grand public par exemple.

E : « Le collectionneur » c'est l'équipe d'animation qui a eu l'idée, à partir du support, de faire ça ?

CTI : Oui.

CPWM : Oui. Exactement.

E : Ils se sont appropriés, en fait, le dispositif ?

CPWM : Oui. Exactement.

CTI : Ce genre de fonctionnalités, de collections, on se rend compte que c'est utilisé lorsqu'on développe des activités. Dans le cours, dans le cadre... Dans une activité encadrée, c'est utilisé.

CPWM : Il n'y a pas de visiteurs...

CTI : Mais pour les visiteurs, les visiteurs habituels, l'idée là de sélectionner les objets puis de se les envoyer par courriel, c'est peu utilisé.

E : Il y a eu peu d'envois par courriel des gens ?

CTI : Non. Puis il y a une étude, c'est intéressant, on est tombés récemment sur une étude, il y a eu un chercheur qui s'intéresse particulièrement aux technologies, à l'utilisation des technologies dans les musées, qui couvrait ce genre d'application, et c'était le constat en fait.

E : D'accord.

CTI : C'était la conclusion de son, de son, de son papier, c'était que lorsque ces outils-là étaient proposés mais vraiment dans le cadre d'une activité encadrée ...

CPWM : Dirigée.

CTI : Dirigée, oui. Donc là ça pouvait être utilisé, mais sinon ça, c'était pas probant.

CPWM : Tout le monde trouvait que c'était une bonne idée.

CTI : Ouais c'est ça. Faut se méfier, hein, faut se méfier.

E : Oui après est-ce que le public va suivre ?

CTI : Ouais c'est ça.

E : Est-ce que c'est proposé sans que ce soit imposé, alors que pendant la visite au moins il y a un tutoriel ? Est-ce que vous savez si les gens à l'accueil demandent beaucoup l'iPod pour la visite, hors visite encadrée ?

CPWM : A l'accueil ? Une visite encadrée ça se fait toujours avec des groupes scolaires donc la demande ne se fait pas à l'accueil, à la billetterie. Est-ce que, est-ce qu'y a beaucoup de demandes, je ne crois pas, je ne pense pas, parce que ce n'est pas très publicisé de toute façon, et à la billetterie ils ont peut-être pas l'habitude de l'offrir parce que pendant un petit bout de temps justement le iPod n'offrait pas quelque chose de supplémentaire donc on ne l'offrait pas nécessairement. Maintenant qu'on a deux expositions avec du contenu supplémentaire là oui mais je ne peux pas savoir, je ne connais pas les chiffres.

E : D'accord. L'exposition avec le contenu supplémentaire, c'est ?

CPWM : C'est Porter son identité et puis Montréal point de vue.

E : D'accord.

CPWM : Où il y a du texte, ce n'est pas de la vidéo, ce n'est pas de l'audio c'est des textes.

E : Oui donc pour Porter son identité il y a tous les objets de la collection plus des textes ?

CPWM : Oui.

E : En plus de ce qui est dans l'exposition ?

CPWM : Oui tout ce qui est... Oui il y a toutes les photos, toutes les...

E : D'accord.

CPWM : Toutes les étiquettes sont disponibles sur l'iPod, plus des capsules audio, quelque chose comme ça. Dans *Point de vue* il y a quelques vidéos supplémentaires, mais il y a aussi des textes qui au départ étaient sur les panneaux ou sur les étiquettes. Et puis y a eu comme une refonte de l'exposition et y a eu des textes, comme ils étaient, c'était trop chargé alors on les a retirés de l'exposition, y a certains textes de panneaux qui sont maintenant disponibles que sur l'iPod.

E : Parce que j'avais utilisé l'iPod pour Point de vue et j'avais vu qu'il y avait aussi la description des notices, des objets...

CPWM : D'accord.

E : Je pense que j'ai fait le tour de mes questions, sauf si vous voulez rajouter quelque chose d'autre à propos de l'intégration du numérique.

CTI : Oui. Ah je ne sais pas... À la fin de l'été, début de l'automne, on aura fini notre thérapie, peut-être qu'on aura d'autres choses rajouter. *Rires.*

E : Je pense que je reviendrai vers vous par mail même depuis la France.

CTI : Ah non sinon que oui, vraiment dans le domaine culturel, la plateforme Apple est dominante.

CPWM : Oui.

CTI : Alors très clairement on voit ça dans les statistiques qu'on récolte, c'est souvent 80%. C'est souvent une question qui est posée, « et pourquoi ce n'est pas sur Android ? ».

E : Et pourquoi c'est dominant ?

CTI : Ça, visiblement, y a un *feeling* particulier entre les consommateurs de produits culturels et les gens qui fréquentent les musées, puis la plateforme Apple. Puis je ne sais pas, le génie du marketing... Mais vraiment c'est remarquable, c'est stable et puis c'est universel.

E : Juste une dernière question : comment vous considérez le rôle en fait des nouvelles technologies au musée ?

CTI : Ben ça nous permet de, ça nous permet de rester, pertinent, dans le sens où c'est de nouveaux canaux, de communication qui prennent de plus en plus d'importance. Je sens qu'on a plus vraiment le choix d'être présent, sans que ça vienne occulter tout le reste, pis les façons traditionnelles de, de, de faire de la médiation. C'est sûr, c'est un multiplicateur.

CPWM : Mais le gars de la médiation l'autre fois il disait que les enfants aimaient quand même toucher.

CTI : Oui y a ça.

CPWM : Oui.

E : Oui.

CTI : Oui et y faut se méfier ...

CPWM : Oui.

CTI : Faut se méfier des *a priori* que tout le monde a face à la technologie, y a beaucoup de, c'est, comment dire, de l'utopie.

E : Oui.

CTI : Y a l'utopie et y a un peu de la dystopie aussi, y a des gens, c'était, j'ai oublié son nom, quelqu'un qui parlait de « sidération numérique ».

E : Oui.

CTI : Et parfois je me rends compte que parfois, parmi les professionnels de musée, les gens ne se sentent pas forcément libres, d'être, de manifester leur scepticisme face à l'utilisation des technologies, parfois c'est un peu, bulldozé là, genre « on doit le faire parce qu'on doit le faire ».

CPWM : Mais on ne doit pas le faire « parce qu'on doit le faire », on doit le faire parce que ça apporte quelque chose, parce que c'est pertinent. Ouais... Mais ça c'est... On l'a toujours dit hein. C'est pas nouveau.

E : Oui. Je vous remercie de m'avoir consacré ce temps.

Entretien du 20/05/2014. 10h30. Musée Mac Cord. Salle d'activités pédagogiques.

Enquêté : Coordinatrice de l'action éducative (CAE)

Nb : Sur le chemin vers la salle où va avoir lieu l'entretien, l'enquêtée évoque spontanément l'évolution de la fréquentation de la base de données du site internet du musée. Nous avons donc choisi de débiter l'entretien en poursuivant cette thématique puis de reprendre par la suite le guide d'entretien.

E : Avant de commencer les questions que j'avais, je voulais vous demander, vous disiez que le site et les ressources en ligne étaient très consultés avant et aujourd'hui beaucoup moins en fait. A quoi est-ce que vous... Comment est-ce que vous expliquez ça ?

CAE : Je pense finalement parce qu'il y a eu dès que le musée Mc Cord a commencé à utiliser sa collection en ligne, il y a quand même eu de l'information à l'extérieur donc la publicité, la com' avait travaillé pour souligner le fait que le musée Mc Cord était un des premiers musées au Québec qui avait ce type d'outil, donc, j'imagine qu'il y a eu un effet *buzz* au début dans le sens qu'on a tellement proposé l'utilisation du site, qui était vraiment fonctionnel pour les animateurs quand ils rencontraient aussi des groupes scolaires, ils proposaient, à la fin de la visite, un outil qui permettait aux enseignants de revenir à la collection pour faire en classe. De l'autre côté, à l'époque il y avait eu une personne en chef, aujourd'hui c'est Camille, à l'époque je me rappelle plus son nom. Je pense c'était après Armande, qui avait travaillé beaucoup sur le numérique, et qui était vraiment, sa façon d'imaginer le développement du, d'un musée social, donc d'un musée qui est plus facile à rejoindre et donc avait vraiment exploité le numérique dans la formation des enseignants aussi, donc comment utiliser le site pour les enseignants. On le fait encore aujourd'hui, en parlant des colloques, surtout les colloques pour les enseignants dans l'univers social, il y en a chaque année à l'automne donc on montre les outils numériques, mais je pense qu'entre-temps il y a eu aussi la réforme des programmes, des programmes scolaires en univers social, maintenant axés sur les compétences à la place que les connaissances. Donc ça c'est un autre gros dossier, un autre gros problème, parce que les enseignants ne sont pas formés pour travailler sur les compétences donc souvent ils trouvent que le site donne des connaissances et pas des compétences. Donc ils ne savent pas comment rendre le site comme un outil de travail en classe. Mais ça c'est vraiment comme deux, deux histoires d'horreur qui se rencontrent, parce que la réforme en univers social est une réforme très, à mon avis très intéressante, mais qui n'a pas été, mais les enseignants n'ont pas été formés

pour ce type de nouvelles façons d'enseigner en classe, donc ils ne s'en occupent pas, ils la mettent de côté, et ils vont continuer à faire le cours de la même façon traditionnelle. De l'autre côté le site est perçu comme un site de contenu, pas comme un site qui permet de développer la pensée historique, donc les deux, les deux outils, les deux façons de penser l'histoire et la géographie ne se retrouvent pas, finalement. Donc il y a sûrement cette composante dans le fait qu'aujourd'hui il est moins utilisé et de plus, ce que j'ai découvert aujourd'hui à l'ACFAS c'est qu'une partie du contenu a déjà été déplacée donc ce qui était utilisé n'est plus facile à retrouver, à rejoindre sur le site, donc finalement ça aussi, une fois qu'on essaye ça ne marche pas, on laisse tomber.

E : D'accord merci. Non c'était juste pour revenir sur ce que vous aviez dit avant. Sinon j'avais préparé quatre questions en fait, que j'avais aussi posées à la guide que j'avais rencontrée.

CAE : Ah oui à Mathilde⁹³.

E : Alors c'était pour savoir si vous pouviez me décrire quels étaient selon vous les objectifs de la visite avec l'iPod, et l'application « Musée urbain montréalais » dans le Golden Square Mile ?

CAE : Ok, alors le... Mais sûrement les objectifs de ce type de visite c'est de rendre accessible le patrimoine urbain d'aujourd'hui, ou le patrimoine d'autrefois ; donc ce que l'iPod permet, et l'outil numérique permet de faire, c'est d'avoir en même temps, les deux images, l'image d'aujourd'hui et l'image du passé, ce qui est, au niveau du programme scolaire sûrement en lien avec ce qu'est la transformation du tissu, du tissu urbain depuis un siècle. Donc ça rejoint les fameuses compétences et capacités de reconnaître la transformation sociale du territoire donc voir la société en parallèle, début 1900 et en 2000. Donc ça c'est un objectif qui est sûrement ciblé. De l'autre côté, pour l'application, l'application en soi est un projet pilote qui reste encore très limité, par exemple quand on est, pendant la visite, on n'a pas la possibilité de trouver immédiatement le lieu où nous sommes, je ne sais pas si vous avez vu l'application il y a des points rouges, techniquement le bleu c'est « où nous sommes », mais ça ne fonctionne pas tout le temps parce que le réseau, le réseau internet c'est pas toujours connecté. Donc ça fonctionne disons juste au début du campus Mc Gill et puis dès qu'on arrive au Pavillon des Arts on perd totalement la connexion et, et ça par exemple ça crée tout de suite un problème avec les visiteurs, parce que les visiteurs ils ne trouvent pas, ne sont pas à l'aise, à utiliser l'application, donc c'est plus distrayant, distrayant que, autre, paradoxalement qu'une image imprimée, dans

⁹³ Tous les prénoms ont été changés.

le sens qu'on passe plus le temps à chercher où nous sommes et les pavillons avec l'image, que soit de suivre le guide, soit de prendre vraiment le temps de comparer les deux images, donc l'actuel, et l'historique. Je dirais que c'est à peu près ça, je dirais que le numérique peut être très bien exploité avec les enfants, généralement les visites avec les enfants du troisième cycle du primaire, donc entre dix et douze ans, ça rend la visite plus attrayante, donc, l'impact émotif est accrocheur, et dès qu'on accroche sur l'émotivité, c'est plus facile de rajouter de l'information historique, disons l'apprentissage est plus facile à développer. Pour ce qui est en amont donc, à la conception de l'outil, je trouve que maintenant il faudrait vraiment réviser l'outil en soi, la programmation, pas parce que ça ne marche pas, ça fonctionne mais c'est limitatif. Donc on pourrait mieux exploiter l'application pour avoir, soit des iPad, peut-être pour avoir moins d'outils mais des images plus grandes, parce qu'effectivement ce qu'on voit sur l'écran reste finalement petit, donc on voit mieux sur les images imprimées de l'animateur que sur l'écran, surtout quand c'est un support pour deux personnes.

E : Oui.

CAE : Il faut vraiment se passer l'iPod... On ne parlera pas d'autres limites comme le fait que les iPod maintenant commencent à avoir des problèmes de batterie, de rechargement, donc à la, quand on est rendu à la moitié du parcours et qu'il y a des iPod qui lâchent, ce n'est pas génial. *Rires.* Donc je dirais que les limites technologiques maintenant faudrait les dépasser, l'iPod pourrait continuer à être utilisé comme un support audio plutôt qu'un support visuel. Pour donner un aperçu de ce qu'on est en train de faire, on voudrait développer un scénario de visite sonore dans l'exposition permanente *Montréal Point de vue*. Donc l'iPhone, l'iPod, pourrait être vraiment un outil de visite et la visite pourrait se transformer en une visite sensorielle différente, donc moi j'aime bien penser qu'on pourrait « réchauffer » cette expo qui est très design, je ne sais pas si vous la connaissez ?

E : Oui.

CAE : Qui est très design et qui éloigne un peu des artefacts, enfin c'est un avis tout à fait personnel. Donc rendre les supports audio quelque chose qui permet d'avoir un regard plus humain sur le développement de la ville de Montréal à partir de 1500 jusqu'à nos jours. Et on réglerait aussi le problème d'avoir un support visuel qui est limitatif, puisque l'écran est petit, et l'idée d'avoir des écrans un peu plus grands, ça pourrait être un bon outil pour l'extérieur. Si je rêve, il y aurait la possibilité de travailler avec la réalité augmentée mais ça, ça va être je pense, très loin des ressources qu'on a maintenant. Et qu'on a déjà un problème avec le site. *Rires.* Bon dans ce qui concerne ta recherche, comment le musée s'adapte au niveau disons

« organigramme » aussi, à mon avis on manque beaucoup de ressources, parce que souvent les personnes qui travaillent, les designers web, ne sont pas des designers web, moi ma formation vient du cinéma et de la communication télévisuelle, web, en Italie, c'est de là que viennent mon accent et mes fautes. Et, là mes compétences étaient avant sur le visuel et la scénarisation et je pense qu'il y a beaucoup à travailler là-dedans, parce qu'il manque, effectivement, un lien entre le développement d'un contenu éducatif et, entre guillemets, la « mise en scène », soit numérique, soit visuelle. Les départements ont encore une façon de travailler trop détachée. Moi maintenant je suis là depuis début mars, donc ça ne fait vraiment pas longtemps. Mais le travail sur les expositions est tellement demandant, que ce que le travail sur le support numérique, éducatif, c'est sûr que si on rajoute le mot « éducatif » ça arrive encore plus tard, parce que le département de l'éducation est quand même vu encore comment un département « piège »... Parce que si on commence à s'occuper de l'éducation aussi, tu sais que les expos ça va perdre. Mais ça va perdre facilement des ressources, soit des ressources en personnel, soit, donc, Elise, littéralement, pourra plus travailler sur l'expo car elle est en train de développer du contenu avec nous. Techniquement la personne, les gens qui font le design sont une ou deux personnes qui travaillent à temps partiel, qui travaillent avec la com'. Donc on a besoin de faire un design, il faut demander la permission d'avoir un designer avec nous qui est, extrêmement efficace dans son travail, mais qui malheureusement, n'est pas voué à l'éducation car il doit faire les affiches, il doit faire tout le reste donc en pratique c'est presque moi toute seule et des bénévoles en stage qui viennent faire de la recherche et nous soutenir dans le travail de médiation.

E : Merci pour cette réponse très complète.

CAE : De rien.

E : Je vais revenir sur la visite, toujours, du Golden Square Mile.

CAE : Oui.

E : A votre avis, quels sont les effets de cette visite guidée, sur les visiteurs ? Vous aviez déjà répondu tout à l'heure, mais si vous aviez d'autres éléments...

CAE : Ah oui, justement, je trouve que c'est une visite qui est en train d'avoir de plus en plus de succès, nous on la propose depuis deux ans. C'est la deuxième année. La com' nous dit que ça prend deux ans pour avoir un impact sur le public et je pense qu'on commence à le voir, cette année il y a eu beaucoup plus de visites, il y a eu vraiment une augmentation de la demande par rapport à l'année passée. Il y a deux limites, une liée à la contrainte météorologique du Québec, donc c'est une visite qu'on donne bon temps, mauvais temps, mais c'est vrai que les

gens ont tendance à demander plutôt vers le mois de mai, parce qu'une visite sous la pluie n'est pas l'idéal. Dans le cas de la pluie, souvent on n'utilise même pas les iPod, donc ça perd tout le côté numérique et ça reste des images imprimées. Quand il s'agit des enfants donc en public scolaire, si on rajoute les secondaires, entre dix et quatorze ans, les iPod sont sûrement attrayants, l'idée avoir un outil numérique fonctionne, ils ont déjà une habilité à utiliser ces types de supports qui les gênent pas du tout. Je ne sais pas comment ça s'est passé avec les personnes âgées la semaine passée ?

E : Ils ne les ont pas utilisés en fait.

CAE : Voilà, j'imaginai.

E : C'est que la guide ne les a pas proposés en fait en pensant qu'ils n'allaient pas les utiliser.

CAE : Oui, elle m'avait dit que probablement elle n'allait pas le faire. C'est sûr que les animateurs ont leur donne beaucoup de flexibilité, parce que c'est à eux la relation avec le public. L'autre contrainte est qu'il y a un animateur pour quinze personnes, donc les gens doivent avoir une capacité à manipuler le support parce que la personne ne peut vraiment pas aller chercher chaque image, ce que l'on fait de temps en temps quand il y a des accompagnateurs, moi je l'ai fait avec un groupe de vingt-deux élèves, il y a deux semaines, c'est sûr que, quand le fameux point bleu, il ne te repère pas, ça devient extrêmement complexe de trouver les lieux, parce qu'il y a d'autres, il y a un contenu plus large qu'on n'utilise pas donc il faudrait peut-être même penser que pendant la visite du Golden Square Mile, il n'y a que les étapes qu'on fait avec les visiteurs comme ça on ne risque pas d'aller chercher d'autres points rouges qui ne nous appartiennent pas, ça, ça pourrait être une solution à moyen terme. Je sais que l'application n'est pas vraiment exploitée par le visiteur qui pourrait simplement la télécharger sur l'iPod et se promener ou faire une sorte de ballade historique dans la ville. Probablement, à l'été avec l'exposition *Mc Gill College* qui quand même propose sur l'iPod d'aller chercher du contenu historique plus large. Ça donne une visibilité donc ça c'est sûrement le bienvenu. Mais je suis convaincue que ça reste limitatif toujours, je suis convaincue qu'on pourrait beaucoup plus exploiter la partie numérique si on avait le temps et les ressources pour former les enseignants et du Cégep ou du secondaire pour ce type de visites qui ne leur coûterait rien. Mais malheureusement ça se réduit à « moi qui vais dans tous les Cégep de Montréal et qui donne une formation ». Et finalement ça devient une contrainte trop grande et j'y, je suis en train de penser comment on pourrait faire ça, maintenant on a une visite qui s'appelle « Les coulisses de l'éducation » qui est pour former les enseignants, mais principalement les enseignants de primaire, pour les contenus autochtones. On pourrait créer quand même un

éventail plus large, des formations aux enseignants qui vont toucher, aussi les enseignants du Cégep et des secondaires sur c'est qui les publics qui n'existent pas. Donc on sait très bien qu'après douze ans quand ils arrivent de treize à dix-sept ans, c'est un public vraiment, soit en eux-mêmes, c'est-à-dire des ados qui vont au musée ce serait presque un rêve (entre le rêve et le cauchemar, selon la vision). Mais c'est vrai aussi que moi je connais des enseignants du Cégep qui n'ont aucune idée de ce qu'il se passe au musée, soit au niveau expo, soit au niveau numérique, disons qu'eux, n'ouvrent pas le site du musée Mc Cord pour savoir ce que le musée peut leur offrir, à tous les niveaux, donc même une application comme une visite en ville, un iPod, serait extraordinaire, parce que j'imagine tous les ados ont des iPod au moins un sur deux. Les enseignants pourraient utiliser, au moins les enseignants en français, pourraient utiliser cette partie-là pour organiser les contenus littéraires sur la ville de Montréal et Montréal a presque toute l'histoire du Québec à Montréal, donc il faudrait même pas la chercher ailleurs, et le Cégep du Vieux Montréal est tellement bien installé que ça leur permettrait de passer du Vieux Montréal jusqu'au quartier Mc Gill donc ce serait vraiment pas compliqué, ce serait juste une diffusion à faire.

E : Et donc vous dites que vous allez au Cégep pour former les enseignants ? Pour leur parler des potentialités de...

CAE : Oui. Ça fait partie des, de mes mises en place. Donc évidemment moi je suis en train de travailler pour ce que je voudrais faire dès l'automne. Donc soit de la révision des programmes, je vous disais peut-être même adapter le, la visite du Golden Square Mile pour avoir peut-être juste l'outil-visite, avec que les iPod qui ont que le parcours préférentiel de l'animateur plutôt que le parcours au complet. On est en train de voir ce qu'on pourra faire le plus tôt possible sur le site, et moi mon but c'est vraiment d'aller rejoindre le secondaire, le Cégep, dans les prochaines deux années scolaires donc essayer de développer cette partie-là le plus possible parce que je trouve c'est un public qui n'est vraiment pas exploité. Et qui s'ils ne sont pas riches, parce qu'il y a toujours une question d'argent à la base, s'ils ne sont pas riches ils pourraient quand même être intéressés à une partie gratuite du programme qu'on offre, donc si on n'arrive pas à avoir un succès monétaire on pourra au moins avoir un succès moral, de diffusion du patrimoine. Et l'idée du jeu de piste sonore qui a en grand partie un contenu littéraire, dans mon imaginaire va rejoindre cette possibilité-là aussi.

E : Alors, j'avais posé deux questions du coup, plus sur l'activité de visite en particulier.

CAE : Ok.

E : Et là j'aurais deux dernières questions plus larges en fait, même si vous avez déjà évoqué des aspects. C'était en fait : qu'attendez-vous des technologies numériques au musée ? En général, même si c'est très, très large.

CAE : oui. On peut, comme je vous le disais, je trouve que le musée Mc Cord, même si c'est un musée qui travaille fort sur les technologies et qui l'a déjà fait dans son passé, aurait besoin de développer des figures professionnelles, vraiment, ciblées sur les nouvelles technologies, donc vraiment comment les dispositifs numériques deviennent, un élément, ben comme on dit, de continuité dans la mission du musée. Donc on veut un musée social, on veut un musée ouvert donc alors, les nouvelles technologies nous permettraient de rejoindre un plus large public d'un côté, de rendre l'information accessible si on change le site. Et de l'autre côté le visuel aussi pourra être un outil pour rendre l'information plus simple. A l'ACFAS j'ai vu qu'il y a un groupe qui s'appelle PATER, je ne sais pas si tu en as entendu parler, c'est un gros groupe de recherche qui met ensemble des historiens, des archéologues, de tout un peu, et d'une personne qui s'occupe du développement d'un site pour Rimouski, donc c'est vraiment lié au fleuve, au territoire, donc ce qu'ils ont fait c'est créer un site qui a soit du contenu historique soit du contenu géographique aussi parce que c'est le territoire, l'histoire, l'archéologie ça revient au même site, avec un géoplacement. Et ça je trouve que c'est le type de projet à faire donc avoir plusieurs têtes, donc plusieurs compétences, qui travaillent ensemble pour passer du macro au micro, c'est-à-dire eux ils passent de la région à l'objet et ils ont même des simulations 3D des objets pour la collection, mais ça c'est, ça sonne comme un miracle, c'est, parce que ça permet vraiment de voir l'objet de tous les côtés, et pour ce qui est de la formation en classe, pour ce qui est vraiment la technologie, la diffusion technologique du patrimoine c'est vraiment un outil presque sans contrainte, et puis de là, on a les contenus, on revient, on peut travailler sur les compétences donc comment transformer, toute cette matière, en programmes scolaires ? Par exemple ou, en activité pour les enseignants donc le musée pourrait vraiment devenir un anneau entre le patrimoine, donc le contenu, et la formation, donc transformer les contenus en compétences, grâce au numérique aussi. simplement en proposant des activités à partir de sources, ce que je trouve que le numérique pourrait vraiment nous permettre d'exploiter, c'est travailler sur les sources, n'importe où nous sommes, et de l'autre côté, offrir aux visiteurs qui sont au musée comme une vision 3D de l'histoire. Alors on a plus besoin de voir seulement l'objet, mais l'objet devient un élément du récit historique.

E : Vous parlez du développement de compétences. Quelles compétences ?

CAE : Ah les compétences, c'est lié vraiment au programme scolaire du, du Ministère. Les compétences c'est vraiment se situer dans le territoire, pouvoir travailler dans la ligne du temps, donc, pas juste une chronologie mais savoir qui, savoir combien de temps a passé entre un événement et l'autre. Et puis voir les différentes sociétés à la même époque. Donc c'est l'idée de se déplacer dans le temps et dans le lieu. Donc c'est vraiment des compétences qu'on appelle « un univers social », j'imagine que tu as déjà entendu ces termes-là.

E : Oui.

CAE : C'est une nouvelle façon d'appeler l'histoire et la géographie au Québec, ça veut dire que les deux séparées n'existent plus, ça devient la même chose, donc tu es, situé sur le territoire et en même temps tu es dans une société, et tu peux par exemple comparer, dans ces compétences il y a la possibilité de comparer, d'interpréter, deux sociétés, disons : « les grands classiques Iroquoiens en 1500 » et « Nouvelle France en 1650 ». Ou même la même société Iroquoise en 1500 et en 1700 ; et voir l'évolution, voir le changement. Ça c'est la compétence. Ce qui change, dans l'enseignement, ben du côté, dans l'enseignement en classe et dans les développements des dispositifs du musée c'est que nous on doit proposer l'objet, mais l'artefact au sens large en tant que source, pour développer cette compétence, alors là on utilise les clefs de l'histoire. Alors là tu as l'objet, tu dis ce qui est, comment, pourquoi, ah, d'où il vient. Et à partir de cet objet-là, tu bâtis son histoire et puis tu peux l'élargir au concept historique. Donc c'est comme des cas spécifiques au cas générique, ou l'envers, du cas générique au cas spécifique. Et je trouve que le, support numérique, ça pourrait être une source inestimable vraiment de potentiel, mais, ce qui, ça reste la contrainte d'avoir des professionnels pour ça.

Elle discute avec une collègue. Pause dans l'enregistrement.

CAE : Mais le problème c'est que les gens, s'ils regardent le site, par exemple, s'ils trouvent la botte Inuit d'il y a dix ans ils n'ont pas un lien qui leur permet de voir la même botte de la collection plus historique. Donc c'est, l'enseignante, qui voit ça, ne va pas sûrement la chercher. Le problème de la technologie qu'on a en place maintenant c'est que tu trouves seulement si tu sais ce que tu cherches, mais ce n'est pas le site, mais ce n'est pas l'outil qui t'offre une vision d'ensemble. Mais moi c'est ma perception, au moins du site par exemple, moi en passant quand je trouve quelque chose sur Google...

E : Oui.

CAE : ...plutôt qu'en passant par le site. *Rires.*

E : Quand vous parlez de « ressources inestimables », de « potentiels », c'est plus le site internet ou plus le...

CAE : les technologies en général.

E : En général ?

CAE : Moi je vois... Mais par exemple on revient à l'exposition permanente de *Montréal Point de vue*, ça fait déjà quelques années qu'elle a été mise en place, on a les vidéos, on a le son, mais le son par exemple il n'est pas en cloche sonore. Donc n'importe où tu es dans l'expo tu as cette musique qui t'embête, personnellement moi je la trouve un peu embêtante surtout si on regarde l'expo dix fois, à la dixième : « tin tin tin ». *Elle imite la musique*. Tu commences vraiment à l'avoir dans l'oreille. *Rires*.

E : Oui. Rires.

CAE : Donc ça aussi c'est quelque chose qui n'a pas été prévu. On avait, on a dans la partie qu'on appelle contemporaine, donc en arrivant, les iPad, avec des vidéos, c'est des historiens, des urbanistes, de la ville de Montréal qui nous parlent de chaque moment de l'histoire. C'est intéressant, mais le visiteur ne le regarde pas, ou presque, parce qu'il y a des écouteurs, et les écouteurs, généralement, sont très mal perçus parce que c'est quelque chose qui te coupe de la visite. Bon maintenant on le sait, c'est mieux d'avoir des audioguides sur une oreille, comme une sorte d'audioguide-téléphone parce que tu ne te retrouves pas isolé, moi personnellement je hais les écouteurs donc je mettrai une interdiction mondiale. Parce que je trouve que l'exposition doit avoir un côté pluriel, dans le sens que c'est très rare que la personne visite l'exposition toute seule, les visiteurs sont soit en groupe, soit entre amis, soit à deux. Et puis il y a une partie généralement dans la visite, dans les visiteurs, une partie toute seule, donc tu prends le plaisir de regarder des choses et une partie de rencontre avec l'autre. Mais si tu ne le fais pas, si tu as des écouteurs, le contexte pluriel, le fait de partager l'expo, est totalement brisé. Donc en famille généralement on voit les petits qui prennent les écouteurs, qui touchent l'écran et ça va être une personne qui parle, ça va être pas mal plate et ils laissent les écouteurs. De l'autre côté c'est la musique du boulevard St Laurent et puis il y a même un film qui est *La mémoire des anges*, qui est un film extraordinaire sur la ville de Montréal, qu'absolument personne regarde parce que, premièrement c'est dans une salle qui reste cachée deuxièmement c'est quand même un film donc ça prend une durée importante et la durée je pense n'est même pas écrite, qui est le grand problème de toutes les vidéos. On sait très bien qu'il faut donner la durée.

E : Oui.

CAE : Parce que c'est contraignant pour le visiteur de pas savoir combien de temps ça va prendre. Ou s'il est au début, à la moitié ou à la fin de la vidéo. Donc c'est des erreurs qui sont des erreurs toujours très simples mais que pendant la, création, la conception de l'exposition ne sont pas pris en charge parce que la personne qui doit s'occuper de ça, littéralement n'existe pas, ou pas assez. Donc, Élise en tant que tel, ne peut pas être la seule personne qui gère la quantité de numérique qu'on a maintenant. Même on avait un jeu de piste, pour une exposition *Jouets*, qui est généralement on le fait pour la période du temps de fête, il y a plusieurs éditions. Bon cette année, le jeu de piste était en papier, très simple. Mais la clef, fallait la donner sur un iPad, les informations étaient données par la vidéo au tout début de l'exposition, donc les visiteurs venaient à peine de rentrer dans l'expo, ils ne s'arrêtaient même pas, ils rataient l'explication, même que c'était extrêmement envahissant, parce que c'était un personnage, on voit, animé, un dessin animé. Donc il y avait des animateurs qui connaissaient par cœur le texte, mais les visiteurs qui ne s'arrêtaient pas et qui étaient extrêmement frustrés à la première salle parce qu'ils ne savaient pas quoi faire. Donc ça aussi c'est quelque chose que je suis convaincue un professionnel des nouvelles technologies peut te dire : « ok, ça ne doit pas arriver si tôt, parce qu'à ce moment-là du parcours d'expo, le visiteur est encore en train d'appivoiser l'espace, les nouvelles technologies sont pas sa priorité ».

E : Donc vous voudriez en fait un muséographe qui soit spécialisé dans l'intégration ...

CAE : Oui. Soit un muséographe qui ait une spécialisation : « intégration des nouvelles technologies », soit ...

Elle discute avec une collègue. Pause dans l'enregistrement.

CAE : C'est sûr que la personne qui est en charge des nouvelles technologies doit être en amont de la conception, comme des premières rencontres. Et c'est quelque chose qui est le problème éternel de la conception des expositions, l'éducation n'est pas là, la technologie on ne sait pas à quel moment elle arrive donc, chaque département travaille par lui-même et il y a un moment où, ça peut fonctionner par une incroyable magie de la production mais la limite qui existe, c'est que tout simplement il y a une expo avec des audioguides qui ouvre le 30 mai, et moi elle me demande de faire une visite guidée. Et moi simplement je refuse parce que je ne veux pas avoir quelqu'un qui parle à côté de quelqu'un qui a un audioguide, pendant qu'il y a des cloches sonores. Il faut juste donner une claque au visiteur pour voir s'il est encore réveillé à la fin parce que c'est trop. C'est juste trop. Mais c'est l'idée qu'il faut en donner le plus possible alors on en donne le plus possible alors on arrête de choisir. Ils m'ont dit des capsules, juste des capsules sur la femme, l'évolution de la femme dans la société au Québec, en lien, avec la musique. Oui

mais il y a quand même des audioguides, des cloches sonores et même des zones musicales. Alors c'est sûr que je peux demander à l'animateur de se promener avec les quatre personnes qui n'ont pas voulu avoir l'audioguide mais de l'autre côté l'animateur va se sentir con, et peut-être le visiteur aussi. Au moins c'est lui qui a l'audioguide à côté, parce qu'il y a l'audioguide, et à côté, il y a l'animateur qui parle. Ouais...

E : Ah ça pose la question de l'équilibre entre la médiation humaine et la médiation technologique ?

CAE : Oui, gros, gros débat. Moi je suis toujours convaincue que la réponse est dans le choix : soit un audioguide, t'as voulu un audioguide, tu n'auras pas un animateur qui se promène. A moins de décider ce que j'avais décidé en alternative parce que quand c'est le boss il faut quand même donner des bonnes réponses. Mon alternative était par exemple de, qu'on ne fera pas une visite guidée ou une capsule de visite guidée rien... On peut faire soit une intro hors de l'exposition, donc t'es même pas rentré que tu as quelqu'un qui donne de l'humain à la visite, donc t'as quand même le visage de l'animateur la présentation du musée et tout. Et peut-être quand il y a les soirées gratuites le mercredi ou, dans d'autres situations, on décide qu'il y a un moment, qui est, quinze ou vingt minutes, de capsule de présentation d'un objet seulement. Donc tu fais comme une sorte de, « objet immersif ». Donc t'es avec l'animateur, l'animateur te parle, mettons dans l'expo *Musiques*, d'une pochette en particulier pendant une période, en comparaison avec les autres, il fait ça pendant quinze minutes, t'as eu, t'as eu une information très dense sur un objet seulement, puis chacun est libre de prendre son audioguide et se promener. Donc je suis convaincue que l'humain doit rester, je suis convaincue que les écouteurs qui créent l'isolement total ça ne marche pas non plus mais de l'autre côté, quand tu veux mélanger tous les dispositifs ça marche plus du tout...

E : Et justement, avec cette articulation des guides, qui utilisent aussi la technologie, qui la font utiliser aux visiteurs... Comment est-ce que les animateurs de votre équipe le vivent, ce travail avec les technologies ? Est-ce qu'ils sont à l'aise, est-ce qu'ils ont des difficultés ?

CAE : Ça dépend, ça dépend beaucoup de l'animateur. Par exemple quand c'est moi l'animateur, j'ai un peu de la difficulté par exemple pour le Golden Square Mile parce que je trouve que le soutien technologique n'est pas toujours pertinent, dans le sens que, comme je disais des fois, c'est distrayant. D'autres guides adorent ça. Simon par exemple que tu as rencontré est toujours en train de me dire : « Ah mais c'est un projet pilote, c'est normal ». Oui, ok, moi je dis : « C'est un projet pilote, depuis deux ans, ça, ça commence à devenir un vieux, vieillot, pilote... ». *Rires*. Donc à ce moment-là il faudrait quand même peut-être réaligner les

projets. Mathilde par exemple je sais qu'elle est beaucoup partagée. Moi-même des fois, je suis beaucoup partagée parce que souvent les musées au Québec ont eu des subventions pour développer le numérique, soit du fédéral, soit du provincial, soit des subventions privées, par exemple Telus, Sony... Sony est le nouveau partenaire pour l'expo musique qui va ouvrir. Telus va être partenaire si je ne me trompe pas pour cette possibilité d'avoir un audioguide sonore de l'expo. Mais l'audioguide sonore c'est autre chose, c'est des témoignages, c'est des, donc des textes historiques qui sont lus, des chansons populaires, ce n'est vraiment pas un audioguide c'est plus un contenu sonore en soutien. Je ne voulais surtout pas avoir un Monsieur qui parle, qui dirait « Comment marchait les Iroquois dans la neige ? » je voulais vraiment autre chose donc c'est soit des poèmes, soit des textes théâtraux, c'est vraiment autre chose. Alors dans ce cas-là je trouve ça plus fonctionnel. Mais c'est vrai qu'on a des subventions, donc pour avoir la subvention à la nouvelle technologie, on doit leur proposer un outil technologique, sinon on rate la subvention, on rate la subvention aussi.

E : Donc ce n'est pas pensé dans un ensemble ?

CAE : L'idée c'est que mettons, on pourrait faire un jeu sonore je ne sais pas quoi différent, ou un jeu. On pouvait faire un jeu qui met du contenu littéraire dans l'exposition, on a décidé de le faire sonore, parce qu'on a un commanditaire. Donc le risque c'est, c'est pour ça que je sais que les animateurs ils sont parfois partagés, parce qu'ils voient que le numérique est plus un ajout qu'une nécessité. Donc on a un contenu, l'animateur pouvait le faire tout à fait sans support numérique mais on se tape le numérique parce qu'il y a une subvention. Donc quand les animateurs le perçoivent, quand ils aperçoivent vraiment, c'est là qu'ils les embêtent, évidemment.

E : Parce qu'ils se sentent peut-être obligés d'utiliser quelque chose qui est pas...

CAE : Exactement ! C'est comme s'ils sont obligés, je sais que, comme t'as vu, Mathilde avec les personnes âgées, ne l'a même pas proposé. La direction, s'ils voient que la visite n'est pas faite avec les iPod, quand même nous pousse à les utiliser parce qu'on les a... Donc faut toujours entre, trouver un bon moyen entre les deux. Moi je travaille dans les deux sens donc, j'ai un peu dans l'administration. Je travaille dans l'administration mais je coordonne les animateurs donc c'est moi la première à dire : « Ok s'il y a des personnes âgées ça ne vaut peut-être pas la peine de sortir les iPod », mais je sais que je vais avoir un commentaire qui va me dire : « Mais pourquoi vous n'avez pas sorti les iPod aujourd'hui ? ». Par exemple...

E : Oui mais elle m'en avait parlé aussi Mathilde à la fin de l'entretien, elle me disait qu'elle se sentait obligée des fois...

CAE : Obligée, oui.

E : Même si ce n'était pas toujours pertinent pour elle.

CAE : Exactement. J'ai su que, parmi ce que je connais qui donnent la visite je sais que Louis n'est pas aussi toujours très iPod. Cette visite-là elle est en partie croquis aussi.

E : Oui.

CAE : Qui est très intéressant, donc tu as deux, tu as disons une équipe de deux, un qui fait des croquis, l'autre qui utilise plus le support numérique, de temps en temps ils s'échangent la tâche. Mais si on pouvait avoir, un numérique, qui nous donne les deux...

E : Oui.

CAE : Alors ça donnerait beaucoup plus de sens. Donc...

E : Et c'est vrai que l'iPod c'est vraiment une étape en fait, c'est-à-dire ils se repèrent, ensuite ils dessinent, ensuite ils écoutent et c'était ce qui m'avait intéressé c'est que ce n'était pas toute l'activité de médiation, c'était juste une étape qui permettait d'aller vers la compréhension en fait et que...

CAE : Oui.

E : Ça pouvait être enlevé ou mis autrement, ou avec des photos, c'était interchangeable en fait.

CAE : Oui parce qu'effectivement c'est ça l'avantage de... Le problème parce que des fois on l'utilise et ça peut bien fonctionner à, selon, les petits, la fascination et tout. D'autres fois ça créée, ça crée une tâche de plus qui finalement, la photo grand format ça peut régler les problèmes, si l'iPhone ne marche pas ou à mi-chemin s'arrête, ou on n'arrive pas à nous repérer sur l'iPhone. Quand on est un peu plus pressé parce que le groupe est en retard, parce qu'ils doivent partir quinze minutes à l'avance et quoi d'autre... On se retrouve qu'effectivement on a, d'un côté on perd du temps pour nous retrouver sur l'iPod, de l'autre côté la possibilité d'avoir une image qui fait le travail, on en a plusieurs copies, je ne sais pas si vous l'avez vue.

E : Oui elle m'a montré.

CAE : Donc éventuellement on peut donner plusieurs copies à des petits groupes qui peuvent regarder les images sans utiliser l'iPod, et ça fait épargner du temps littéralement.

E : Mais c'est ça qui me posait question justement parce que je me disais, c'est vrai que l'iPod, ils pouvaient se repérer sur le plan, ils peuvent avoir accès aux images en appuyant, et puis bon y en a peut-être qui ont jamais utilisé d'iPod donc ils découvrent peut-être les codes tactiles du numérique où il faut zoomer, appuyer ?

CAE : Oui.

E : Mais après je me disais, voilà, enfin quand le numérique n'était pas utilisé avec le groupe de personnes âgées, finalement c'était fait avec un plan papier ou des images et finalement c'était la même, la même information ?

CAE : Ouais.

E : C'est, est-ce qu'il y a une plus-value dans ce cas ? Enfin ce n'est pas un jugement, c'est juste une question. Est-ce qu'il y a une plus-value de l'iPod ?

CAE : Oui, oh non absolument, tes questions sont absolument intéressantes pour me faire réfléchir aussi ... Non moi sincèrement je trouve que dans cette visite-là, l'iPod n'a pas ou ne, n'est pas nécessaire. Donc ça peut être un plus, ça peut être agréable, ça peut être accrocheur, mais on peut facilement repenser la même visite, sans l'iPod.

Entretien du 08/05/2014. 13h00. Musée Mac Cord. Salle d'activités pédagogiques.

Enquêté : Guide animateur (GA)

L'entretien a lieu après l'activité du « Golden Square Mile ».

E : Je voulais savoir si vous pouviez me décrire les objectifs de cette visite avec l'iPod à partir du moment où elle a été conçue en fait, avec l'application « Montréal musée urbain ». Quels étaient vraiment les objectifs ?

GA : Je ne suis pas la personne peut-être la plus informée des, des objectifs visés mais je sais que les iPod ont été achetés par le musée vers 2011 et puis le « Golden Square Mile » c'était une visite qui était déjà offerte avant. Moi j'ai commencé à être guide en 2012.

E : Oui.

GA : Et quand j'ai commencé comme guide, j'étais avant à la billetterie, « Golden Square Mile » était plus offert. Bon, eux, ils ont voulu réactiver cette visite-là, qui était populaire, qui était à l'extérieur, en utilisant, cette fois-ci, les iPod qui étaient utilisés deux ans auparavant.

E : Ah d'accord.

GA : Parce que « Golden Square Mile » on a commencé à la donner l'an dernier seulement, en 2013. Donc ils ont voulu utiliser l'application « Musée urbain » à ce moment-là, pour faire la visite. C'était, principalement d'utiliser des photographies du passé, vu qu'on la destinait souvent à un public scolaire, c'était de leur faire remarquer, là, *in situ* là vraiment...

E : Oui.

GA : Les changements, le quartier tel qu'on le connaît vraiment aujourd'hui, tel qu'il était à l'époque, souvent à l'époque où les photos ont été prises, des photos de, des photos de William Notman du début du XX^e siècle ou du début du XIX^e. C'est sûr que l'application est limitée quand on est à l'extérieur puisqu'on n'a pas accès au wifi.

E : Oui.

GA : Donc avec l'application « Musée urbain » pour ceux qui ont un téléphone intelligent, qui ont un accès à internet sur leur téléphone, ben ils peuvent là, en temps réel là, déplacer finalement leur téléphone puis y a une photo qui pratiquement vient se surimposer.

E : Ah et ça vient en réalité augmentée ?

GA : Oui.

E : En fait quand il y a le wifi ?

GA : Ce n'est pas de la réalité augmentée mais pour nous c'est seulement ce qu'on a, c'est des iPod Touch, on n'a pas internet sur l'appareil lui-même.

E : C'est géolocalisé en fait ?

GA : C'est ça, il faut après ça eux-mêmes qu'ils aillent chercher la photo, il faut par exemple je leur dis : « On est au coin de telle rue, telle rue », y a un petit point rouge, vous appuyez dessus, vous allez chercher, donc ça fait apparaître une photo avec une information.

E : Ah.

GA : Bon c'est sûr que c'est limitant. Pour un public scolaire c'est sûr que ça leur permet de se repérer sur une carte, de faire un travail d'équipe pour essayer de voir bon, par rapport où on est bon puis ensuite retransposer là d'un point de vue perception spatiale sur la carte...

E : Oui.

GA : C'est utile mais sinon, dans ce cas-ci, c'est pas mal, ce n'est pas mal ça qu'on arrive à faire avec le, avec le iPod Touch, donc, je ne sais pas c'était quoi les objectifs de base, je ne sais pas ce qu'on voulait vraiment ajouter à une visite comme « Golden Square Mile » avec l'utilisation de l'iPod Touch parce que l'appareil est quand même assez limité, on ne peut pas faire grand-chose vu qu'on n'a pas internet. J'ai l'impression qu'ils ont peut-être surtout voulu justifier l'investissement qu'ils avaient fait.

E : Oui.

GA : Mais ça c'est seulement moi, ça les objectifs, le formel tels qu'ils sont écrits sur du papier ça je ne les connais pas vraiment. J'ai peut-être un scénario de visite, normalement c'est écrit mais... Mais aussi qu'on est capable d'obtenir des subventions quand il y a l'utilisation des technologies donc.

E : Oui.

GA : C'est sûr que c'est attirant, qu'on essaie d'avoir des fonds...

E : Oui.

GA : Puis ça peut être aussi, ça peut varier l'offre aussi des visites qu'on peut avoir, ça intéresse certains professeurs qui cherchent quelque chose d'un peu différent donc c'est sûr que c'est ça rend le musée un peu plus attractif là dans son offre.

E : Oui.

GA : Après ça on peut être critique par rapport aux résultats. *Rires.* Ça on peut en parler ou ne peut pas en parler je ne sais pas...

E : Oui justement. Les scolaires se l'approprient ? Quel est l'usage justement de ce dispositif ?

GA : Ben souvent les enfants sont contents d'avoir un objet, un iPod entre les mains, c'est pour ça qu'il faut vraiment cadrer l'utilisation qu'ils en font. On les met en équipe parce qu'on n'en a pas assez pour, par exemple on a un groupe de je ne sais pas moi quinze enfants.

E : Oui.

GA : C'est rare qu'on en ait assez pour en donner à un, parce que surtout ils viennent, surtout ils viennent... pardon je reformule, souvent ils viennent toute une classe au complet, donc faut par deux groupes, voire trois, donc y a deux groupes de quinze, seize, dix-sept qui vont faire la visite en même temps donc on ne peut pas en donner un à chacun, donc on les met en équipe, et c'est vraiment... Ils doivent apprendre à essayer de chercher l'information de façon efficace pour qu'on ne passe pas vingt minutes à chercher une photo ou une indication sur l'iPod Touch pendant qu'on parle. Mais c'est ça qui ralentit la visite un peu aussi c'est pour ça que je vous expliquais pendant le parcours que je fais plus de stations avec le public adulte, surtout eux qui n'avaient pas d'iPod en fait parce que, on n'a pas à chercher, on n'a pas à accorder du temps à la recherche, et puis aussi avec les enfants faut faire un peu de discipline souvent c'est, faut attirer l'attention, faut demander d'arrêter de parler, faut les aider avec l'utilisation du iPod même si on leur explique au début ils ne savent pas comment ça fonctionne, des fois ils ne trouvent pas, des fois y en a qui ont plus de difficultés à se repérer sur une carte, y en a qui ne trouvent pas les noms de rue, donc, ça ralentit un peu et c'est formateur en bout de ligne mais c'est vrai qu'après ça, ça divise leur attention.

E : Oui.

GA : Ça divise leur attention, faut à la fois les amener à se concentrer sur leurs recherches sur l'iPod, et puis ensuite quand c'est terminé, pour la plupart en tout cas, faut ramener l'attention vers nous, pour la suite des choses, ça ça peut être difficile, surtout avec ces...

E : Est-ce qu'ils savent tous utiliser un iPod ou y en a qui découvrent vraiment l'utilisation du tactile ?

GA : La plupart sont à l'aise, ouais, y en qui vont manquer de minutie par exemple ils vont vouloir appuyer sur un point puis y vont dire : « Ah j'ai trouvé ! », ils n'ont juste pas, ils ont, ils ont, ils ont fait des gestes trop brusques, ils n'ont pas été capables de chercher, de trouver vraiment le bon. En fait c'est moins des problèmes liés à l'utilisation de l'iPod qu'au manque d'attention. Y vont, y vont, je veux dire, par exemple, y vont, pour la « Maison de M. Baumgarten » ils vont sur l'onglet de « Résidence de Jesse Joseph », parce qu'ils ont vu le mot « résidence », de « C'est ça ! », donc c'est plus de l'impatience...

E : Oui.

GA : Ou peut-être des manques de capacités en lecture ou disons des problèmes d'attention, que, parce qu'ils ne savent pas utiliser un iPod.

E : Oui.

GA : Parce que la plupart savent bien l'utiliser. Les instructions de base là comme faire glisser, comment agrandir, y savent, ça ce n'est pas un problème.

E : Et les effets sur les enfants... Vous direz que c'est quoi ? A peu près ?

GA : Les effets ? ...

E : En termes de comportement, d'apprentissage... Est-ce qu'à la fin de la visite ils sont... Quels sont leurs retours, leurs réactions, par exemple au fait d'avoir un iPod dans quelque chose qui fait partie de la visite d'un musée, qui est peut-être un support technologique qui est différent des objets de musée qu'ils sont habitués à voir ?

GA : Ben, ben je dirais qu'en général ils sont assez emballés et quand je, j'arrive avec des grappes de iPod dans les mains c'est souvent, ils sont : « Ah on peut en avoir un ? » puis ils sont contents à l'idée d'avoir un objet comme ça entre les mains, en général, c'est, c'est c'est un défi pour nous, mais c'est quand même, on est capables de garder leur attention le long de la visite, parce qu'à chaque intervalle de cinq minutes où à peu près on va leur demander de chercher quelque chose. C'est plus quand on parle que par exemple ils ont trouvé la photo, ils ont trouvé l'indication, donc je me mets par exemple à parler de l'édifice, je me mets à parler de la personne qui l'habitait, par exemple, pis là c'est là que ça peut être, que ça devient un peu plus ben comme ce qui connaissent, un cours magistral, ben la personne qui parle, et ben là, c'est là que ça va être plus difficile d'avoir leur attention à nouveau. Mais quand ils cherchent, habituellement ça va. C'est sûr quand ils sont en équipe c'est sûr qu'il y en a souvent plus un qui fait la recherche plutôt que l'autre. En général l'espèce de jeu entre « Ecoutez-moi parler » et puis « Cherchez ensuite sur iPod », ben, le lieu est intéressant, puis on les garde assez bien avec nous donc ça c'est la transition entre le iPod puis une longue explication verbale qu'il faut négocier un petit peu plus. Surtout, puis ça dépend vraiment du contexte, ça dépend vraiment des groupes aussi il y a une énorme variabilité il peut y avoir des groupes qui sont déjà, les profs s'ils ont déjà bien organisé le groupe, s'ils ont bien préparés la visite, ça c'est rare mais ça peut arriver qu'il va y avoir un prof qui va vraiment les avoir préparé donc ça aide beaucoup à notre travail.

E : Oui.

GA : Puis aussi la température, le climat.

E : Oui.

GA : Ça peut être froid, il peut y avoir beaucoup de bruits. Souvent les enfants ne sont pas toujours bien habillés ou bien préparés à la température, je ne sais pas les parents ils veillent moins où ils ne savent pas que les enfants ils vont passer une heure à l'extérieur, donc parfois les enfants ils ont froid par exemple, et ça c'est presque impossible de les garder avec nous, très longtemps, parce que pour des raisons évidentes, ...

E : Bien sûr.

GA : Puis en plus les mains nues pour manipuler un iPod quand on est au mois de novembre, quand ils peuvent avoir froid aux mains.

E : Ah oui.

GA : Avec, ça dépend, ça dépend de beaucoup de choses.

E : Ils ont entre quel âge et quel âge les scolaires généralement ?

GA : Ceux qui font « Golden Square Mile » ont entre, ah on a du public adolescent on a fait ça aussi je dirais.

E : Est-ce qu'il y a un âge qui est plus réceptif, plus intéressé, en général ?

GA : Pff moi j'ai fait la visite trois quatre fois, ça c'est une visite qui fonctionne assez bien avec du public ado, parce que souvent ils connaissent, ils sont plus capables de, d'interpréter à partir de ce qu'ils voient, un édifice, bon on peut plus leur poser de questions, les enfants aussi les plus jeunes, si on voit une belle demeure, si on leur demande de penser si c'est une famille plus riche ou une famille plus pauvre qui habitait là, ils sont capables de faire des inférences comme ça mais, mais, adolescents ils ont déjà plus de vécu donc ils ont déjà accumulés plus de référents visuels, donc ils sont plus capables de me dire : « Ben oui ça ressemble à quelque chose que j'ai déjà vu ailleurs ». Ça ne veut pas dire qu'ils participent à mort à la discussion non plus hein, c'est des ados là, faut pas oublier ça non plus mais, c'est plus possible d'aller plus loin dans, dans les interventions puis les questions. On peut plus les provoquer puis leur demander d'aller plus loin. Je peux plus déléguer, j'ai moins besoin de donner autant d'explications, je peux simplement leur envoyer la balle, leur poser des questions, puis compléter avec ce qu'eux me disent.

E : Et quelle différence vous voyez entre quand vous faites la visite avec l'iPod, ou sans l'iPod ? Donc là c'était aujourd'hui, donc peut-être, juste à chaud, les impressions ?

GA : moi personnellement j'arrive très bien à me passer de l'iPod. Moi-même je préfère quand il n'y en a pas. *Rires.* Ça, c'est ma réaction franche et honnête là.

E : Oui, oui, bien sûr.

GA : Je ne trouve pas que dans ça, avec les appareils qu'on a, dans sa version actuelle de l'application, mais c'est parce qu'en fait on n'a pas vraiment accès au plein potentiel de l'application avec l'iPod Touch, c'est ça le problème. Dans ce cas-ci je ne trouve pas que ça serve à grand-chose. Oui, il y a l'aspect : « Se repérer sur une carte », et tout, mais, en général, moi ça ne me dérange pas quand il n'y en a pas, parce que souvent, parfois, avec des jeunes, souvent avec la température, ça peut être un problème, c'est si il y a de la pluie, s'il fait froid...

E : Oui.

GA : Là ça va être difficile, parce qu'après il fait froid, après je les renvoie à leur iPod, après ça, ça va être difficile parce que pour avoir leur attention, y ont froid, ils ont de la misère, il y a une équipe qui a déjà trouvé la photo immédiatement alors qu'y en a d'autres, ça peut prendre un certain temps...

E : Oui.

GA : Donc il faut attendre, pendant qu'on attend les autres ceux qui ont déjà trouvé, ils perdent l'attention, fait que c'est... Moi j'aimerais ça, j'aimerais, ça pourrait être intéressant on va avoir vraiment un meilleur appareil puis on va avoir plus de capacités pour vraiment utiliser l'application, pour que ça devienne vraiment, vraiment pertinent, je trouve que pour l'instant ça l'est pas vraiment. Personnellement là, une autre personne pourrait vous dire autre chose là.

E : Oui oui.

GA : Parce que sinon moi je les ai moi les photos plastiques, moi je peux leur montrer. C'est sûr que ce n'est pas comme les avoir sur un petit écran devant ses yeux, mais, quand même... Je trouve que c'est incomplet.

E : Oui, oui. Merci. J'ai une dernière question, très rapide, c'est comment vous, personnellement... Comment est-ce que vous envisagez le rôle des nouvelles technologies au musée ? Qu'est-ce que cela peut apporter selon vous, mais vraiment d'un point de vue personnel ?

GA : Hum, moi je pense que si on veut introduire la technologie au musée il faut vraiment avoir un plan précis pour l'utiliser pour que ce soit pertinent, pour que ce soit fiable, pour que ça apporte quelque chose de plus. Souvent ce que je vois c'est qu'on achète les appareils technologiques et qu'on se dote de certaines technologies, mais parce qu'on a eu la possibilité

de les avoir par des, des subventions, parce qu'on avait des fonds qui ont été débloqués pour en acheter c'est nouveau on les veut ça va nous faire paraître bien, ça va nous faire paraître XXI^e siècle, ça va nous faire paraître *in*, mais on n'a pas vraiment, on n'a pas vraiment de plan pour s'en occuper, donc on introduit des trucs à la va-vite hein comme ça mais ce n'est pas, ça ne va pas très loin puis ce n'est pas super intéressant je trouve, je trouve que c'est surtout ça qui est là, fait que moi je suis un peu méfiante personnellement. Je n'ai pas l'impression, à moins que ce soit utilisé vraiment avec précision, avec discernement, puis avec une grande connaissance de la technologie puis des publics, je ne pense pas que la technologie peut sauver le monde, ou la culture, ou l'intérêt des gens, surtout que là, l'attention des gens est vraiment dispersée je veux dire tout le monde a des écrans à la maison des petits écrans, des gros écrans, puis je ne sais pas si au musée ça va vraiment plus retenir leur attention que c'est déjà le cas à la maison, ou à la télé ou à l'ordinateur ou sur leur téléphone, je ne sais pas. Moi je pense que si on veut le faire bon ben déjà il va vraiment falloir me convaincre, qu'il y ait vraiment un plan, que ce soit vraiment intégré, que ce soit, que ça s'insère déjà dans le créneau d'un musée. Puis que ce soit un besoin qui est déjà exprimé par les visiteurs, et non pas « Parce qu'il faut le faire parce qu'on est en 2014, il faut se brancher, il faut être connecté parce que c'est notre société maintenant » hein. Ça doit s'accompagner d'un plan puis vraiment d'une vision, mais comme je n'y connais rien, je n'ai pas de, je n'ai pas vraiment d'explications de « comment le faire » mais je trouve que c'est plus souvent fait pour le paraître, pour avoir l'air moderne, pour avoir l'air contemporain, pour avoir l'air dans le coup plus que par *Silence*. Je ne sais pas comment dire ça... Parce qu'on aura vraiment, on se sera penché, on aura pris la peine de se pencher longtemps sur le sujet pour avoir un plan, une vision globale.

E : Oui.

GA : Qui devrait être vraiment efficace. Donc qu'on n'aurait pas besoin de changer à chaque saison, qu'on n'aurait pas besoin de changer à chaque anim', et quelque chose de, qui puisse évoluer avec le musée, puis évoluer avec les différentes expositions puis évoluer avec les visiteurs. Puis ça avec les nouvelles technologies qui sont très changeantes, ce n'est pas facile. Parce qu'on est rapidement dépassé. Dès qu'on veut introduire la technologie, on est, on est, on s'expose à des problèmes techniques, à l'obsolescence, aux goûts des visiteurs qui changent donc je trouve que c'est un peu à double tranchant. Mais je suis peut-être une vieille rétrograde. C'est très possible. Et j'ai trente ans attends je suis vieille ! *Rires.*

E : Rires. Est-ce qu'il y a quelque chose que vous voudriez ajouter, que vous auriez oublié de dire ?

GA : Je pense que j'ai déjà assez chialé comme ça ! *Rires*. Mais je, je, j'aimerais ça voir plus de technologies, en fait pas voir plus de technologies mais une meilleure technologie, élaborée avec plus de sérieux, plus que par vision vraiment à courte vue là : « On a besoin de subventions ! Faut l'obtenir ! ». Pour l'obtenir faut prouver qu'on était à telle, faut attirer les professeurs faut attirer certains publics, alors on va leur mettre, on va leur mettre des iPod dans la main puis... Ça, ça c'est quelque chose qui m'irrite donc je serai, je serai plus, je serai plus intéressée je serai vraiment un petit peu plus favorable à ça si vraiment on me montrait qu'y a vraiment un travail de réflexion qui se fait autour de ça. Puis je trouve que ça manque pour l'instant. Parce que j'en vois la potentialité. Les enfants répondent bien à ça, ça ne veut pas dire qu'ils font automatiquement tout ce qu'ils veulent, sinon ils les ramèneraient à la maison mais on pourrait pousser plus loin certains aspects de la réalité augmentée c'est super, c'est une très belle chose puis je pense qu'on peut y aller, aller assez loin avec ça pour montrer d'autres facettes de l'histoire en leur permettant de sortir du musée, vraiment sortir la culture du musée. Parce que pour beaucoup de personnes un musée c'est quand même assez rébarbatif, ce n'est pas évident pour tout le monde d'aller au musée, ce n'est pas vraiment dans la, au Québec en tout cas ce n'est pas quelque chose qui, qui va de soi. Faut les attirer là. Puis, quand il y a des événements à l'extérieur du musée on voit qu'il y a un intérêt aussi, de voir que le musée se démocratise puis est capable d'aller vers les gens, plutôt que les gens, plutôt que ce soient les gens qui aient besoin d'aller dans cet immeuble poussiéreux, qu'ils perçoivent peut-être, à tort ou à raison comme un peu pédant, voilà un peu. Voilà sortir du musée c'est très bien et la technologie ça peut nous aider, mais je pense que vraiment il faut être un petit peu plus sérieux, un petit peu plus dévoué. Et créatif. Voilà. J'ai pesté pendant genre quinze minutes ! *Rires*. Mais j'ai rien à proposer. *Rires*.

E : Merci beaucoup pour ces réponses.

GA : Changez mon nom s'il-vous-plaît. *Rires*.

Entretien du 23/10/2012 (entretien 2). 14h. Museon Arlaten. Bureau du Chargé de mission multimédia

Enquêté : Chargé de mission multimédia (CMM)

E : J'aurais voulu savoir quels étaient les changements intervenus depuis octobre 2011, date de notre dernier entretien, concernant le choix des dispositifs multimédias.

CMM : Alors, c'est un petit peu difficile, parce que je n'ai plus en tête exactement la configuration de 2011, simplement ce qui a changé c'est que, en fait la muséographie a évolué et de ce fait, et de ce fait on a été obligé d'adapter certains dispositifs qui nous paraissaient apporter quelque chose, je pense que ça a pas changé fondamentalement en fait au niveau des principes, mais on a commencé à réfléchir aux contenus et on a commencé à réfléchir à l'ergonomie, ce qui n'était pas du tout le cas à l'époque. Et donc les plus grandes, je crois qu'au niveau réellement des modifications ce qui a changé c'est peut-être la fusion de ce qu'on appelait à l'époque le cartel et la tablette d'approfondissement, c'est-à-dire qu'en fait on a fusionné ces deux dispositifs. Aujourd'hui il n'y a plus de dispositifs qui se contente de donner une définition d'un objet et de ses principaux usages, et un autre objet, un autre dispositif qui va essayer de contextualiser cet objet, peut-être de donner quelques approfondissements liés à l'objet, aujourd'hui on a, on a un schéma qui est un schéma commun en fait sur l'ensemble des cartels, qui sont des cartels tout court, qu'on appelle cartel multimédia aujourd'hui et qui regroupent à la fois la fonction cartel pour ceux qui, pour les visiteurs qui ont envie simplement de savoir ce que c'est que cet objet et de, et d'avoir une définition rapide, mais qui sert aussi à approfondir pour ceux qui veulent, en savoir un peu plus, sachant qu'on parle bien d'approfondissement et, et non pas d'interprétation, comme, comme dans les salles dédiées à la, cette fonction.

E : Donc là le cartel c'est vraiment l'approfondissement, et les salles d'interprétation c'est vraiment le terme, de l'interprétation.

CMM : Voilà, la différence, ça, ça va constituer, ça va être que l'approfondissement reste lié à, à un objet, par exemple, un objet de fête, on va le contextualiser dans la fête dans laquelle il est utilisé, on va le montrer peut-être utilisé justement par les, par les gens qui font, qui font cette fête là, alors que l'interprétation va être, va être quand même un questionnement, par rapport à l'origine de la fête, pourquoi est-ce qu'elle est encore pratiquée aujourd'hui, où va-t-elle, comment est-ce qu'elle a évolué, et ça c'est de l'interprétation, donc ça sera, ça sera un peu plus loin.

E : On montre l'évolution dans le temps en fait ?

CMM : L'évolution dans le temps, et puis, et puis certaines choses paradoxales, qui peuvent, qui peuvent, qui peuvent étonner à notre époque, pourquoi telle fête a-t-elle subsisté, pas telle autre, quelles sont les raisons, est-ce qu'il y a des raisons sociologiques ? En fait, le but est quand même en grande partie de questionner le visiteur, donc, c'est le but de la salle d'interprétation, ce qui n'empêche pas un visiteur qui a simplement envie de voir des objets de traverser sans s'arrêter dans la salle d'interprétation et d'avoir, grâce aux cartels justement, les réponses à ses questions.

E : Alors, en termes de contenus éditoriaux et d'arborescence, où est-ce que vous en êtes ?

CMM : On travaille en fait, donc aujourd'hui on a travaillé réellement, disons qu'on a travaillé sur les intentions, sur l'ensemble des dispositifs, puisqu'aujourd'hui, enfin même déjà à l'époque il y avait une correspondance entre les intentions éditoriales et les dispositifs, mais aujourd'hui on a, on a creusé les arborescences au niveau des cartels, et notamment on s'est aperçu que, les cartels adressaient des vitrines qui peuvent être très différentes les unes des autres, notamment des vitrines qui sont des vitrines classiques, où on a des objets en face de nous, ou alors des vitrines qui sont en trois dimensions où en fait on va avoir des objets tout autour de la vitrine, et qui ne sont pas forcément visibles de tous les côtés, des murs, sur lesquels sont accrochés des œuvres qui peuvent être des tableaux mais aussi d'autres choses, donc, des pièces même, on peut avoir des objets qui sont accrochés au plafond, on peut avoir des, donc, ou des dioramas, des dioramas qui sont encore un type très particulier de vitrine dans lesquelles, dans lesquelles on a besoin d'avoir le recul pour voir toute l'étendue du diorama et puis la possibilité de focaliser, de mettre le focus sur un détail, qui peut être très intéressant dans le diorama, donc tout ça, ça fait une énorme quantité de, de sur le plan ergonomique, ça induit un certain nombre de difficultés, et, et c'est là-dessus qu'on travaille aujourd'hui, c'est-à-dire qu'on prend, type par type, on essaie de dégager des types de vitrines et puis type par type, on essaie de trouver des solutions adaptées et même de, enfin le but étant de converger vers une solution qui puisse répondre à tous les besoins.

E : D'accord.

CMM : Au plus près.

E : Et concernant les dispositifs de réalité augmentée dont vous m'aviez parlé en octobre dernier, qu'est-ce que ça devient, ce projet ?

CMM : Alors les dispositifs y a toujours, alors enfin les dispositifs n'ont pas beaucoup changé. Y a toujours deux dispositifs qui s'appellent, que nous appelons d'ailleurs navigateurs et qui

seront placés à l'entrée de la cour et qui permettront alors de, de pratiquer, d'utiliser la réalité augmentée mais aussi l'aspect narratif d'une simple vidéo. Parce qu'en fait on s'est aperçu qu'on avait besoin de raconter des histoires, l'objectif de ce dispositif, puisqu'il faut revenir à l'objectif, c'est de montrer le lieu et ses usages. Alors montrer le lieu, c'est montrer le lieu, à différentes époques, et les usages c'est montrer justement les différents usages du lieu au fil des époques, puisque ce lieu, a été, à été un collège, à une époque, a été différentes choses, a eu différents usages, au fil du temps, et du coup, il est intéressant, de pouvoir dire ben voilà, je me balade en réalité augmentée, je balaye un panorama qui va me donner, qui va me permettre de faire la comparaison entre le bâtiment tel qu'il est aujourd'hui et tel qu'il était à l'époque donnée, mais, si je m'arrête quelque part, je vais avoir des focus sur cette image, qui vont, que je vais pouvoir activer et qui vont déclencher sans doute des petits films, des films très courts ou des séquences, des ou même des panneaux textuels enfin on ne sait pas encore exactement aujourd'hui, qui pourront nous donner des indications par exemple sur l'usage du lieu. Par exemple, on imaginait, à l'époque du collège des Jésuites, avoir des petites, des images montrant les collégiens, dans telle ou telle situation, à tel ou tel endroit du, du bâtiment. Donc voilà, c'est un peu c'est ça l'évolution principale de ce, de ces dispositifs donc qui sont toujours toujours évidemment d'actualité mais qui ont évolué et qui du coup se, se distinguent des dispositifs qu'on connaît aujourd'hui, dans certains lieux, notamment à Cluny.

E : Oui.

CMM : Et donc, et donc voilà, ça va impliquer pour nous de, de bon d'abord continuer la réflexion, puisque pour l'instant les réflexions sont assez superficielles, mais surtout de trouver des matériels qui répondent bien à nos besoins, c'est-à-dire, notamment des besoins de commandes tactiles, pour pouvoir activer tel ou tel élément de l'image, mais évidemment, aussi, la superposition, d'une image réelle à une image en en image de synthèse.

E : Oui parce que, concrètement en fait, on se promène avec le navigateur entre les mains ?

CMM : Pas du tout.

E : Ah ça ne marche pas comme ça ?

CMM : Non pas du tout, ce sont des navigateurs fixes.

E : D'accord.

CMM : C'est-à-dire qu'en fait ce sont des navigateurs qui sont des écrans, que nous avons définis comme étant des écrans en position verticale.

E : D'accord.

CMM : Et donc pas en position horizontale, de manière à avoir un panorama qui permette d'avoir une vue assez large du haut vers le bas. Et cet écran en fait, est, simplement on peut le bouger uniquement sur un axe vertical. Et, et en tournant on peut balayer tout l'espace visuel qu'on a en face de soi. C'est, c'est donc un écran assez grand, avec un dispositif assez lourd, qui ne peut pas être porté à bout de bras.

E : D'accord.

CMM : C'est pour ça qu'il est qu'il est supporté par un pied. Et, et en plus, le contenu est tel que, c'est vraiment un contenu qui est vraiment associé à la cour. Puisque c'est vraiment là qu'on peut voir les différents, bâtiments et c'est le seul endroit où on peut voir les, différents bâtiments, une fois qu'on est à l'intérieur après, c'est plus possible.

E : Donc en fait on regarde l'écran et on voit alors, et la réalité augmentée se dessine du coup pour nous montrer comment c'était à l'époque ?

CMM : Voilà, en fait l'écran, de l'autre côté de l'écran y a une caméra, qui filme ce qu'on verrait s'il n'y avait pas l'écran. Donc cette image va être évidemment affichée à l'écran et en superposition on va avoir l'image de synthèse qui représente le bâtiment à l'époque donnée, par exemple, à l'époque romaine on va avoir une vue sur le forum romain, donc on pourra, on pourra se balader, voir le forum romain, et puis évidemment voir les bâtiments d'aujourd'hui. si on se place du côté de la Chapelle des Jésuites, on ne verra que les ailes qui étaient construites à l'époque de la Chapelle des Jésuites et quand on se tournera vers les ailes qui n'étaient pas construites eh bien on verra, une reproduction de ce qui est, de ce qu'on imagine ou de ce qui est prouvé qui était à l'époque.

E : D'accord.

CMM : Et c'est pour ça que justement par exemple, quand on sera, pour montrer les usages, nous ne sommes pas un musée du bâtiment ou un musée architectural nous aurons besoin d'appuyer cette vision du bâtiment qui est intéressante par l'usage, puisque c'est ça qui nous intéresse.

E : Oui c'est le lien ethnographique, avec comment les gens vivaient ?

CMM : C'est surtout l'usage voilà, à quoi servait ce bâtiment au fil du temps pour devenir un jour le Museon Arlaten.

E : Et donc il y avait une vidéo aussi, un aspect narratif ?

CMM : Y aura sans doute, y aura des films, pas un film, des tas de petits films, enfin des tas, un certain nombre de petits films, très courts, qui seront activés par exemple par de petites croix

en surbrillance, sur l'écran, donc on va dire par exemple on verra un puits, on va toucher le puits et on aura peut-être une image de moine en train de puiser de l'eau ou je sais pas.

E : D'accord. Et au niveau des, des salles d'approfondissement ?

CMM : D'interprétation.

E : D'interprétation voilà, je...

CMM : D'interprétation. C'est ça la grande différence terminologique c'est l'approfondissement et l'interprétation, bon c'est un choix ...

E : Oui bien sûr.

CMM : Faut pas y accorder trop d'importance, mais c'est pour nous, ça veut dire quelque chose de très différent dans la, dans la muséo. Donc les salles d'interprétations, ce sont, donc comme je disais tout à l'heure ce sont des salles qui permettront de s'interroger, sur ce qu'on vient de voir. Donc, à titre d'exemple, au niveau de la séquence 1, on va avoir un diorama de la veillée de Noël, où évidemment on va nous parler des, des très classiques treize desserts. Et lorsqu'on ira dans la salle d'interprétation, on va nous expliquer qu'en fait, que c'est une, qu'il n'y a jamais eu de tradition de treize desserts en Provence. Il y a eu une tradition de desserts multiples, partout, qui étaient d'ailleurs différents malgré les endroits de Provence où on se trouvait, parce que les produits n'étaient pas disponibles aux mêmes endroits aux mêmes moments, et que, et que cette tradition de desserts multiples a été magnifiée dans une tradition de treize desserts évidemment en liaison avec la, avec la table sainte, par Mistral. et que donc on a donc, on va donc interroger les gens sur la tradition réelle ou en tout cas de longue mémoire et puis la tradition recréée.

E : Oui, l'invention de la tradition ?

CMM : Exactement ! Et alors aujourd'hui il est clair qu'on a énormément une énorme part de notre tradition provençale d'aujourd'hui qui est une invention. Une invention sur les mythes, une invention sur des, une invention sur des thèmes, qui est existant mais qui a progressé formidablement depuis, depuis l'époque du Félibrige, depuis le XIX^e siècle. Et ça c'est important que les gens qui viennent visiter le musée puissent, puissent s'interroger à ce niveau-là et ne prennent pas pour argent comptant, on n'est pas là pour leur servir une tradition à deux sous.

E : Oui, du folklore et du cliché ?

CMM : Oui voilà ! C'est ça. On n'est pas là pour leur servir des clichés, on est là pour leur dire : « Attention, on va vous asséner des clichés partout dans la rue, essayez d'avoir un regard critique ».

E : Oui, comment avoir un regard critique. Et au niveau de, des, du support technique, ce sera des, des écrans avec des contenus ?

CMM : Alors les salles d'interprétation c'est encore en gestation. Et au niveau de la muséographie c'est relativement stabilisé. *Rires*. Il a eu beaucoup d'étapes intermédiaires, donc parce que c'est une salle qui, c'est une salle qui pour nous, est un peu le, le point central du musée donc c'est très très important que ce soit, que ça convienne, et que ça corresponde à nos attentes. Aujourd'hui, il s'agit en fait, y a une espèce de salle de projection, avec un grand écran, un certain nombre de sièges, en face de l'écran, où sera projeté un film qui expliquera la muséographie, qui remettra qui remettra dans le contexte historique la muséographie qu'on vient de voir, dans les séquences précédentes.

E : D'accord.

CMM : Donc voilà puisqu'on a quatre séquences qui sont des séquences chronologiques au niveau de la muséographie, en partant de la muséographie de Mistral en allant jusqu'à une muséographie contemporaine. Donc on va avoir un petit film, didactique, qui va expliquer comment la muséographie a évolué pendant cette période. Et puis sur les sur les côtés de la salle y aura deux grands écrans muraux, tactiles, qui permettront aux gens d'aller interroger des thèmes, liés justement à la, à la séquence qu'ils viennent de visiter et là ils pourront avoir effectivement cette interrogation dont on parlait. Donc donc y a un aspect donc projection didactique sur la muséographie et un aspect réellement interprétation sur les écrans latéraux.

E : Donc deux niveaux en fait ?

CMM : Oui parce qu'on a on a beaucoup réfléchi sur cet aspect en fait sur cet aspect-là et on a finalement décidé de dissocier les deux, pour la clarté du discours. Puisque dans un cas on est complètement interactifs puisqu'en fait on est devant un écran on va aller actionner différents thèmes au choix on peut très bien rester cinq secondes comme vingt minutes devant un écran. Dans l'autre cas on est passif on reçoit on reçoit un message.

E : Et le film y aura des écouteurs, ce sera individuel ?

CMM : Oui ça sera y aura des écouteurs en fait le film sera collectif mais y aura des écouteurs, pour permettre et puis pour permettre aussi à tous de changer la langue.

E : D'accord.

CMM : Donc, donc, le film pourra être écouté dans les différentes langues principales qui seront sélectionnées, je pense qu'il y en aura trois.

E : Et il n'y aura pas d'objets dans cette pièce en fait ? Ce sera uniquement...

CMM : Si ! Si si ! Il y aura quelques objets qui seront pas des objets, qui seront pas des objets de patrimoine, au même titre que les objets que les objets que l'on aura vu dans les vitrines mais des objets qui aideront à l'interrogation. Par exemple des objets contemporains, on peut imaginer avoir vu je dis n'importe quoi parce que j'ai pas du tout travaillé sur les objets et pas avec les muséographes là-dessus mais on peut imaginer avoir vu des cigales qui sont le symbole du Félibrige dans une salle...

E : Oui.

CMM : Et puis se retrouver avec ces énormes cigales en céramique qu'on vend dans les, dans les boutiques de souvenirs, et, et qui elles seront dans l'espace d'interprétation.

E : Oui. Pour interroger ce que sont devenues, les icônes de la culture provençale ?

CMM : Voilà par exemple. Et qui seront pas cartellisées par exemple, ce seront simplement des illustrations, le véritable message passant par les médias par les multimédias.

E : Et c'est avec l'unité recherche et muséographie ou c'est des muséographes extérieurs qui...

CMM : Non c'est vraiment l'unité recherche et muséographie

E : Du musée ? Vous travaillez avec eux ?

CMM : Oui moi je travaille quasiment exclusivement avec l'unité recherche et muséographie. Parce que la muséographie et l'environnement multimédias sont intimement imbriqués.

E : Oui.

CMM : Et on peut pas du tout dissocier ...

E : Dissocier le fond et la forme ? Et une question que j'avais oubliée au niveau des cartels. Souvent quand on entend « cartel » on imagine que c'est voilà quelque chose qui est à côté de l'œuvre, que tout le monde va regarder rapidement, et si vous fusionnez ce qui approfondit un petit peu, comment dans la circulation ça va se passer ? Est-ce que le cartel sera plus détaché de l'œuvre ou est-ce qu'il y aura, enfin comment va se gérer la distance ?

CMM : Plus détaché oui mais pas trop parce que de toute façon on manque beaucoup de place donc on a pas vraiment une latitude énorme pour le positionnement par contre on a multiplié le nombre de cartels quand le besoin s'en faisait sentir. Et c'est vrai qu'on est encore, enfin ce genre de question on peut encore se le poser au niveau de, on se la pose encore d'ailleurs au niveau des circulations c'est une question importante. On a essayé de trancher un peu de

manière arbitraire et puis enfin avec des règles de bon sens, par exemple, sur un diorama qui fait plusieurs mètres de long, on a, on a placé plusieurs écrans qui sont les mêmes cartels en fait.

E : D'accord, qui permettent à plusieurs personnes de voir ?

CMM : Qui permettent à plusieurs personnes de voir. Normalement un cartel ça permet au moins, puisqu'un cartel, la surface d'un cartel aujourd'hui sera plus grande que, que l'écran de mon ordi là. *Il désigne du doigt son ordinateur de 15 pouces situé devant lui sur son bureau.*

E : D'accord.

CMM : Donc, donc, en fait ça permettra au moins à deux personnes, deux sinon trois, trois personnes ensemble peuvent très bien regarder ensemble le même écran. Mais dès qu'on commence à dépasser plusieurs mètres de largeur de la vitrine ou de l'espace qui est adressé, on va mettre plusieurs écrans.

E : D'accord, comme ça, ça permet à plusieurs personnes de voir.

CMM : Voilà. Et puis bon comme c'est deux, comme c'est un cartel programmatique en fait on a, on a aucun souci à dupliquer exactement enfin c'est exactement le même comportement, le même contenu, sur l'écran qu'on voit en fait.

E : Et vous savez déjà tous les contenus que vous allez mettre ou c'est en cours de...

CMM : Disons que c'est toujours pareil, au niveau des intentions on sait très bien le discours que l'on veut, que l'on veut faire passer dans chacun des, au niveau de chacun des cartels, au niveau de chacune des vitrines, maintenant après y manque sur la plupart des cartels il manque un travail de, je dirai de conception détaillée, pour arriver à réellement définir le contenu. Aujourd'hui par exemple sur les cartels sur lesquels on travaille on a l'équipe recherche-muséo, fait vraiment le travail complètement c'est-à-dire défini toute l'iconographie, tous les contenus que nous voudrions voir intégrés à ce cartel-là. Mais après il est clair que tout cela passera par la moulinette de d'un professionnel qui va utiliser toute cette matière qu'on va lui donner, pour évidemment traduire le message qu'on veut faire passer puisque nous sommes quand même les seuls juges à ce niveau. Mais après au niveau de la forme on va avoir des propositions qui vont sans doute dépasser notre imagination d'aujourd'hui ou notre... Voilà.

E : Et là le professionnel qui va remettre tout en forme ce sera l'AMO ou ce sera...

CMM : Ah pas du tout. Non non, ça sera des marchés, dès qu'on aura ...

E : Des marchés publics ?

CMM : Oui ce sera des marchés publics, sur tous, tous les contenus seront faits dans des marchés publics, dans le cadre de marchés publics. Par contre après on va regrouper évidemment des marchés publics de même nature, on va essayer de les regrouper, on va pas donner trois cartels à une société et puis quatre cartels à une autre sinon on n'aura plus d'unité.

E : Et c'est eux qui vont faire tout ce qui est films, illustrations ?

CMM : Exactement. Donc y a plusieurs niveaux de, y a plusieurs niveaux avec plusieurs compétences, des gens qui sont des cinéastes, qui savent faire des films, donc qui savent, réaliser un contenu de type film, monté, fini.

E : Et qui savent faire de l'animation 3D aussi j'imagine ?

CMM : Voilà des gens qui savent faire de l'animation 3D et puis des gens qui savent faire de la programmation de la programmation sur écran et puis même aujourd'hui on va exiger de la programmation logique plateforme.

E : D'accord.

CMM : Parce qu'on, un de nos objectifs, après tout dépend des coûts auxquels on va arriver et des faisabilités, mais l'un des objectifs, c'est quand même que ce que l'on pourra voir sur les cartels puisse être diffusé, téléchargé sur un, sur un équipement de type smartphone ou de type tablette, et puisse être visualisé par quelqu'un à distance au travers du site internet au travers de différentes choses.

E : Est-ce qu'il y aura une application smartphone de visite, spécifiquement ?

CMM : Pas dans un premier temps, mais oui dans un deuxième temps. C'est-à-dire qu'on a demandé explicitement à ce que, à ce qu'on ait la possibilité justement de télécharger une application, une ou plusieurs applications smartphone à partir de notre site internet et donc on fera sûrement développer ce type d'application je pense après l'ouverture mais y faut en tout cas que tous nos contenus soient développés dans un esprit multiplateforme, dès le, dès le départ.

E : Oui du coup ce sera dans un deuxième temps ce serait après la rénovation ou ce sera...

CMM : Oui. Après où en même temps que l'ouverture mais bon disons que ça peut pas être un marché, ça sera pas un marché qui sera du même niveau que le marché des cartels par exemple. Ce sera forcément décalé dans le temps.

E : Et, juste pour revenir sur les marchés publics, voilà ceux qui allaient faire les contenus les illustrations j'imagine qu'ils vont aussi faire appel à un contenu iconographique qui fait partie du centre de documentation du musée ou des fonds et comment est-ce qu'ils vont procéder, ils

vont aller chercher ici les images ou sur Base Joconde où ils vont aller faire eux leur propre recherche documentaire ?

CMM : Les, les sous-traitants ? Les gens qui, oui les prestataires ?

E : Oui c'est ça.

CMM : Alors ça dépendra. *Rires*. C'est une réponse un peu... Aujourd'hui nous on va commencer déjà on est, on a déjà commencé le travail de faire l'inventaire des, de l'iconographie utile à l'intérieur de nos collections. On va mettre en place, on a commencé à mettre en place bon on va continuer et poursuivre un marché d'achat de fichiers à l'extérieur, parce qu'on a des y a des tas d'éléments d'archives que ce soit des photos des films, des films de l'INA par exemple, des éléments comme ça...

E : Oui.

CMM : Où on va signer des accords avec certains organismes pour avoir des droits de diffusion. Donc on va acquérir toute une matière là, brute, de films de films de base et on va fournir donc à tous les prestataires les éléments qui vont bien, ce qui n'empêchera pas les prestataires, si le besoin s'en fait sentir, de compléter avec des achats d'un côté ou voilà, ou même des recherches dans nos bases, peut-être qu'ils vont dire « Oui mais attention, nous on voudrait quelque chose qui soit un peu différent et peut-être que vous avez chez vous ? ».

E : D'accord donc vous leur fournissez voilà le, un fonds documentaire pour qu'ils puissent y puiser et ensuite c'est eux qui décident qu'est-ce qu'ils piochent là-dedans pour la réalisation des contenus de médiation ?

CMM : Oui, voilà, exactement.

E : Et ça, ça sera...

CMM : On va essayer d'être le plus exhaustif possible, mais on pourra jamais l'être complètement, et donc, notamment parce qu'on ne connaît pas le, on n'est pas du métier. peut-être qu'on va fournir certains efforts qui vont être qui vont être relativement inexploitable par rapport à ce que l'on souhaite, puisqu'on veut faire de la HD quand même, on veut faire des, on a des objectifs assez élevés en termes de définition des images, donc, peut-être même faudrait-il retravailler certaines images pour qu'elles soient utilisables...

E : Utilisables de façon cohérente ?

CMM : voilà.

E : Et ce marché public il n'a pas encore été ...

CMM : On est en train de, de travailler actuellement à la définition de ces marchés, parce que c'est pas très simple, là on est dans la problématique de marché public, que je découvre moi peu à peu parce que je n'ai pas une grande expérience des marchés publics, qui est qu'il y a, il y a une nomenclature qui est figée. Et pour chaque type de marché on a un code, et on n'en peut pas déroger, enfin je veux dire il faut qu'on rentre dans une, dans un moule qui va dans leurs codes donc aujourd'hui on est en train de définir ça d'un côté, donc : comment rentrer dans le moule administratif ? Et, et, d'autre part on est en train de regarder sur le plan réglementaire, quelles sont les contraintes liées à l'achat de droits, parce que au niveau de la diffusion de supports multimédias y a plusieurs types de droits, y a, y a des droits dans le cercle privé, ce qui nous correspond pas évidemment, ce qui est utilisé par exemple par la bibliothèque départementale de prêt, qui elle prête des éléments qui vont être vus dans le cercle de la famille, et ensuite, dès qu'on rentre dans la diffusion publique, y a différents niveaux, on peut avoir des droits sur une période donnée, donc des droits pour un an deux ans, enfin je sais pas exactement, encore le détail mais, enfin y faut y faut qu'on arrive à à lister tout ça pour avoir les éléments pour pouvoir lancer le marché, pour l'instant on travaille à la préparation du marché.

E : D'accord. Alors, peut-être, deux dernières questions. Comment est-ce que vous vous répartissez les rôles entre l'AMO (donc Hyptique si j'ai bien compris) et...

CMM : Non c'est pas Hyptique, en fait il se trouve que l'AMO effectivement le président fondateur d'Hyptique...

E : C'est Marc⁹⁴ ?

CMM : Marc, oui mais en fait il a jamais, il a jamais candidaté en tant qu'Hyptique, il a candidaté en tant que Marc société, Marc SA, et, et il s'est, il a vendu Hyptique, dans le courant de l'année dernière, donc il n'est plus du tout patron d'Hyptique, donc maintenant il est indépendant...

E : D'accord.

CMM : Indépendant, et il continue sa carrière en tant que conseil et, il est prestataire d'Hyptique.

E : D'accord.

CMM : Donc, la répartition des tâches entre lui et nous, c'est en fait que nous nous basons sur son expérience pour définir justement les aspects ergonomiques et éditoriaux de tous les

⁹⁴ Les prénoms ont été changés.

dispositifs, c'est-à-dire que lui va nous dire, voilà, on a commencé par définir une charte, par définir les prémices d'une charte graphique qui notamment permet d'avoir permettra d'avoir une homogénéité dans l'apparence de nos systèmes donc ça c'était le premier travail, ce qui permet ce qui a permis d'arriver à un document qui aujourd'hui n'est pas abouti, qu'on va aboutir dans quelque temps, et qui est qui permet notamment de définir toute la terminologie, définir ce qu'est un film, ce qu'est un diaporama, ce qu'est une image, ce qu'est une photographie, ce qu'est un fac-similé et... *Rires.*

E : Oui.

CMM : Et cætera et cætera et cætera... Parce qu'on s'aperçoit que parfois sous une terminologie particulière y a plein de plein d'interprétations...

E : C'est polymorphe ?

CMM : Exactement. Et qu'on a besoin absolument d'avoir un document qui nous dit : « Voilà c'est comme ça ». au-delà de ça on a commencé de justement comme je disais tout à l'heure, à prendre les dispositifs un par un et là il nous dit : « Voilà » enfin plutôt on lui dit : « Ce dispositif on veut qu'il véhicule tel message », qu'il se comporte de telle façon, et lui commence à travailler à des, à des solutions maquettées alors ça peut être du maquetage papier par exemple, par rapport à la taille de l'écran, on a commencé à travailler sur la taille des caractères, des textes, il nous a apporté une feuille en nous disant : « Voilà vous pouvez imprimer cette feuille, est-ce que si on se met à telle distance debout est-ce que ça va correspondre ? ».

E : Oui au niveau de l'ergonomie ?

CMM : Et au-delà de ça, après, on commence à réfléchir aux comportements dynamiques des cartels. Comment change-t-on de langue ? Comment, d'abord quel est l'écran d'accroche ? Comment attire-t-on l'attention du visiteur ? Comment est-ce qu'on lui donne envie d'aller toucher ce truc ? Comment donc ça c'est l'accroche, ensuite comment on va aller sélectionner la langue ? Que se passe-t-il si le, par exemple le système est resté en espagnol et qu'un anglais s'approche ?

E : Oui.

CMM : Est-ce qu'on est obligé de repartir à zéro, est-ce qu'on est obligé de, est-ce qu'on retraduit tout ? Voilà, tout un tas de questions qu'il faut qu'on se pose à chaque fois, et puis et puis vraiment l'aspect dynamique, bon qu'est-ce qui va se passer quand je mets le doigt sur le, sur le sur une photo, est-ce que, est-ce que ça va créer un zoom ? Est-ce que ça va changer d'écran ? Qu'est-ce que ça va faire ? Qu'est-ce qui va surprendre le public, qu'est-ce qui va sembler, intuitif ?

E : Vous voyez le scénario aussi, les degrés de navigation ?

CMM : Les degrés, non on voit aussi les degrés de navigation, mais aussi surtout ce qu'on définit actuellement et ce qui est ce qui est innovant, c'est ça va être un peu l'objet d'une partie, du stage, en tout cas, concernant les cartels, c'est que, on a complètement abandonné l'idée d'avoir une planche contact, au niveau de notre cartel, parce que bon on est devant une vitrine, on peut tout à fait avoir une planche contact de photos, avec les différents objets que qui sont en face de nous, et puis voilà de dire : « Quand je touche, tel objet eh ben je vais avoir la définition et puis peut-être que je vais avoir aussi la possibilité d'activer un film qui va me montrer à quoi sert cet objet », ça c'est le, c'est très c'est très simple, c'est la façon la plus simple de faire les choses, et c'est vrai que ça ne serait pas très, ce ne serait pas très coûteux de, en temps et en réflexion d'aller vers là, mais on a voulu aller plus loin, on a voulu aller plus loin, et, et on se pose encore des questions, parce qu'on est peut-être un peu les seuls à être allés vers là.

E : Et en fait c'est vous qui demandez des dispositifs précis ou il est aussi force de proposition ?

CMM : Ah complètement ! Complètement ! On se le, justement lui il est là pour nous pour répondre alors... Il est là pour nous dire éventuellement : « Là vous faites fausse route de toute façon y a déjà, moi je connais déjà plein de gens qui ont essayé, qui se sont plantés lamentablement, ce n'est pas la peine de vouloir y aller » ou alors il peut dire : « Mais ça ça a jamais été fait » ou alors il peut nous dire : « Oui ça a été fait mais à peu d'endroits et puis y a eu certains échecs donc y faut tirer les leçons parce que... ». Donc c'est ça son assistance c'est surtout son expertise qui est mise en avant, mais donc le procédé que nous avons imaginé aujourd'hui, c'est une véritable représentation de ce que voit le, de ce que voit le visiteur, c'est-à-dire qu'il va y avoir un écran, il va y avoir une portion de la salle qui va être représentée sur cet écran-là, et il va pouvoir entrer par exemple dans une vitrine, donc en touchant il va pouvoir, ça va créer des focus, ça va créer des zooms automatiques, et puis il va aller jusqu'à l'objet qu'il veut vraiment, auquel il veut vraiment accéder. Donc ça demande évidemment de pouvoir associer un dispositif programmatique à une photographie, à une location en XY, sur une photographie, mais ça demande surtout d'avoir une photographie de la, de l'exposition, en place, du coup le vrai problème aujourd'hui c'est le temps qu'il va nous falloir pour photographier l'ensemble de l'exposition et mettre en place ces cartels, ce qui angoisse une grande partie de l'équipe.

E : De pouvoir arriver à tout photographier en avance pour finalement le remettre sur le dispositif numérique ?

CMM : Eh oui...

E : Parce que le but c'est que le visiteur se sente en fait comme dans une immersion ?

CMM : Pas une immersion, mais qu'il ne se pose pas de questions. Il verra avec ses yeux la même chose qu'il verra sur l'écran. Donc s'il veut accéder à l'objet qui est en haut à droite ben il ira, il verra en petit évidemment sur son écran, il touchera plusieurs fois ça va agrandir et...

E : D'accord, pour que ce soit vraiment les données contextuelles sur le...

CMM : Ouais.

E : D'accord.

CMM : On a on est complètement dans un, dans une approche contextuelle de ce qu'on verra.

E : D'accord donc vous travaillez vraiment avec eux, avec l'unité recherche et muséo, et avec l'unité médiation aussi ou là c'est plus de la communication externe ?

CMM : Oui mais moins systématiquement, simplement on reboucle avec eux évidemment parce que c'est important, notamment là c'est plutôt dans d'autres aspects c'est plutôt dans des salles où eux nous apportent la problématique de la visite en groupe, parce que c'est une autre problématique, donc, pour les cartels le problème se pose pas vraiment, parce que, ce sont les médiateurs qui vont remplacer le cartel, pour les visites en groupe.

E : Oui.

CMM : Après y a d'autres endroits par exemple des endroits où y a du son y faut si le son par exemple est très directif et est orienté vers une ou deux personnes...

E : Oui.

CMM : Il faut trouver un moyen pour que, soit pour qu'on puisse couper le son et que personne n'entende ou tout le monde mais enfin bon il faut trouver un moyen de d'adapter la visite au visiteur, au groupe. Et c'est ça, c'est un peu le, une des problématiques, avec le service des publics on a travaillé sur l'accessibilité, doc sur les handicapés, sur les systèmes les systèmes de remplacement puisqu'en fait on essaie de donner des systèmes alors comment on appelle, on a appelé ça « dispositif compensatoire ».

E : Oui, compensation oui.

CMM : Dispositifs compensatoires, pour permettre aux handicapés d'avoir, de bénéficier quand même de la visite dans les meilleures conditions. Et puis les groupes, donc ça ça c'est ce sont des aspects qui évidemment qui sont complètement dans leurs compétences à eux.

E : Alors, une dernière question : comment est-ce que vous voyez vraiment votre rôle et le rôle de ces dispositifs numériques dans la rénovation du musée, dans le musée tel qu'il sera à sa réouverture ?

CMM : Mon rôle personnel ?

E : Oui et puis aussi le rôle du numérique.

CMM : Après la réouverture ?

E : Après la réouverture.

CMM : Je pense que le, je pense que le système, on entre dans une...

Le téléphone sonne, le CMM répond puis l'entretien reprend.

CMM : Oui je disais que en fait on est dans une, on est dans une période où enfin on continue à être dans une période où les choses évoluent énormément vite au niveau des, au niveau technique, donc on va essayer de travailler pour faire en sorte que les dispositifs multimédias qu'on va mettre en place évidemment sont définis, sont pas multipliables à l'infini, mais soient suffisamment souples pour pouvoir être remplacés par des systèmes de même type, et plus évolués. Et donc, et donc en fait, je pense que moi mon rôle personnel va être de faire vivre, de d'animer un peu la vie de ce support des collections qui est un système multimédia, et donc de faire des propositions d'évolution quand le besoin se fera sentir, et des propositions d'amélioration aussi sans faire changer, sans changer le dispositif, le contenu, l'ergonomie, voilà et puis après aussi de définir peut-être avec les services de maintenance les meilleures méthodes de manière à ce que l'ensemble du dispositif soit opérationnel. Parce qu'il n'y a rien de pire que de rentrer dans un musée où y a beaucoup de multimédias et puis de s'apercevoir que la moitié est en panne, que la moitié des systèmes est en panne, donc c'est assez négatif.

E : Ça ne pardonne pas ?

CMM : Donc je pense que ça va être ça va être un petit peu mon rôle, d'autant plus que j'ai quand même j'ai quand même un rôle voué aux nouvelles technologies à l'intérieur du musée donc aujourd'hui je suis responsable sur le plan technique de la rénovation du site internet, aussi, et de la rénovation du système de billetterie aussi...

E : Oui.

CMM : Tout ça étant corrélé parce que forcément la billetterie est corrélée avec le site internet puisque les internautes pourront réserver des billets au travers du site donc des modules de billetterie, que la billetterie permet de faire des statistiques qui permettent aussi de mieux cerner nos publics, donc de mieux, le but étant de mieux répondre aux besoins du public, *et cætera et*

cætera... Répondre aux besoins du public ça veut dire aussi savoir faire évoluer le système multimédia en fonction de ces besoins exprimés, voilà.

E : Le site internet il sera, il est prévu pour quand ?

CMM : 2014, en fait on a, compte tenu de l'ensemble des retards indépendants de notre volonté qui accompagnent cette rénovation, on a on a demandé nous-mêmes à ce que le site soit décalé puisqu'en fait on est en train d'y travailler là c'est un projet qui a démarré.

E : D'accord.

CMM : Donc on a demandé à ce que notre mise en service soit décalée de façon à pouvoir avoir déjà pu lancer des contenus, des productions de contenus multimédias, et pouvoir démarrer le site avec plusieurs contenus intégrés. Puisque aussi, le site permettra de à terme de faire une visite virtuelle et de consulter les contenus des cartels.

E : Les visites virtuelles c'est comme de la 3D en fait où on peut se promener dans le musée ?

CMM : Après ça peut prendre différentes formes, peut-être une visite 3D mais ça peut être aussi une visite par plans.

E : Oui.

CMM : On peut avoir une vue d'un étage par-dessus et puis dire : « Moi je veux aller dans cette salle ». Donc on se retrouve dans la salle et puis après on peut tourner peut-être dans la salle enfin bon, après on peut, les scénarios peuvent être très très variés bien sûr.

E : Et est-ce que dans le site vous allez mettre en ligne des photographies des œuvres ?

CMM : Oui.

E : Comme on peut en trouver sur Base Joconde ou comme il y en a déjà quelques-unes choisies ?

CMM : Oui mais non seulement ça mais très rapidement et bien avant d'avoir le nouveau site, il est prévu fin de cette année de mettre de mettre en ligne une grande partie des œuvres, et notamment des œuvres bibliographiques.

E : D'accord. Et qui c'est qui s'occupe de ça ? C'est l'unité documentation ou c'est, pareil, un marché public qui fait le...

CMM : L'unité documentation et l'unité collection. là aussi on a aujourd'hui on a une base de données, un système de gestion de base de données muséales qui s'appelle Mobydoc enfin qui est géré par la société Mobydoc, et donc on a acheté on a fait l'acquisition récemment du module qui permet de mettre en ligne les collections donc en fait on fait de l'exportation de collections

avec du texte des notices et aussi des contenus, des images. Donc ça sera mis en ligne sur notre site actuel.

E : D'accord.

CMM : Dans un premier temps parce qu'on ne peut pas attendre d'avoir en 2014 d'avoir un nouveau site pour avoir pour faire ça. Et petit à petit on va enrichir tout cet export et ça sera mis tel quel en fait dans le nouveau site.

E : D'accord. Et qui c'est qui va s'occuper de faire le site ?

CMM : Alors le site je dirais l'enrobage, le du site est fait par la société Mobydoc.

E : D'accord.

CMM : Mais le contenu est défini par nos services donc documentation et collection.

E : Et quand vous allez, quand l'exportation des collections va être mise depuis Mobydoc vers le site, est-ce que vous allez retravailler les notices, les données contextuelles ?

CMM : Ben on est en train.

E : Pour rendre ça plus accessible ?

CMM : Ben elles sont en train là.

E : D'accord.

CMM : On en parlait à midi d'ailleurs. Y a un gros travail qui est fait actuellement pour réactualiser certaines données. Parce que d'après, enfin je suis pas ça de très près mais d'après ce que j'ai compris, la partie qui est mise en ligne on peut dire qu'on met en ligne les n premières lignes d'une notice par exemple.

E : D'accord.

CMM : Du coup il faut mettre en tête de notice les éléments qui sont intéressants pour les internautes. Donc ça oblige une certaine, remise en forme...

E : Oui.

CMM : Réorganisation de la notice... Donc ça demande un gros travail, effectivement.

E : D'accord donc ça j'imagine que c'est l'unité documentation qui s'en occupe ?

CMM : Oui bien sûr oui. Ben d'ailleurs ils sont en train ils ont déjà mis d'ailleurs sur un site de test une partie des exports là c'est déjà c'est déjà presque fait.

E : Et c'est à la fin de l'année qu'on...

CMM : À la fin de l'année on mettra ça, ce sera directement accessible sur le site.

E : D'accord. Donc je voulais vous demander une dernière précision sur vraiment le rôle du numérique au sein de la médiation, le rôle de l'outil dans le musée.

CMM : Le rôle de l'outil c'est en fait de permettre une extension temporelle et spatiale du discours muséographique. On a on a qu'un tout petit, qu'un tout petit espace, très réduit pour un musée qui dispose de plus de 30 000 objets. Et donc le multimédia est un support qui permet à la fois d'élargir le propos (notamment par le biais de vidéos mais par d'autres biais également) d'élargir la réflexion puisqu'on peut aller très loin depuis un écran interactif alors que textuellement on serait limité au discours des muséographes. Et puis, même de manière spatiale, on va essayer d'aller plus loin de manière spatiale, parce qu'on va essayer d'intégrer des dispositifs un petit peu innovants comme des lunettes 3D qui permettront notamment de projeter le visiteur en pleine Camargue.

E : D'accord.

CMM : Dans des espaces où il se retrouvera complètement en immersion, en dehors du temps et de l'espace.

E : Alors c'est des lunettes qu'on met et c'est de la réalité virtuelle ? On est vraiment on voit la...

CMM : Oui. *Il montre du doigt le poster accroché derrière lui représentant une Arlésienne équipée de lunettes de réalité virtuelle.*

E : D'accord. Rires. Je vois le poster de l'Arlésienne qui...

CMM : Voilà alors ce sont des lunettes qui sont en fait qui sont en fait englobantes et qui permettent de restituer à la fois l'image en 3D et le son, de manière complètement spatialisée. Donc on peut très bien envisager (bon ça c'est encore à l'étude hein) de filmer la Camargue en pleine nature avec le bruit des oiseaux, des bruits ambiants, avec de très très bons systèmes d'enregistrement audio, et de restituer ça en donnant l'impression d'être complètement catapulté au milieu de, des grands espaces de Camargue.

E : D'accord. Ah oui donc c'est vraiment, la personne qui mettra les lunettes aura plus aucun contact avec la réalité extérieure. Elle aura pas ...

CMM : Elle aura un contact tactile, je dirais, puisqu'elle sera pas, elle aura des sensations, je dirais, physique.

E : Oui.

CMM : Mais elle, au niveau de la vision et de l'ouïe, effectivement.

E : D'accord.

CMM : Là le but, le but en l'occurrence c'est, contextualiser la cabane de Camargue qui sert à différents corps de métier, le gardian, le pêcheur, le coupeur de roseaux, *et cætera*... Et donc notre intérêt c'est de montrer l'utilisation de cette cabane. Tous tous les usages en fait.

E : Donc y aura un film ? On verra...

CMM : Aujourd'hui on imagine d'avoir un film effectivement qui sera à la fois un mélange de diaporama, de projections 3D qui vont qui vont se succéder hein, en fait on va avoir des photos d'époque et des films qui vont repositionner les cabanes dans leur milieu naturel.

E : D'accord. Et ce sera dans quelle salle ? En quelle séquence ?

CMM : ce sera la séquence Georges-Henri Rivière avec, à l'entrée de la séquence en fait.

E : D'accord.

CMM : La fameuse cabane de Camargue qui est un éclaté aujourd'hui assez pitoyable je dois dire, où voilà on a reconstitué, on a vraiment une demi-cabane, en plus l'objet en question va être un petit peu en contrebas dans notre nouvelle muséographie pour des raisons pratiques, logistiques je dirais, donc elle va être encore plus écrasée. Donc c'est bien qu'on la montre toujours parce que c'est un objet c'est vraiment un objet typique de l'exposition classique du Museon. Par contre c'est bien qu'on aille au-delà.

E : Oui, aller plus loin. Est-ce qu'il y a des dispositifs que j'ai oublié de mentionner, dont vous m'aviez parlé ?

CMM : Oh ben là...

E : Ou est-ce qu'on a fait le tour ?

CMM : On a pas du tout fait le tour des dispositifs, y en a beaucoup d'autres...

E : D'accord. Y en a eu des nouveaux qui ont ?

CMM : Pas des nouveaux mais enfin qui existaient déjà, on peut les balayer si tu veux.

E : Oui je veux bien que vous présentiez peut-être ceux dont on n'a pas parlé.

CMM : Les navigateurs on en a parlé.

E : Oui.

CMM : Les navigateurs, ce sont les deux navigateurs de la cour. Ensuite les cartels on en a parlé également. On a également deux dispositifs qui sont des tables tactiles, alors qui seront des tables horizontales, donc de grands écrans, un mètre de diamètre, en 16/9^e donc ce qui revient à une largeur d'à peu près d'un peu plus de quatre vingt centimètres et qui permettront justement de faire de la navigation interactive, à plusieurs personnes en même temps.

E : Ah d'accord.

CMM : Donc on va en avoir à deux endroits dans deux salles différentes, ça l'intérêt c'est d'assurer un peu de convivialité notamment avec des gens qui se connaissent, donc de pouvoir dire : « Tiens je suis en train de regarder, j'ai ouvert une petite fenêtre, là je regarde une vidéo, je te la passe ».

E : D'accord donc il y a des déplacements.

CMM : Voilà donc : « J'ouvre », c'est exactement l'ergonomie d'un iPhone, enfin d'un smartphone, c'est-à-dire je fais... *Il bouge ses doigts comme s'il zoomait sur un écran tactile.* Je fais du zoom avec mes doigts, je tourne le truc : « Tiens regarde-le, il est comme ça » avec quelqu'un qui peut éventuellement être là d'un côté de la de la table, trois personnes en même temps en fait, deux côte-à-côte, et un éventuellement de l'autre côté qui peut comme ça se passer des trucs (*il imite un visiteur*) : « Oh tu as vu le truc c'est joli, moi je regarde le machin et j'ai ouvert un autre truc, ah ben y a d'autres possibilités ». Puis on peut ouvrir des tas d'objets, en avoir plein, plein la table, je dirais.

E : D'accord donc vraiment convivial.

CMM : Ce qui peut peut-être nous ouvrir aussi à des projets de jeux, qu'on a pas encore en tête, on a pas encore je veux dire défini les jeux mais ça peut ouvrir à des jeux, ça peut ouvrir sur des jeux. Alors, ensuite, nous avons, ça n'existe plus, ça non plus, nous avons ce qu'on appelait, ce qu'on appelle plus réellement, un jukebox, qui en fait va être le couplage entre une tablette de type cartel, et une douche sonore, c'est-à-dire qu'en fait on va avoir, c'est un seul dispositif dans tout le musée, c'est un dispositif très particulier, ça permet d'entendre les dialectes de la langue d'oc, l'ensemble des dialectes, donc en fait on va avoir sur, on va avoir la possibilité grâce à l'écran tactile, de sélectionner une région, de des pays d'oc, et puis de pouvoir entendre de l'auvergnat, du limousin, du provençal du languedocien...

E : Ce sera des casques ou ?

CMM : Non non ce sera une douche sonore c'est-à-dire...

E : Une douche sonore.

CMM : En fait un dispositif qui *a priori* ne diffuse du son que sur une surface d'environ un mètre carré, sauf que c'est pas tout à fait le cas, que même à l'extérieur on entend, mais pas beaucoup, pas fort.

E : D'accord.

CMM : Par contre, quand on est dessous on entend très fort. Donc la position de toute façon pour manipuler la table sera exactement la position pour pour entendre. Donc on pourra avoir la surprise en fait on va diffuser, quand la personne va s'approcher du cartel elle entendra quand même une voix qui commence en fait ... Bon le contenu est pas encore parfaitement défini mais je pense qu'on va essayer de lire le même texte, de faire lire le même texte, en plusieurs dialectes pour qu'on puisse voir les comparer pour qu'on puisse comparer la musique de la langue par exemple.

E : Oui à la Cité des sciences ils ont fait pareil avec un mur des langues.

CMM : Alors le but c'est pas que les gens comprennent enfin peut-être qu'on va leur mettre sur le sur le en français, ou dans la langue sélectionnée, la traduction pour qu'ils comprennent, mais le but c'est pas qu'ils comprennent c'est qu'ils entendent les différents, les différences vraiment phonétiques des dialectes.

E : Oui.

CMM : Ensuite nous avons, bon des écrans je n'en parle pas, tout le monde sait ce que c'est qu'un écran. Dans la salle Prélude on a un dispositif qui est unique aussi, la salle Prélude, c'est la première salle dans laquelle on pénètre, qui est en fait un ensemble vidéo et sonore, synchronisé, c'est-à-dire qu'on va avoir des projections sur l'ensemble de la surface de la salle, y compris au plafond.

E : D'accord. Ah oui donc tout l'espace.

CMM : Et un son complètement immersif. Donc là le dispositif est constitué aujourd'hui de je crois huit vidéoprojecteurs et un certain nombre de haut-parleurs un peu partout, donc on va entrer on va se retrouver, le but du jeu c'est de c'est d'avoir la sensation de passer dans un sas, on vient de là de l'époque actuelle, on rentre dans le musée, on va découvrir quelque chose de nouveau et même on va faire un voyage dans le temps donc on passe dans un sas, qui va nous donner des flashes, qui vont nous donner des indications sur ce qu'on va voir, qui seront pas très claires, mais voilà. C'est une mise en ambiance en fait.

E : Qu'est-ce qu'on entend ?

CMM : Alors on sait pas encore trop mais on imagine on imagine quelque chose de non agressif en tout cas c'est-à-dire qu'on va avoir des, sûrement en morphing, on va sûrement avoir des images qui vont s'afficher, de paysages de Provence, de d'iconographies actuelles et passées, c'est-à-dire par exemple on va avoir une jeune fille d'aujourd'hui voilà, une photo et puis une jeune femme issue par exemple d'une gravure comme ça (*il montre une gravure*), sans les lunettes, de nos collections, en fait des des, un mélange sans arrêt pour montrer le passé et le

présent qui se mélangent, s'interpénètrent, que on va parler d'un pays qui est la Provence donc avec des paysages de Provence mais on va parler aussi par exemple on va montrer par exemple des champs de lavande et puis des images du chantier naval de la Ciotat en pleine, ou de Fos, on est en plein industrie. Voilà. Des contrastes comme ça avec un message, des mots qui vont être « ethnographie », qui vont parler ou ne pas parler au public mais peu importe, et puis, des sons d'ambiance mais qui soient pas agressifs.

E : Parce que j'avais lu dans l'ancien rapport le son des cigales, des mots en provençal donc ça fait partie de ces ?

CMM : C'est, on va essayer de confier ça à un artiste de la technique qui nous fera un projet complet son/image et là aussi on fournira évidemment des éléments d'entrée enfin ça sera un peu le même procédé. L'idée c'est quand même de pas perturber les gens de pas être agressif, de donner l'impression qu'on change de planète un peu, on avait pensé à une époque montrer une espèce de tout autour en bandeau autour de la pièce qui est plus ou moins circulaire en fait de montrer des, une horloge qui avance, avec un tic-tac.

E : Oui pour matérialiser l'image du temps ?

CMM : Bon après ce sont des idées jetées comme ça.

E : D'accord. Et quand vous parliez de morphing est-ce qu'il y en aura aussi dans les tablettes pour montrer la cour du musée, l'évolution des usages de la cour dans le temps ?

CMM : Sur les dispositifs navigateurs ?

E : Oui c'est ça, sur les navigateurs.

CMM : Non.

E : Ah parce que j'avais vu ça dans l'ancien rapport.

CMM : Non je pense que ça va être discret parce qu'en fait on va avoir une échelle de temps avec des trous en réalité puisqu'on ne peut pas reconstituer évidemment le temps en continu, c'est absolument impossible techniquement donc en fait on va permettre on va avoir une échelle de temps je pense qui va se matérialiser sous forme d'un curseur j'imagine, je ne suis pas certain mais, avec des époques qui vont être mentionnées sur l'échelle. Je pense que quand on sera entre deux époques, on va rester sur l'image précédente, et dès qu'on va arriver sur la nouvelle époque on va effectivement avoir enclenché la nouvelle époque et il va y avoir un affichage qui va dire voilà maintenant on est au XIX^e siècle ou on est au XVIII^e ou on est ceci... Donc en fait il ne va pas y avoir de *morphing* en réalité, il va y avoir, on va rester là et puis quand on met le curseur là, eh ben on change.

E : On change d'image en fait, y a pas le ?

CMM : Alors ensuite. Donc on a un peu tout dit, la vidéoprojection synchronisée c'est ce que je viens d'évoquer bon après y a des vidéoprojecteurs mais ça ce n'est pas la peine d'en parler. Et enfin y a effectivement ce casque dont je parlais tout à l'heure, le casque immersif 3D qui permettra donc un voyage dans l'espace.

E : Et la 3D c'est un casque immersif en fait ?

CMM : On peut appeler ça comme on veut.

E : La définition, enfin, la terminologie retenue ?

CMM : C'était un casque immersif, en fait. Alors un casque immersif il se trouve que c'est vraiment une innovation qui date uniquement de l'année dernière par Sony, maintenant il commence à y avoir des concurrents il y en a un, un autre fabricant, ça donne l'impression d'avoir un écran large de 20 mètres, à 20 mètres donc ça donne l'impression d'être dans une grande salle de cinéma où on voit un énorme écran panoramique en 3D donc comme si on était je dirais dans un vaisseau spatial avec une lucarne de 20 mètres de large et derrière on voit les choses en 3D.

E : Oui donc ça déploie vraiment l'espace.

CMM : Ça déploie complètement l'espace, ça donne de la distance et de la largeur.

E : D'accord.

CMM : Donc ça surprend énormément.

E : Et vous avez choisi vraiment la marque des dispositifs ou vous le ferez au dernier moment ?

CMM : Non pas du tout on le fera au dernier moment, ça serait vraiment suicidaire. En fait on se base sur des choses qui existent, on ne peut pas faire autrement que se baser sur des choses qui existent aujourd'hui, pour d'abord pour discuter et pour voir un peu ce dont on a besoin et puis après on essaie de faire de la de la spéculation sur ce qui sur la façon dont ça pourra évoluer. Évidemment la veille technologique sert beaucoup pour ça, c'est un peu le rôle de notre AMO aussi, de faire de la veille techno.

E : Oui.

CMM : Donc de nous dire « Oui mais attention, ça par exemple, c'est vrai qu'il y a quelques années les télévisions 3D avec lunettes semblaient être la panacée et puis c'est un marché qui a fait flop complètement ».

E : Oui.

CMM : Donc aujourd'hui on s'oriente vers des télévisions avec la 3D sans lunettes et puis surtout des télévisions avec l'ouverture internet intégrée, donc, la 3D sans lunettes ce n'est pas encore au point aujourd'hui, ça le sera peut-être dans deux ou trois ans, mais on a écarté cette possibilité-là d'abord parce que, on ne va pas mettre une technologie pour mettre une technologie.

E : Tout à fait.

CMM : On met une technologie quand on a, quand ça répond à un besoin. Et puis après voilà, on n'est pas là on n'est pas là pour revenir au rôle du média, donc le rôle c'est vraiment le support des collections, c'est vraiment la mise en valeur des collections, c'est vraiment la mise en espace, et la mise en temps des collections et donc ça ne doit jamais être gratuit. Et mieux que ça doit savoir se faire oublier, ce qui est quand même un challenge à la base parce que ce n'est pas du tout évident donc on doit essayer d'avoir des dispositifs les plus discrets possibles et les plus utiles aussi.

E : Donc le choix vous le ferez au dernier moment j'imagine ?

CMM : Voilà aujourd'hui, aujourd'hui normalement y a une semaine mais ce n'est pas encore fait, normalement notre architecte doit remettre ce qu'on appelle le pro, le dossier professionnel qui comprend tous les plans des bâtiments, mais qui comprend aussi la définition de tout ce qui est câblage électrique donc aujourd'hui la position des dispositifs qu'on pourra évidemment changer tant qu'on n'a pas fait les chantiers, s'ils ont prévu de le mettre là et qu'on veut le mettre là-bas ça ne posera pas de soucis mais on ne va pas remettre en cause les choix qui ont été faits. Il y aura un navigateur à l'entrée de la cour. Quelle forme prendra-t-il ? L'écran sera-t-il vertical, horizontal, y aura des poignées, y aura pas de poignées ?, aujourd'hui par exemple on vient de sortir depuis l'année dernière, depuis y a quelques mois des écrans transparents.

E : Oui.

CMM : Alors, est-ce qu'on va mettre un écran transparent, ou est-ce que ces écrans résistent à l'extérieur ? Puisque ça sera à l'extérieur. Ou est-ce qu'on va mettre un écran durci avec une caméra devant.

E : Oui toutes ces choses-là.

CMM : Parce que ce serait quand même beaucoup plus, beaucoup plus sympa d'avoir un écran transparent qui permette de voir ce qu'il y a derrière et puis de mettre en superposition des images plutôt qu'une vidéo prise par une caméra. Encore faut-il que ce soit réalisable et que ça coûte pas un prix fou. Donc ça peut être que dans deux ans parce que c'est en 2014 qu'on lancera les marchés.

E : D'accord.

CMM : Dans deux ans quand on lancera les marchés est-ce que ça aura évolué dans un sens ou dans un autre ? Je peux pas le dire aujourd'hui.

E : On a fait le tour des dispositifs ?

CMM : Oui.

E : Je vous remercie beaucoup pour ces explications, je vais stopper l'enregistrement.

Entretien du 06/11/2012 (entretien 3). 14h. Museon Arlaten. Bureau du Chargé de mission multimédia.

Enquêté : Chargé de mission multimédia (CMM)

Nb : Avant l'entretien nous présentons au CMM le bilan de la veille technologique de la semaine.

E : Quels sont les dispositifs qui ont évolué depuis notre dernier entretien ?

CMM : Donc la salle du costume XX^e avec possibilité d'avoir donc ces jeux, ces jeux de rhabillage de l'Arlésienne mais bon ça peut être d'autres jeux l'intérêt c'est surtout d'avoir cette convivialité avec les trois positions autour de la table et de permettre d'échanger, donc ce serait bête de pas profiter de ça pour introduire des jeux ou des choses interactives qui permettent à une famille de jouer ensemble ou à des amis. Même chose au niveau du Rhône et de la mer, on avait c'est vrai qu'on avait au niveau de la salle du Rhône et de la mer, c'est vrai qu'on avait un souci, parce qu'on en était arrivé à mettre deux cartels face à face, au centre de la pièce. Et c'est une salle où il y énormément de choses sur les murs, donc en fait on avait imaginé qu'on avait un cartel face à trois murs, et l'autre cartel qui lui faisait vis-à-vis, face aux trois autres murs. Bon, c'était pas une mauvaise idée en soi mais c'était un petit peu embêtant dans le sens où quand il y a quelqu'un en face de toi qui est sur l'autre cartel il t'occulte déjà trois murs, donc ça nous satisfaisait moyennement, et les architectes nous ont proposé une table, exactement comme dans les autres, en plus il y avait une vitrine au centre, donc ils nous ont proposé une vitrine-table comme les deux autres, avec un écran intégré, comme les autres. Du coup on va avoir là par contre on n'a pas réfléchi du tout aux contenus donc on va essayer d'utiliser cette table comme cartel qu'on aura plus, bien qu'il en reste un, bon il en reste un seul de cartel mais ailleurs, plutôt en bord de pièce et non plus au centre.

E : Les cartels numériques ?

CMM : Oui les cartels numériques, je ne parle que des cartels numériques.

E : D'accord.

CMM : Et donc on va peut-être aussi par le fait qu'on dispose de cet outil intégrer un jeu à ce niveau-là, je ne sais pas. Un jeu ou quelque chose, quand je dis un jeu ce n'est pas forcément un jeu, c'est une manipulation plus ludique et plus interactive, ça peut ne pas être un jeu en soi mais... Voilà du coup tout ça pour dire que pour ce qui concerne ces tables on est vraiment au

b.a.-ba de la définition, on a certaines idées, mais il va falloir qu'on arrive, tout comme pour les cartels, qu'on arrive à converger car il ne s'agit certainement pas de faire trois contenus distincts, sinon ça va coûter trop cher et ça va en plus ça va désorienter le visiteur. Les gens ils vont voir la même table-vitrine, dans trois salles différentes ils vont s'attendre à ce que ça marche pareil, même si le contenu est différent. Donc au niveau ergonomie, au niveau comportement dynamique du système, on a absolument besoin d'avoir le même, la même chose et c'est ça un peu l'objet de notre travail avec l'AMO puisque aujourd'hui on est quasiment arrivé à au terme de notre travail sur le cartel numérique et donc il faut qu'on fasse ce travail-là, si ce n'est que le cartel numérique on avait déjà de bonnes idées de ce qu'on voulait y mettre dedans, alors que la table on sait quels objets ou quels thèmes la table va adresser mais je pense que tout est ouvert là.

E : Alors si je comprends bien au niveau de la table, vous vouliez une table vitrine avec un quart qui soit tactile et les architectes ont proposé une table écran en fait, c'est ça ?

CMM : Non c'est en fait on voulait à la base on est parti d'une table vitrine qui n'était pas *a priori* équipée d'un écran et qui était la table du Féli, de la salle du Félibrige, qu'on a surtout imaginé comme une vitrine, donc table vitrine.

E : D'accord.

CMM : Et puis ensuite on avait imaginé de mettre en fait, notre commande vient des architectes, c'était un écran tactile dans la salle du Félibrige pour adresser les objets, quelque chose qui soit un peu plus qu'un cartel puisque on avait plus de besoins. Sur la salle du XX^e siècle on avait une envie d'interactivité pour créer des jeux, parce qu'on arrive, le costume c'est ludique je veux dire y a des choses on peut avoir envie de manipuler des pièces de costume des choses comme ça. Et par contre sur la salle du Rhône et de la mer on avait une vitrine centrale qui était complètement non informatisée, enfin une vitrine simple, et on avait des tablettes donc l'idée là c'était d'avoir des cartels, essentiellement.

E : D'accord.

CMM : Donc le fait d'avoir la même chose, aujourd'hui donc la solution c'est ces tables vitrines dupliquées trois fois avec un quart de la table qui est constitué par un écran.

E : D'accord.

CMM : Et qui est en, quoi...

E : C'est-à-dire qu'il y aura des objets et à côté il y aura ?

CMM : Il y aura des objets et y aura l'écran. Bien sûr.

E : D'accord.

CMM : D'ailleurs on se pose encore des problèmes esthétiques parce que, cette table, sur son pourtour, elle va être transparente puisqu'elle est en verre. Donc, là où il y a des objets ce n'est pas un problème parce qu'on va voir les objets par transparence par-dessus et par le côté. Mais là où il y a l'écran, qu'est-ce qu'on va mettre ? Est-ce qu'on va occulter le côté mais ça va être très moche, est-ce qu'on va occulter que le côté où il y a l'écran, alors que la suite va être transparente ? Est-ce qu'on va mettre des objets sous l'écran ? Mais alors ces objets ils ne seront pas, ils ne seront pas réellement visibles il va falloir se pencher pour les voir.

E : Là c'est les architectes qui vous proposent et après c'est vous qui au niveau de la muséographie voyez comment, ou est-ce que vous pouvez plutôt leur demander un type de table qui soit ?

CMM : Oui là on va demander aux architectes. Pour l'instant on n'a pas d'idées on ne sait pas trop comment résoudre ce problème c'est vraiment un problème d'esthétique pure. Et c'est vrai que l'écran il va être vraiment plaqué à la partie haute de la vitrine, donc dessous t'auras vingt centimètres de vide.

E : D'accord. Oui c'est complexe.

CMM : C'est un peu bizarre, enfin c'est un peu bizarre quand tu vas rentrer dans la pièce et que tu vas voir ce cet écran en fait tu t'attends à voir cette vitrine qui est complètement remplie d'objets.

E : Et il y a du vide.

CMM : Et il y a un quart qui est vide. Enfin qui est vide ou qui enfin il y a quelque chose qui n'est pas encore bien fini là. Excuse-moi.

Le téléphone portable du chargé de mission multimédia sonne. Il répond au téléphone puis l'entretien reprend.

E : On était en train dire ce qu'il en était des tables vitrine en fait au niveau de la collaboration entre l'architecte et l'AMO.

CMM : Ouais donc j'avais parlé des tables sur les trois enfin les trois tables, je...

E : Ah oui les problèmes esthétiques parce que c'était...

CMM : Oui on en était resté là, se pose le problème esthétique effectivement de cette épaisseur qu'on ne sait pas combler. Donc voilà, je pour l'instant ça reste en suspens ça c'est du design.

E : D'accord. Et qu'est-ce qui est apparu après la réunion avec l'AMO d'il y a, de la semaine dernière ?

CMM : Ben la réunion avec l'AMO a simplement servi à terminer notre processus sur les cartels. Donc y a, y a un certain nombre de constats qui ont été faits, on a on a poursuivi le travail sur les cartels dédiés aux dioramas, puisque jusqu'à présent on avait travaillé sur les vitrines, tous les types de vitrines, sur des contenus parce qu'on a des vitrines avec des objets très nombreux et très petits et d'autres vitrines avec des objets très grands et très espacés, donc forcément le traitement n'est pas tout à fait le même. Et on a essayé petit à petit de résoudre tous les problèmes, donc ça va être ça que tu vas voir le 15.

E : D'accord.

CMM : Où on va, je pense que Marc va essayer de faire, de balayer les cas que nous avons étudiés, pour montrer comment on les a traités. Et on les a traités de façon homogène, c'est-à-dire que le fonctionnement d'un cartel qui adresse une vitrine avec des objets tout petits ne doit pas déconcerter le visiteur. Il doit retrouver un petit peu ses habitudes de manipulation, ce qu'il a vu avant, voilà...

E : Et vous avez parlé uniquement de l'aspect vraiment technique-navigation ou aussi de l'articulation avec les contenus et le scénario.

CMM : Alors le scénario ça a été vu avant si tu veux, c'est... Là on a travaillé dans le bon sens. C'est-à-dire qu'on, on savait très bien quels sont les thèmes à aborder, quels sont les objets à aborder, pour telle ou telle vitrine, quels sont les éléments d'entrée, s'il y a des photos des films.

E : D'accord.

CMM : Et justement avec tout ça on a réfléchi, à l'ergonomie et au comportement dynamique du dispositif, ça c'est un travail dans le bon sens, ça c'est ce qu'on devrait faire partout. Et donc c'est pour ça que je disais tout à l'heure que les tables tactiles on prend le problème à l'envers, ce qui va peut-être poser des soucis à terme mais non les cartels ça s'est bien passé, ça s'est bien conçu, on est allé dans le bon sens.

E : D'accord. Quand est-ce que ça avait été pensé tout ce qui était contenu, scénario thématique ?

CMM : Oh ça c'est ça a été défini, évidemment affiné au cours du temps mais c'était déjà présent dans le projet initial, au lancement du musée, au lancement de l'étude. Ensuite il y a eu des documents qui ont été faits sur les intentions éditoriales et ça c'était relativement précis aussi bon sans déboucher sur les contenus, les films *et cætera*. Aujourd'hui on a des documents qui définissent l'ensemble des objets qui vont être positionnés dans telle ou telle vitrine, tous les thèmes qui sont abordés, les iconographies d'entrée, éventuellement les films à faire réaliser, les choses qui ne sont pas encore réalisées mais qu'on suppose avoir déjà, et puis y a toute une

part d'éléments qui seront étudiés enfin y aura, ce sera encore affiné ça, après c'est du détail, ça ne remet pas en cause la globalité donc on rajoute deux photos ici, un film là ça ne va pas changer grand-chose. Par contre le document qui reste le document bible, ce sont les intentions éditoriales, bon y a des, y a des petits écarts avec aujourd'hui mais, ça reste quand même la référence.

E : Et justement est-ce que le dispositif technique, par ses spécificités peut amener parfois une évolution du contenu ou c'est vraiment ?

CMM : Non. En tout cas on essaie de faire en sorte que non. J'essaie de réfléchir là si on a des exemples. Oui par exemple y a des, il peut y avoir des contraintes, on s'est imposé pour éviter une cacophonie générale, que les dispositifs soient silencieux, sauf certains, comme par exemple la vitrine de la musique dans la salle Festadière, qui, par essence doit être sonore.

E : Oui.

CMM : Et on s'aperçoit que c'est limitatif, parce qu'on a des films qui sont sonores, forcément et donc on se pose un peu la question de savoir si on n'a pas trop limité parce qu'il y a des choses quand même c'est, il y a des éléments sonores qui apportent du sens, qui donnent du sens à ce qu'on voit et là pour l'instant, point d'interrogation, donc effectivement y a certains cas où le choix du dispositif peut influencer sur le contenu éditorial.

E : Donc la, la réunion AMO c'était vraiment pour les cartels ça a fini votre ?

CMM : C'était effectivement la, la réunion finale de cette, des cartels. Donc normalement on devrait pour chaque type, mais tu as remarqué, tu as vu dans le document que je t'ai donné que les cartels c'est vraiment le dispositif le plus répandu dans le nouveau musée hein il y en aura, y en aura beaucoup, plusieurs dizaines. Et donc on va ensuite on va essayer de on va aborder tous les dispositifs les uns après les autres, par type.

E : Et le prochain c'est ?

CMM : C'est donc la table.

E : La table, d'accord.

CMM : C'est donc la table mais je te dis, y a du travail !

E : Donc voilà c'est les enjeux que tu as précisés tout à l'heure, sur le fait que, problème esthétique, problème de positionnement ?

CMM : Voilà, enfin le problème esthétique c'est quand même un problème qu'on va laisser à l'architecte.

E : D'accord.

CMM : Nous on va simplement dire : « Bon il ne faut pas que ce soit moche ». par contre ensuite le travail qu'on va mener va être, les intentions éditoriales, pour chacune des trois salles, que j'ai évoquées, sont celles-là (*il montre un tableau sur son ordinateur*), on a en face un dispositif qui est celui-là (*il montre un second tableau sur son ordinateur*), comment on passe de l'un à l'autre. On va donc revenir dans le bon sens, c'est-à-dire on va revenir aux intentions éditoriales.

E : A partir de ce qu'on veut mettre et à partir de comment on le met en place ?

CMM : Bien sûr

E : Et au niveau des tables donc j'imagine que tu travailles avec l'unité recherche et muséographie ?

CMM : Ah tout le temps !

E : Et ensuite vous voyez avec l'AMO ou vous êtes tous les trois avec...

CMM : Non là on travaille vraiment en *brain*, là il va vraiment falloir faire du *brainstorming*, avec l'AMO quoi. Parce que là ça peut partir dans tous les sens en fait, c'est vrai que lui, par rapport à nous, il a l'expérience de choses existantes, donc il est capable de dire assez rapidement : « Bon là on ne peut pas, parce que, pour des tas de raisons techniques, parfois ergonomiques d'ailleurs, on ne peut pas parce que moi j'ai déjà vu ça fonctionner à tel endroit et les gens étaient complètement perdus, non on ne fera pas comme ça ». Donc lui il peut déjà dire ça, ensuite il peut apporter aussi, dans le côté positif il peut dire : « J'ai vu aussi que certains utilisaient ce dispositif de telle et telle et telle façon », ça c'est un peu le travail que tu fais aussi, qui apporte de l'eau à notre moulin ou voilà. Et nous par contre on sait ce qu'on veut faire on a quand même du bon sens technique aussi, donc c'est ce mélange-là qui fait que, on arrive à converger sur, ben sur un contenu homogène.

E : Donc ça veut dire qu'avec l'unité recherche et muséographie vous réfléchissez ensuite, vous lui en parlez ou vous êtes toujours tous les trois en train de penser ?

CMM : Non, on donne, le rôle de la muséo c'est : « Je fournis les éléments, ils, elles vont donner le tableau avec tous les objets », bon les intentions éditoriales y a longtemps qu'il les a, mais on va donner les tableaux qui représentent tous les objets qui sont dans toutes les vitrines donc relatifs à ces dispositifs, et puis, l'icône, qu'on a déjà sélectionnée.

E : L'iconographie contextuelle ou qui va être exposée ?

CMM : Celle qui va être exposée.

E : D'accord.

CMM : Evidemment elle n'est pas exhaustive, cette iconographie, donc y a aussi de la recherche qui se fait à côté mais partant de ce, de ces éléments-là, lui va nous proposer, il va mouliner un peu tout seul et il va nous proposer des solutions. Et donc nous on est là après pour discuter ses solutions, dire, dire aussi de notre côté mais ça ne va pas, ça nous plaît, ça il faut développer, on va essayer ensemble de, voilà tu vois ça se fait vraiment on prépare la matière brute en fait.

E : Oui.

CMM : les intentions ce n'est pas de la matière brute mais les intentions et la matière brute, l'iconographie, les films, on lui donne, il réfléchit, il nous donne, il nous propose des solutions et on affine ces solutions ensemble.

E : D'accord.

CMM : Le but de ces réunions-là c'est vraiment affiner les solutions.

E : Oui donc y a toujours une redéfinition de ce qui va être fait ?

CMM : Toujours oui. Mais c'est le seul moyen d'avancer parce qu'on ne peut pas faire son travail c'est-à-dire, comme on n'a pas une vue, une expérience suffisamment large de ce qui se fait dans les autres musées, on va s'autocensurer dans les solutions qu'on va proposer alors que ce n'est pas à nous de proposer des solutions. Après une fois qu'on nous propose des solutions, on est capables de se mettre dans la peau du muséographe mais aussi dans celle du visiteur parce que parfois y a aussi le service des publics qui participe à ces réunions-là, chacun voyant un petit peu son intérêt et l'intérêt de son secteur et ayant un point de vue différent en tout cas.

E : Le responsable du service des publics intervient dans toutes les réunions ou juste à la réunion finale, comme celle-là ?

CMM : Pas à toutes, pas à toutes mais bon souvent ce n'est pas un problème de volonté c'est un problème de dispo surtout.

E : Oui.

CMM : Mais dans l'idéal il faudrait qu'il soit dans toute les réunions.

E : Et est-ce que tous les objets des collections, c'est déjà fixé ou ça peut encore évoluer tout ce qui est des collections ?

CMM : L'exposition permanente est à peu près figée à 90%.

E : D'accord.

CMM : Mais ça fait un certain temps, ça fait plus d'un an.

E : Depuis 2009 ? Depuis 2010 ?

CMM : Non plutôt depuis 2010.

E : Depuis 2010 oui. Oui j'imagine que c'est ce qui a été fait en premier ?

CMM : Ben en second en fait, le premier travail ça a été, ça a été l'élaboration des intentions éditoriales, et puis après c'est : « Comment est-ce qu'on illustre ces intentions éditoriales ? » donc là les muséographes travaillent depuis plusieurs années sur, la sélection des objets. Donc ça c'est vrai qu'après, même au dernier moment y aura des variations hein mais elles savent que la vitrine des amulettes par exemple pour ne citer que celle-là qui a, où y a je ne sais combien d'objets à l'intérieur, elles savent parfaitement ce qu'elles vont mettre dedans, peut-être pas tout à fait comment... *Rires.*

E : D'accord, et il y a eu des acquisitions ou c'est plutôt resté sur la collection du musée ?

CMM : Alors ça honnêtement je n'en sais rien.

E : Il faudra que je leur demande.

CMM : Des acquisitions y en a tout le temps au niveau du musée puisqu'il y a un budget « acquisitions » qui est renouvelable toutes les années. Maintenant est-ce que ces objets des acquisitions, je sais que certains objets acquis vont se retrouver dans la collection permanente, dans l'exposition permanente ça c'est sûr, maintenant je ne sais pas quelle proportion ça représente.

E : Et est-ce que je pourrai avoir accès aux documents sur les intentions éditoriales, pour me donner un peu une idée ?

CMM : Ah oui c'est un tableau c'est un petit tableau xls, un petit tableau Excel. Oui c'est vraiment très succinct comme mais bon ça a l'avantage justement d'être succinct donc d'être un objet de référence relativement simple d'accès.

E : C'est utilitaire en fait, un objet de référence ?

CMM : Oui. C'est vraiment un outil.

E : D'accord.

CMM : Parce que tu as le comment ça s'appelle tu as le projet, le projet scientifique et culturel,

E : Oui.

CMM : Qui est, qui est un gros pavé où tu peux trouver les intentions éditoriales, mais ce n'est pas, ce n'est pas ce document qu'on utilise au quotidien.

E : D'accord.

CMM : C'est le deuxième qui a été fait par la muséo.

E : Oui puisqu'il est vraiment utilitaire, comme tu dis oui.

CMM : Ouais. Bon ben ça y a aucun souci, ça moi j'en dispose c'est un peu notre bible de base, quoi qu'y ait longtemps, on a dépassé ce niveau-là si tu veux.

E : Oui.

CMM : Les intentions éditoriales elles sont claires, elles sont, je veux dire on en discute plus, on sait où on veut aller, on s'y réfère relativement moins souvent qu'avant.

E : Et est-ce que je pourrai aussi avoir accès au PSC ?

CMM : Je note.

E : Ah oui merci.

CMM : Alors ça je ne sais pas, c'est le domaine de la conservatrice, le PSC donc ...

E : Oui je pourrai lui demander si je peux y avoir accès.

CMM : En fait le document des intentions éditoriales a été fait, on s'est aperçu, au bout de x séances de travail avec les architectes, qu'ils ne lisaient pas les documents qu'on leur donnait qui étaient en fait des documents relativement, de la documentation assez imposante.

E : Oui.

CMM : Et rédigé en français, ce n'étaient pas des tableaux, c'était des textes et donc on s'est aperçu qu'ils ne rentraient pas dans ce texte, ils ne se l'approprièrent pas.

E : Oui.

CMM : Et que du coup à chaque séance on reposait les questions qu'on avait posées à la séance d'avant alors que le texte répondait complètement à ces questions et que ça nous a, ça nous a un peu énervés, et on s'est demandé pendant des semaines comment diable on pouvait essayer de faire passer ces notions d'intentions éditoriales vers eux.

E : D'accord.

CMM : Et c'est notre AMO, quand il est arrivé, qui a qui nous tout de suite conseillés de faire un tableau Excel en élaguant énormément les contenus éditoriaux pour n'en conserver que la substantifique moelle.

E : Pour que ce soit pragmatique ?

CMM : Pour que ce soit voilà concis, court et du coup ce document-là a vécu réellement, il a vraiment servi, et enfin on avait l'impression de parler de la même chose.

E : D'accord. Est-ce qu'il y a eu la même dynamique avec l'AMO ou ils ont lu toute la documentation ?

CMM : Ah non mais l'AMO, l'AMO lui il nous a c'est lui qui nous a fait cette qui nous a donné ce conseil.

E : D'accord.

CMM : Donc c'est sur ses préconisations qu'on a fait ce tableau.

E : D'accord.

CMM : Et avec l'AMO y a aucun souci de compréhension hein on travaille vraiment de manière très proche et lui par contre, il n'a eu aucun souci, je pense que c'est un problème culturel. Et son ressenti et son expérience professionnelle lui ont permis de rentrer très vite dans le projet, de se l'approprier et de comprendre ce que l'on voulait faire.

E : Oui.

CMM : Mais c'est simplement parce que lui il a travaillé en scénographie, en multimédia, dans des musées et que les architectes sont des architectes, donc ils travaillent sur des bâtiments.

E : Et ils ne voient pas la spécificité de la muséographie ?

CMM : Pour eux, et que voilà, pour eux le bâtiment c'est un bâtiment, quoiqu'on mette dedans c'est des murs. *Rires.*

E : Oui. Rires.

CMM : Donc ça y a cette espèce de gouffre là de communication qui fait que c'est difficile.

E : Je pense que j'ai fait le tour des questions s'il n'y a pas d'autres avancées depuis quinze jours.

CMM : Non non y a eu cette réunion-là, c'est vrai qu'on s'est plus vu mais j'ai même plus vu, enfin je les ai croisés mais j'ai même plus eu de réunion avec l'unité recherche et muséographie. Donc non il n'y a rien de très nouveau, ce que je peux te proposer si tu veux c'est d'appeler l'unité recherche et muséographie, voir si ils ont cinq minutes.

E : Oui.

CMM : Pour essayer de les voir.

E : Avec plaisir.

Entretien du 20/11/2012 (entretien 4). 14h. Museon Arlaten. Bureau du Chargé de mission multimédia

Enquêté : Chargé de mission multimédia (CMM).

NB : Avant l'entretien nous présentons au CMM le bilan de la veille technologique de la semaine.

E : Quels dispositifs ont évolué depuis notre dernier entretien ?

CMM : Oui donc dans la salle du costume XX^e siècle on avait prévu essentiellement, on avait réfléchi à éventuellement une idée de jeu où on permettrait aux gens de manière simplifiée de reconstituer le costume d'une Arlésienne donc avec tu sais ces fameux jeux pour enfants.

E : Oui.

CMM : Où on met des habits avec des petites accroches sur les côtés pour, c'est un jeu très classique, et ça permettrait effectivement en allant piocher dans une boîte de vêtements...

E : Oui.

CMM : De reconstituer un costume d'Arlésienne, et puis on avait imaginé aussi pouvoir avoir une, avoir accès à toute une collection de rubans d'Arlésienne qu'on pourrait regarder de plus près quoi c'est-à-dire en fait tu aurais une espèce de nuancier dans un catalogue où on pouvait sortir du catalogue un ruban et puis le regarder de plus près, l'agrandir ...

E : Voir les détails ?

CMM : Notamment la manipulation d'objets qui soit sont trop petits, soit qui sont trop fragiles pour être directement accessibles et avant tout touchables par le visiteur.

E : Oui

CMM : Sinon c'est sûr qu'en général dans un musée on ne touche pas les objets.

E : C'est en lien avec des objets de la collection qu'on voit et qu'on ne peut pas toucher et qu'avec le numérique on peut zoomer, reproduire les textures pour qu'on puisse toucher ?

CMM : Mais ça ce sera plutôt dans la salle. Ouais. Ou alors des objets trop petits, par exemple dans la salle du Félibrige, on va être confrontés à des objets trop petits, parce qu'il y a beaucoup d'insignes, soit des broches, des cigales soit des enfin toutes sortes d'insignes qui peuvent être portées par différents personnages au niveau du Félibrige et qui et qui comme ça soit quand même des objets petits un insigne de, une cigale de majoral c'est grand ça fait combien ? Trois

quatre centimètres donc si on peut la voir l'agrandir, la montrer voilà donc là on a on a quelque chose qui répond bien à au principe de : « Je veux manipuler un objet qui normalement soit est trop petit pour que je puisse l'observer correctement, soit est trop fragile ».

E : Trop fragile.

CMM : Mais dans la salle du Félibrige il y aura également des manuscrits, il y aura également des documents qui seront soit des documents iconographiques, soit des documents manuscrits aussi, notamment liés à l'origine du Félibrige. Alors, on a, on a, moi je me suis posé une question, par rapport à la solution proposée pour les vitrines-tables, qui est reliée à ça, en fait notre architecte propose de mettre l'écran, qui apparemment a une capacité suffisante pour voir, pour être utilisé comme ça sous la vitre de la vitrine-table ce qui voudrait dire que ça fait une ergonomie et puis ça permet de faire une unité de surface...

E : Et comme ça, ça fait une protection ?

CMM : Bon la question que je me pose c'est une question basiquement matérielle, c'est qu'une vitre c'est beaucoup plus salissant qu'un écran tactile.

E : D'accord.

CMM : Et que tout le monde va poser ses doigts sur la vitre de l'écran, on va avoir une espèce de forêt d'empreintes digitales, sur la vitre, et ça ne va pas être du plus bel effet. Mais vraiment depuis le début on a on, c'est peut-être le seul dispositif sur lequel on a d'abord décidé le dispositif et puis après on va se poser la question de savoir ce qu'on met dedans. C'est vraiment une erreur fondamentale à ne pas commettre mais le côté vraiment convivial de la table fait que on voulait donner cette dimension-là à certaines salles et alors le fait que finalement les architectes nous aient proposé trois endroits où on va mettre ce type de dispositifs c'est pas si mal parce que ça arrive quasiment dès le début du parcours dans la salle du Félibrige, ça arrive aussi à deux endroits, bon la salle du Rhône et la mer qui est quasiment au début du parcours aussi et puis un peu à la fin du parcours sur la salle du XX^e ce sont des endroits effectivement ça crée un peu une espèce de ponctuation où on peut enfin, après avoir été, quand on est un groupe après avoir divagué chacun de son côté pour essayer de voir des choses, ça permet de se regrouper et puis de, même d'échanger à la limite.

E : Oui. Et puis ça permet d'avoir une autre approche aussi de l'objet, une autre lecture ?

CMM : Oui et puis je pense que ça peut apporter une autre lecture de l'objet, ça c'est évident ça c'est le point central, mais au-delà de ça je pense que ça peut donner une impression de convivialité à la sortie tu sais c'est une impression diffuse d'avoir vécu un moment sympa ensemble. Si tu veux ça me fait penser aux espaces similaires qui sont pas des projections mais

tu sais qu'on va trouver, tu sais des espaces d'interaction ou d'interactivité qu'on va trouver dans les salles d'interprétation et dans la séquence 5 où en fait tu as des écrans verticaux où effectivement y a une personne qui va manipuler, mais c'est suffisamment grand pour qu'on soit plusieurs en train de regarder ce que fait, et puis à la limite, si on est un groupe, personne n'empêche une deuxième personne de reprendre la main de manière alternative, sur le, sur l'engin, c'est encore des endroits où on peut profiter à plusieurs de, bon après les projections qui se font dans les salles d'interprétation sont des projections avec casque donc là où on est enfermé dans le son et dans l'image mais on est quand même assis côte à côte donc c'est aussi une façon de, y a quand même pas mal d'endroits où on peut se retrouver, où les groupes peuvent se retrouver, ce qui est pas si mal.

E : Oui.

CMM : Et j'ai bien peur que de toute façon en s'orientant vers ce type de solutions on en arrive à ce que tu déplores un petit peu c'est-à-dire à l'esthétisme un petit peu limité, à un alignement parce que, quand on a commencé à vouloir autoriser l'architecte à vraiment travailler sur l'esthétique ou sur le, de la pièce, aussi bien au niveau des sièges que de la muséographie, de la scénographie, en fait on est très vite arrivé à mettre des casques parce qu'en fait tu as vu comment sont faits les fauteuils c'est un peu biscornu c'est un peu, si on voulait aussi réfléchir à la façon dont quelque chose d'englobant pour une personne assise et avec donc des haut-parleurs c'est trop contraignant, la seule manière d'avoir des haut-parleurs comme ça avec une personne assise c'est d'avoir un siège avec justement des oreilles.

E : Quelque chose d'englobant.

CMM : Quelque chose d'englobant. Et là ben voilà tu mets des sièges devant un écran quoi, tu fais une salle de cinéma. Si c'est une douche oui, non mais je me moque pas non je veux dire parce qu'en fait on nous avait proposé, ça me paraissait assez farfelu on nous avait proposé aussi un système qui venait du mur, et qui et qui alors je vois pas très bien comment ça pourrait fonctionner physiquement quoi, un truc qui diffuserait du son qui s'arrêterait à une certaine distance.

E : Oui.

CMM : Mais alors là, c'était au tout début du projet dans le groupement du maître d'œuvre qui nous avait proposé ça après ils ont vite fait machine arrière et ils nous ont proposé en effet une douche qui a effectivement une diffusion vers le sol à partir du plafond et puis là qui est circonscrit normalement à une à un espace autour du visiteur, ça me paraît plus logique, là j'arrive à comprendre. Mais ce que je sais c'est qu'il existe des systèmes à ultrasons, de

projection sonore c'est-à-dire en fait le système il a un projecteur qui sera peut-être positionné dans un coin du bâtiment qui ressemble vraiment tu sais à ces haut-parleurs qu'on trouve dans les espaces publics, donc t'as un élément comme ça qui va projeter sur une cible qui elle réfléchit l'onde acoustique mais qui en fait est une onde lumineuse au début, tu sais qui se transforme, enfin qu'est-ce que je raconte, pas une onde lumineuse une onde à fréquence onde courte en fait et qui lorsqu'elle atteint la cible redevient sonore en fait, redevient dans le spectre audible et à ce moment-là tu l'entends comme si c'était à l'endroit où il y a le choc, c'est-à-dire supposons que ce soit ce paravent qui soit la cible, le truc il tire de là-bas et toi tu entends le son comme s'il venait de derrière toi.

E : D'accord oui donc c'est inversé.

CMM : Comme si quelqu'un te parlait, et moi j'ai expérimenté ça au SITEM il y a deux ans, parce que j'y suis pas allé l'année dernière. Au SITEM y a deux ans, y a un endroit qui est vraiment très impressionnant où tu te baladais dans le couloir du SITEM, tu avais les différents stands autour de toi et à un moment donné tu avais quelqu'un qui te parlait à l'oreille et qui te disait « Retourne-toi, je suis derrière toi », et et tu te retournais évidemment, il y avait personne mais après quand tu t'étais éloigné de deux mètres tu t'apercevais que tous les gens qui passaient par ce point, se retournaient violemment et tu n'entendais plus rien au bout de, à côté.

E : C'est incroyable.

CMM : Tu entendais absolument plus rien, donc effectivement quand tu étais sur un secteur, je sais pas moi, ça devait faire un mètre carré y avait un endroit, en fait y avait une espèce de plaque qui était au plafond et le truc tirait là-dessus et quand tu passais autour de cette plaque tu entendais un chuchotement justement qui était assez effrayant parce que tu te disais : « Retourne-toi, je suis derrière toi ». C'était assez frappant alors je, la question que je me posais, c'est que c'était dans un environnement assez bruyant un environnement de foire, assez bruyant et je me demandais, je me demande toujours d'ailleurs, même par rapport aux douches sonores, que j'ai expérimentées aussi ce jour-là si le fait que l'on soit dans un environnement bruyant fait que ça donne effectivement, notre oreille elle sait plus trop discerner, faire la différence entre le son qui est diffusé et le son ambiant et donc t'as l'impression que c'est très directif. Par contre, même cet aspect-là, les ultra-sons là, je me dis que si c'est dans un environnement silencieux, peut-être que la zone où tu entends est beaucoup plus large que le simple petit espace où ils avaient fait l'expérimentation. Donc c'est un truc. Et donc si tu veux moi je n'ai jamais vu en-dehors de ce salon de mises en œuvres réelles, soit de douches sonores, soit de systèmes à ultra-sons, mais alors les systèmes à ultra-sons c'était bluffant, déjà les douches sonores c'était

bluffant parce que je, y avait une espèce de, ils avaient mis une espèce d'estrade, la boîte qui faisait ça, en bois, où tu montes en fait quand tu es en dehors de l'estrade qui fait un mètre carré hein, un mètre sur un mètre tu n'entendais rien, et quand tu montais sur l'estrade tu entendais mais un son fort avec de la musique avec des trucs et quand tu sortais tu entendais plus rien c'était assez marrant. Et, c'était encore moins, là tu savais à quoi tu t'attendais mais le système de projection sonore c'était, je sais que moi je me suis posé la question pendant quelques secondes de savoir ce qu'il se passait quoi... Je crois que le côté acoustique c'est encore celui qu'on a, enfin sur lequel moi personnellement je me pose encore le plus de questions. Y a plein de choses que je pense qu'on va pouvoir résoudre facilement mais si l'acoustique foire... Notamment, tu vois, tu sais, au début du parcours on a la salle Prélude où il va y avoir du son, et du son même spatialisé en fait, et dès la sortie de cette salle-là, tu te retrouves dans une salle qui est la salle des antiquités, ou *a priori* il n'y a pas de son, mais il faudrait éviter que le son de la salle Prélude diffuse complètement, puisque ces salles sont ouvertes.

E : Oui.

CMM : On se retrouve à diffuser sur les deux trois salles qui suivent parce que... Et ça c'est pas génial quoi... Ben maintenant que tu as en main les spécifications, de toute façon, moi je vais reprendre toutes les, ce document, puisque maintenant on a le définitif, où il y a de petits écarts mais enfin je ne veux pas, un des plus gros écarts en fait, c'est d'avoir rassemblé les cartels dits « d'approfondissement » et les cartels dit « d'objets » mais bon enfin à peu près, tu as à peu près tout là-dedans.

E : Oui.

CMM : Donc déjà tu peux, effectivement après tu peux aller visiter des expos simplement en ayant l'œil un petit peu comme si c'était quelqu'un de notre équipe qui visitait en disant : « Je connais bien maintenant les dispositifs auxquels ils pensent alors si j'en trouve des similaires je vais essayer de trouver, ce qui me paraît bien et ce qui me paraît moins », bien parce que c'est aussi, d'éviter les écueils, et puis, et puis ça ne t'empêche pas d'observer des dispositifs qui te paraissent vraiment super, mais s'ils n'apparaissent pas là-dedans, ça ne veut pas dire qu'on va les changer, mais ça peut être intéressant aussi.

E : Même parfois sur le fond ça peut être intéressant.

CMM : Et puis ça peut donner des orientations. Voilà, il ne faut pas se censurer sur un...

E : Non c'était juste pour savoir s'il y avait une expo en particulier.

CMM : Ben non, alors là moi...

E : Après je savais que, voilà, en faisant la Cité des sciences et le Palais de la Découverte j'aurais tout ce qui était foisonnement de...

CMM : Est-ce que tu as vu à la Cité des sciences quelque chose qu'il y avait dans leur expo, j'avais vu ça il y a deux ans, qui ressemblait à ce qu'on appelle les navigateurs, les navigateurs de la cours. Tu n'as pas vu ce genre de dispositifs ?

E : Alors c'est dans quelle exposition ?

CMM : Alors moi, c'était une expo sur le cinéma de science-fiction, qui était absolument, enfin moi j'adore la science-fiction, j'avais adoré cette expo, c'était, tu avais, tu avais des vêtements qui étaient utilisés dans pas mal de films, qui étaient exposés, et tu avais une salle où tu avais en réalité virtuelle, tu voyais la salle, donc tu avais un navigateur quand même, tu voyais les visiteurs qui étaient dans la salle, car la salle était quand même donc devant évidemment il y avait des vitrines, et tu voyais apparaître, dans l'écran, des monstres qui sortaient d'une trappe, il y avait une trappe qui s'ouvrait avec des monstres qui sortaient et qui envahissaient la salle, et qui se superposaient complètement aux personnages.

E : En réalité virtuelle ?

CMM : Alors c'était toujours pareil, les groupes dont une personne était devant et qui voyait, disaient : « Attention tu as un monstre derrière toi ». *Rires*. Alors c'était complètement ludique, ça avait aucun intérêt, simplement c'étaient des monstres comme on peut trouver dans des films de science-fiction, tu sais des aliens, des...

E : Oui oui.

CMM : Et donc tu en avais qui tombaient du plafond, tu en avais qui sortaient, qui rampaient...

E : Non alors l'expo cinéma n'y était pas parce que je suis passée dans toutes et après justement je n'ai pas vu de réalité augmentée, de réalité alternée.

CMM : Bon, mais ça, ça peut être une, enfin je ne sais pas si on a, peut-être que tu pourrais essayer d'aller chercher sur internet.

E : Oui j'irai chercher, oui.

CMM : Parce qu'à part le... Tiens il va falloir qu'on coupe court parce que j'ai le, je vais en réunion là.

E : Il est quelle heure ?

CMM : Il est 16h.

E : Oui il faut que je parte aussi.

CMM : Oui de toute façon voilà, donc ce serait intéressant de voir les endroits où il y a ce type de dispositifs.

E : Merci comme ça je vais, j'ai trouvé un blog sur la réalité augmentée, que je suis, je pense que je vais leur écrire ou leur demander.

CMM : Parce que l'idée bon, ce n'est pas forcément d'avoir le type de scénario qu'on a mais c'est de voir justement un écran mobile, qui permet de balayer un certain espace.

E : Oui.

CMM : Et puis donc de superposer, voilà. C'est ça la base, faut aller plus loin, comment c'est fait, et essayer d'avoir un retour d'expérience sur ce genre de choses.

E : Oui ça je peux voir avec les utilisateurs, quitte à poser quelques questions, leur demander ce qu'ils en ont pensé. Je vais faire le tour des expos, je pense prochainement.

Entretien du 10/12/2012 (entretien 5). 14h. Entretien téléphonique.

Enquêté : Chargé de mission multimédia (CMM)

E : Qu'est-ce qui a évolué depuis notre dernier entretien ?

CMM : Finalement, nous, on a réfléchi à, on a complètement abandonné l'idée, pour la lisibilité, d'avoir du son tout le temps, parce qu'en fait on s'était dit que le sonore, autant on avait des accroches sur des écrans, et des accroches sonores, ça pourrait compliquer en fait à avoir, des pertes sonores, qui sont autour du sonore.

E : Oui.

CMM : Et qui font que t'entends une espèce de, bruit, en fond, ça te donne envie d'aller écouter.

E : Oui, tout à fait.

CMM : Alors ça c'est l'idée qu'on avait au départ, de mettre, de faire, de faire tourner en boucle une phrase par exemple, dite par différents acteurs en différents dialectes.

E : Oui.

CMM : Et après permettre à la personne d'écouter un dialecte, pour écouter le terroir. Sauf qu'on s'est dit que la personne quand elle arrive là elle entend un truc qui tourne en boucle et elle ne comprend pas forcément où on veut, où on veut en venir...

E : Oui.

CMM : Du coup on a fini par avoir deux combats, le fait de tourner en boucle et de... Alors soit il y a déjà quelqu'un sur l'équipement, et effectivement il y a d'autres personnes qui peuvent s'approcher, et c'est pas sûr qu'elles puissent comprendre tout le reste. Soit l'équipement est libre, quand le visiteur arrive, et à ce moment-là il faudra que lui fasse une action près de la tablette pour commencer à entendre des choses.

E : D'accord.

CMM : Alors ça fait l'objet d'une discussion il y a peu de temps et ça nous a semblé, ça nous semblé plus logique par rapport à la compréhension du dispositif.

E : Donc il n'y aura pas du son qui va être de base, non-stop dans toute la salle en fait ?

CMM : Oui.

E : C'est vraiment déclenché par une action ?

CMM : Oui. Alors je ne sais pas si ce ne sera pas finalement du son directif quand même, parce que on a, comme je t'avais dit on a des salles qui sont hyper petites.

E : Oui.

CMM : Et qui communiquent les unes avec les autres, donc ce dont on a peur c'est que si on met du son vraiment directif dans ces salles-là, on l'entende vraiment dans les deux salles adjacentes.

E : Oui.

CMM : Et l'idée c'est que bon, ça n'a pas un intérêt majeur, et puis on pense aussi aux gardiennes.

E : Oui.

CMM : Les gardiennes qui risquent d'en avoir largement marre d'entendre du son toute la journée. On y réfléchit.

E : Oui, c'est vrai.

CMM : Parce que ça, c'est un truc, dont il faut tenir compte, parce que si elles en ont marre, à la limite, elles sont plus là et elles vont dans une salle où il n'y a pas de bruit, et que ce n'est pas génial. Donc, donc en fait on ne s'est pas trop posé de questions, c'est que je pense qu'on a abandonné définitivement l'idée, après je pense qu'on va quand même garder un son directif, pour arroser, un mètre, deux mètres carré, mais bon, on aura une action quand même volontaire du visiteur qui va sélectionner, il y aura déjà une page de garde où on lui aura expliqué qu'il y a plusieurs façons de parler dans les différentes régions.

E : Oui.

CMM : Et donc là il comprendra un petit peu mieux. Et après il sélectionnera la région, et là il entendra.

E : D'accord.

CMM : Et, si tu veux, de toute façon quand même c'est un peu moins artistique, parce que c'est vrai que le fait de provoquer la surprise ça aide, ça implique peut-être certains visiteurs de s'intéresser à la chose, d'aller chercher, mais sauf que la majorité va partir en disant : « J'ai rien compris ».

E : Donc en fait ça veut dire que si le visiteur ne va pas sur la tablette et n'appuie pas sur une des langues régionales, il n'aura pas entendu le, il n'aura pas entendu de son en fait, ça dépend en fait de son... D'accord.

CMM : C'est exactement ça. Alors après, à nous de faire en sorte que la tablette soit suffisamment interactive pour que le visiteur ait envie de la toucher.

E : Oui que l'arborescence soit rapide jusqu'à l'arrivée du son en fait ?

CMM : Ouais, mais normalement cette tablette-là ce sera une carte.

E : D'accord.

CMM : Ça sera une carte, si tu veux, avec quand même une, quand tu toucheras la tablette, enfin quand elle est en veille, tu auras une carte qui apparaît, ce sera l'équivalent de la carte gigantesque qui sera dessinée sur le mur.

E : D'accord.

CMM : Et donc, et, après la carte il y aura un petit texte, pour déjà dire de quoi ça parle, on parle des langues et pas de la géographie.

E : Oui. La salle avec les langues régionales c'est au deuxième étage c'est ça ? Parce que maintenant j'ai visité en fait alors je...

CMM : Non, non, la salle avec les langues régionales ça fait partie de l'une des trois salles qui s'appellent les « baromes ».

E : Ah oui c'est au début, d'accord.

CMM : C'est juste à l'entrée.

E : D'accord.

CMM : Tu entres dans la première salle tu as le fameux, la fameuse immersion, la fameuse salle prélude.

E : Oui.

CMM : Où il y a vraiment cette immersion visuelle et sonore, et justement dans la deuxième salle, tu as les antiquités.

E : Oui.

CMM : Et dans la troisième, tu as cette salle-là, c'est la salle du Félibrige avec, le Félibrige.

E : D'accord, oui, ça y est, je vois mieux maintenant.

CMM : Ouais, là c'est vraiment l'entrée, l'entrée là, la troisième salle.

E : D'accord.

CMM : Mais c'est vrai que nous on va pouvoir jouer avec un truc en plus qui est que l'écran va être transparent.

E : D'accord.

CMM : Et donc, à la limite, si l'écran est complètement inactif, c'est absolument ce qu'on ne veut pas, parce que sinon ça va être hot, parce que ça ne se voit pas, car l'écran ne se voit pas,

enfin il se devine, mais quelqu'un peut tout à fait passer à coté sans s'apercevoir que c'est un écran sur la table.

E : Oui.

CMM : Et, donc on va travailler au niveau de l'accroche et faire en sorte que l'écran il se signale au passage des visiteurs.

E : Oui.

CMM : Mais donc, on va pouvoir jouer avec le fait qu'on va pouvoir voir des choses transparentes et voir ... À la limite on va faire apparaître des objets virtuels au-dessus des objets réels qui sont en-dessous.

E : D'accord, en fait, il y aurait des vrais objets sous l'écran, et en fonction de l'utilisation on verrait les vrais, on verrait soit l'écran, soit l'objet concret ?

CMM : Exactement.

E : Ah oui d'accord.

CMM : Les écrans transparents ils sont sortis l'an passé, sur le plan industriel.

E : Oui donc ce n'est pas, vous êtes à la pointe là ?

CMM : C'est des projections, mais c'est normal que tu ne trouves pas ça, tu ne peux pas le trouver, c'est presque même pas commercialisé encore donc, mais voilà je pense que c'est une bonne, c'est un peu encore un grain de folie de notre architecte ça, mais je pense que c'est, ça peut vraiment apporter des choses sur le plan du message à apporter, sur le côté ludique.

E : Oui.

CMM : Le fait de cette transparence, là, ça peut si on l'exploite bien, ça peut être intéressant. C'est vrai que, c'est vrai que les architectes se sont beaucoup battus pour qu'on n'ait pas une table isolée en plein milieu des salles, au début on ne voyait pas trop pourquoi en fait, mais c'est vrai que ça peut apporter, de l'eau à notre moulin, car la table elle prend un sens un peu spécial, parce qu'elle est intégrée dans les vitrines.

E : Oui, c'est ça.

CMM : N'empêche que c'est, nous on est vraiment inquiets par rapport à tous ces problèmes de son, notamment par rapport à la taille de nos salles, bon ce ne sera pas un son très très fort, parce que normalement c'est plutôt un son qui est, qui doit donner des impressions sur les visiteurs, mais j'ai peur qu'en diffusant dans cette salle-là ça se diffuse dans les deux ou trois salles autour et que ça soit un peu bizarre. Enfin bon, ça après justement, il faudra, il faudra

vraiment qu'il y ait un travail de revêtement, d'aménagement de la salle peut-être du textile à certains endroits, pour vraiment absorber le son.

E : Oui, c'est ça.

CMM : Avec un son qui se propage par, par réflexion sur des surfaces.

Entretien du 27/06/2013 (entretien 6). 15h. Museon Arlaten. Bureau du Chargé de mission multimédia

Enquêté : Chargé de mission multimédia (CMM)

E : Peux-tu me dire ce qui a évolué depuis notre dernière rencontre en décembre dernier ?

CMM : Alors donc les cartels numériques aujourd'hui par rapport à leur forme physique déjà, ce sera un format d'écran supérieur ou égal à treize pouces, ça on s'est aperçu qu'en dessous de ça, on n'avait pas les fonctionnalités que l'on souhaite notamment une taille suffisante pour permettre à la fois à des gens debout de les consulter et des gens en fauteuil, et les enfants par exemple, aussi.

E : Oui.

CMM : Donc ça, c'est un truc qu'on a figé même avec l'architecte, c'est une bonne chose. Ensuite on a travaillé sur l'ergonomie et sur les contenus et on a arrêté un certain nombre de concepts enfin de principes qui vont toujours du global vers le particulier.

E : D'accord.

CMM : C'est-à-dire qu'en fait on part souvent d'une vue globale de vitrine d'un mur qui sera ce que verra le visiteur en premier quand il va regarder l'écran et puis donc il pourra toucher des morceaux, selon la complexité, ça va lui donner un sous-ensemble, ou ça va lui donner un objet.

E : D'accord.

CMM : Et puis il pourra, suivant la complexité de l'objet ou de ce sous-ensemble puisqu'il peut y avoir des objets traités ensemble, par exemple des médailles, ça peut être un ensemble de médailles, donc il pourra avoir des détails, rentrer dans le détail, le premier niveau c'est évidemment le cartel de base où il sera ce qu'est cet objet ou ce groupe d'objets, l'époque *et caetera*, enfin ce qu'on trouve dans un cartel.

E : D'accord.

CMM : Et pour ceux qui veulent il y aura un approfondissement local, c'est-à-dire que par exemple, les approfondissements liés notamment aux usages, les usages des objets, voilà. Alors ça, c'est un travail qui est terminé aujourd'hui donc on ne souhaite pas aller, poursuivre un peu plus avant parce que ce sont les prestataires qui vont poursuivre ce travail quand on aura lancé les marchés. Et donc on a attaqué un deuxième, le deuxième groupe qui sont les tables *multitouch*, puisqu'aujourd'hui il y a trois tables *multitouch* dans la muséographie.

E : Avec les vitrines-tables aussi ?

CMM : Avec les vitrines-tables. Les trois, les écrans *multitouch*, les tables, sont intégrés dans les vitrines-tables.

E : D'accord.

CMM : Donc il y en a un dans la salle du Félibrige, y en a un dans la salle du Rhône et de la mer et il y en a un dans la salle du XX^e siècle, dans la salle du costume XX^e.

E : D'accord.

CMM : Et donc on est, on a avancé un petit peu comme ça l'ergonomie, on est quasiment au bout, on a fait deux tables pour l'instant, on a fait le Rhône et la mer et le Félibrige et on a fait une réunion très, cette semaine, là, sur le costume XX^e siècle où on a eu des nouvelles questions, qui ne sont pas faciles à résoudre.

E : Oui.

CMM : Parce qu'il y a beaucoup moins d'objets, parce qu'il y a beaucoup moins de concepts donc voilà. Donc, si tu veux, c'est ce qu'on a fait, ce qu'on a fait récemment, alors ça, c'est, les systèmes tactiles, ensuite, alors je ne sais pas si tu te souviens mais dans la salle du Félibrige il y avait un dispositif qui permettait d'écouter les différents dialectes.

E : Le juke-box ?

CMM : Oui qui s'appelait le juke-box à la base, ça c'était la dénomination de Pierre Lavoie, il a un peu changé de forme ce dispositif aujourd'hui c'est une tablette tactile, une tablette comme les multcartels.

E : D'accord.

CMM : Qui permettra d'avoir une approche un petit peu historique, enfin une approche contextuelle par rapport aux dialectes, c'est-à-dire qu'on va expliquer, qu'en Europe à cette époque-là, y a différentes langues qui sont parlées et y a un certain retour aux langues régionales, et donc, après on va zoomer sur la Provence évidemment, sur les pays d'Oc et la Provence en particulier, et les gens auront une carte (donc une carte sur l'écran) et il y aura également, on va muséographier ça avec une énorme carte murale.

E : D'accord.

CMM : Qui représentera, une forme, une carte style ancien si tu veux.

E : Oui.

CMM : Qui va représenter un petit peu tous les, toutes les régions de langue d'Oc, enfin tout le midi en fait, et donc les gens pourront lancer comme ça des, un texte, en appuyant, en touchant telle ou telle région.

E : D'accord.

CMM : Ils vont avoir le même texte dans différents dialectes.

E : Alors en lançant sur l'écran ça le fait sur le mur ?

CMM : Non, le, le mur il est passif, c'est véritablement imprimé sur le, tu as une grande carte sur le mur, imprimée.

E : Ah oui d'accord, imprimée.

CMM : Oui imprimée, par contre après tu as un truc dynamique sur le cartel.

E : D'accord.

CMM : Et tu es, la diffusion de son se fera *a priori* par une douche sonore, sur, qui se trouve au-dessus du cartel. Donc là, on a lancé le marché on en est, on vient de lancer le marché des enregistrements numériques.

E : D'accord. Pour qu'une entreprise fasse les voix et les textes en langue régionale ?

CMM : Oui. C'est-à-dire que les textes c'est nous qui allons les faire, mais en l'occurrence c'est une entreprise, on attend un prestataire qui soit un spécialiste de prise de son.

E : D'accord.

CMM : Et après je pense que nous, on va intervenir énormément parce qu'une entreprise de prise de son n'a pas forcément, ne connaît pas forcément de correspondants, de locuteurs, de différents dialectes d'Oc.

E : Oui.

CMM : Et donc là c'est nous qui allons qui allons travailler, surtout moi d'ailleurs, pour essayer de trouver les bons interlocuteurs, parce qu'on veut on veut vraiment que ce soit correct au niveau linguistique, donc on ne veut pas que ce soit quelqu'un qui parle dans les différents dialectes, on veut que ce soient des locuteurs de chaque dialecte.

E : D'accord, donc en fait l'entreprise va enregistrer le son, et les gens qui vont parler c'est vous qui allez les trouver ?

CMM : Ouais.

E : Il faut trouver un Provençal, un Occitan...

CMM : Un Provençal, un Limousin, un Béarnais, un Auvergnat... Voilà.

E : D'accord.

CMM : Et puis je pense que l'entreprise ira sur place avec des moyens de prise de son mobiles.

E : D'accord.

CMM : Pour récupérer, parce qu'on ne va pas demander aux gens de venir d'Auvergne ou du Limousin juste pour enregistrer quatre phrases.

E : D'accord.

CMM : Voilà, donc ça, c'est ça qui a bougé aussi, alors qu'est-ce qui a bougé d'autre ? Oui ! Les salles, les salles d'interprétation et la séquence cinq. Est-ce que tu ?

E : Oui.

CMM : Les salles d'interprétation je crois que tu vois bien. La séquence 5, c'est la séquence contemporaine.

E : Oui, le musée aujourd'hui.

CMM : Alors là on a une muséographie qui va être assez, qui va être commune en fait à la séquence 5 et aux salles d'interprétation, où on va avoir une projection passive type, tu sais, enfin très classique, comme on en a dans les musées. Oui donc tu as dans les deux, tu as une projection de film (passif), alors évidemment en séquence 5 sur chacun des thèmes abordés en séquence 5 et en salles d'interprétation, ce sont des films sur la muséographie et évidemment sur la muséographie de la séquence qu'on vient de passer. Par exemple voilà, quand tu passes, quand tu passes Georges-Henri Rivière, tu vas avoir un truc sur le musée du Trocadéro, sur l'historique etc.... Et donc ce qui t'intéresse plus, parce que la projection passive, voilà... C'est y a deux dispositifs par salle d'interprétation, interactifs.

E : D'accord.

CMM : Qui sont des écrans transparents, *multitouch*, et qui permettent donc de d'aller interroger tous les thèmes que l'on vient de passer, et de les mettre en perspective par rapport à la civilisation enfin à la société d'aujourd'hui, aux inventions de la tradition, etc.... Les fameux thèmes.

E : Avec du contenu en fait qui va permettre d'approfondir ?

CMM : Voilà. Et puis mais qui, et qui sera interactif en l'occurrence. Et c'est là qu'on va sûrement intégrer des jeux.

E : D'accord.

CMM : Donc sur ces dispositifs interactifs qui sont verticaux donc là ce sont des tableaux, des écrans transparents verticaux.

E : D'accord.

CMM : Qui sont donc basés sur les technologies de ces nouveaux écrans transparents qui viennent de sortir là.

E : Est-ce que c'est ce qu'on voit sur les photos du site internet, à un moment on voit des personnes qui touchent de grands écrans transparents ?

CMM : Oui. C'est ça, tout à fait.

E : Oui les photos de l'agence d'architecture. D'accord.

CMM : Donc il y a la même chose dans toutes les séquences, tu sais la muséographie de la séquence cinq est composée en fait de quatre tranches.

E : Oui.

CMM : Qui sont séparées par des vitrines.

E : Oui je me souviens.

CMM : Et ces blocs, ces blocs vitrines-là donc qui séparent les tranches de la séquence cinq, sur un de leurs flancs il y aura cet écran.

E : D'accord.

CMM : Donc en fait tu passes comme dans les couloirs, dans des interstices entre, enfin dans chaque séquence tu as une inscription au sol qui te donne le thème abordé.

E : D'accord.

CMM : Tu entres, et là soit tu regardes, il y aura très peu de chaises car au fond de l'alvéole tu vas avoir deux trois chaises maximum pour pouvoir, tu peux regarder debout aussi, pour pouvoir regarder le film passif et tu as deux écrans transparents sur les deux, les deux côtés.

E : Oui.

CMM : Pour pouvoir aller, interroger. Et tu as aussi donc ça te permet de voir, à la fois, l'écran transparent et de voir les objets qui sont mis dans la vitrine aussi.

E : D'accord.

CMM : Et tu as de vrais objets dans la vitrine. Donc par exemple sur le thème du costume tu vas avoir seulement un mannequin avec un costume d'Arlésienne.

E : Parce que l'écran sera sur la vitrine en fait ?

CMM : Oui.

E : Il n'y aura pas d'espace entre les deux ?

CMM : Non.

E : Donc à travers l'écran on verra l'objet ?

CMM : Oui.

E : Et est-ce l'écran, aura des contenus qui entourent l'objet ou qui sont autour ou qui se superposent ?

CMM : Non non, l'écran il est pas, enfin je veux dire c'est vraiment un écran, c'est 2D hein l'écran, hein.

E : Je veux dire, est-ce que les contenus sur l'écran vont...

CMM : Vont jouer avec l'image ? Non, il y aura plus d'interaction c'est simplement l'idée de voir l'écran, de voir l'objet à travers un écran.

E : D'accord.

CMM : En fait l'idée c'est un, c'est de prendre du recul par rapport à l'objet quoi, c'est aussi bête que ça. C'est : « J'ai quelque chose qui me sépare de l'objet », contrairement, parce qu'y a rien qui sépare les gens des objets dans toute la séquence qui précède.

E : D'accord.

CMM : Là tout d'un coup on a quelque chose qui sépare de l'objet parce qu'on invite les gens à prendre du recul, par rapport à ce qu'ils voient. Mais bon, après c'est vrai qu'on joue aussi sur la technologie pour que ce soit joli hein. *Rires*

E : Un peu comme les vitrines-tables aussi qui peuvent permettre de voir l'objet sous le ?

CMM : Un peu comme les vitrines-tables, tout à fait. Donc ça aussi ça a été abordé et donc le prochain système multimédia qu'on va essayer de maquetter au sens de contenu, ça sera les écrans interactifs là.

E : Ces écrans de ces salles-là ?

CMM : Oui. Alors je ne sais pas si on va commencer par l'interprétation ou la séquence cinq, probablement par l'interprétation, parce que c'est plus systématique.

E : D'accord.

CMM : Oui, il faudra de toute façon qu'on fasse tout. Voilà. J'ai un peu fait le tour des nouveautés, le reste étant, n'ayant pas beaucoup bougé.

E : Oui je suis en train de regarder sur le, j'avais noté avant de partir où ça en était avec d'un côté les tablettes multicartels, les cartels numériques, les tablettes d'approfondissement, les tablettes tactiles dans la vitrine-table...

CMM : Alors les tablettes d'approfondissement tu sais ça n'existe plus.

E : Ah oui elles ont été fusionnées, oui.

CMM : Oui aujourd'hui les multicartels servent à la fois de cartels et d'approfondissement.

E : Oui c'est ça, parce que je m'étais référée au dossier mais c'est vrai que ça a changé depuis.

CMM : Justement dans le dossier, je n'ai qu'une mention au crayon, il va bien falloir qu'un jour je mette à jour ce document, mais il va falloir qu'on redémarre.

E : Non mais c'est vrai que j'ai regardé les notes du dossier et pas les notes de réunion, mais ça a changé.

CMM : Il faut que tu saches aussi que le projet a été mis en sommeil, enfin pas le projet pas pour nous, pas pour notre niveau, mais on n'a pas eu le permis de construire.

E : Pour les travaux.

CMM : Je ne sais pas si, quand tu es partie ?

E : Non c'était toujours pas.

CMM : Donc ce n'est toujours pas le cas aujourd'hui, c'est pareil.

E : Ah oui donc c'est bloqué pour les ?

CMM : Donc si tu veux depuis que le CERCO a été inauguré, c'est-à-dire depuis quinze jours.

E : Oui.

CMM : On a eu, on a une impulsion du président du Conseil général qui est venu à l'inauguration ça a été une première, compte tenu des problèmes qu'il a avec la justice, ça a été une première fois qu'il est sorti.

E : Oui.

CMM : Et il a vraiment insisté pour que le permis de construire soit accepté avant septembre.

E : Oui.

CMM : Du coup ce qu'avait dit le maire d'Arles, a dit d'accord, donc là on est on est, les architectes ont fini le dossier avec le service des bâtiments.

E : Oui.

CMM : Il a négocié une enveloppe supplémentaire, ce qui est normal puisqu'il est obligé de, ils sont obligés de redessiner notamment toute la partie qui est dans la cour.

E : Oui à cause de l'aménagement pour les personnes handicapées. Et il y a eu un accord pour faire une rampe à l'entrée ?

CMM : Oui, la rampe a été acceptée.

E : Et les ascenseurs aussi ?

CMM : Non, donc pour l'instant on ne sait toujours pas comment l'ascenseur il descend, on a un ascenseur en lévitation car il n'a pas le droit de descendre au fond, donc je ne sais pas trop comment il fait... Mais bon on il va forcément faire quelque chose. Non il y a encore quelques points à régler, par contre il y a une enveloppe qui a été négociée, financière, et donc nous étions supposés avoir une réunion mardi et mercredi prochain.

E : Oui.

CMM : Qui sera peut-être reportée la semaine d'après.

E : D'accord.

CMM : Mais bon si elle n'a pas lieu là elle aura lieu la semaine d'après. Et là à partir de là si tu veux c'est le nouveau top départ si tu veux, les architectes vont finaliser tous ses plans.

E : Oui.

CMM : On parle de bâtiment là, on ne parle pas de multimédia.

E : Oui oui.

CMM : Il y a encore des, donc il va finaliser tous ses plans, déposer le permis de construire et normalement dans la foulée on a l'acceptation.

E : Donc les travaux commenceraient ? En septembre ?

CMM : Oh là non, ce n'est pas parce qu'on a le permis de construire qu'on lance les travaux. Le permis de construire ça va nous ouvrir, ça va nous permettre de préparer en l'occurrence au service des bâtiments, les marchés.

E : D'accord.

CMM : Il faut savoir qu'entre la préparation des marchés et le lancement des marchés il y a huit mois qui passent.

E : Ah oui d'accord, donc c'est...

CMM : Voilà. *Pause.* Donc c'est, mais c'est quand même une...

E : C'est une avancée ?

CMM : C'est une phase décisive parce qu'à partir de ce moment-là le train est lancé, tu l'arrêtes plus.

E : Oui.

CMM : C'est-à-dire qu'après tu as des délais ça, c'est c'est clair, tu as les huit mois, et après tu as les... Mais dès le moment où on dit : « Top départ, on a les autorisations, on a le budget, on a les autorisations », là c'est une énorme machine qui se lance là, et on peut plus l'arrêter, et je me dis, si je martèle ça, c'est parce qu'on va avoir, c'est pour ça que je fais ce planning, parce que ces dates-là, toutes ces dates-là il va falloir les tenir.

E : D'accord, oui. Une fois que c'est lancé.

CMM : Après. On pourra plus argumenter en disant : « Ah ben écoutez, on n'est pas prêt », parce que tout dépend de tout le reste, donc, si tu veux à partir de ce moment-là, le moindre retard va impacter sur la date d'ouverture.

E : D'accord. Et là tous les contenus pour les dispositifs ils sont fixés où il y a encore ?

CMM : Non. Je t'ai dit ... On a travaillé sur les multcartels, on a travaillé sur les tables, on va travailler sur les dispositifs transparents.

E : D'accord.

CMM : Et chaque fois, on maquette. C'est-à-dire que chaque fois y a un document qui est fait, là on va essayer dès que possible de le présenter à Claude mais je pense que ce sera à la rentrée, après l'été, tout le tout le travail qu'on a fait, et sur les tables.

E : Oui.

CMM : Oui parce que bon Claude elle a pas participé aux réunions et il faudrait, faut avoir son aval quoi.

E : Bien sûr.

CMM : Si par malheur elle est pas d'accord on a encore du pain sur la planche. Donc voilà, donc chaque fois et ces documents-là serviront évidemment de base aux cahiers des charges qu'on va rédiger pour les prestataires.

E : D'accord bien sûr.

CMM : Mais qui auront le droit, et surtout de enfin, seront même encouragés à proposer, des, des variantes si parce que normalement ce sont eux qui connaissent leur métier et qui peuvent nous dire : « Oui vous voulez faire ça comme ça mais c'est pas, il vaut mieux faire autrement ».

E : D'accord.

CMM : Ça c'est ce qu'on attend d'eux, mais c'est des principes qu'on met en place, on sait, c'est ce que je te disais tout à l'heure, partir du global jusqu'au détail, ça c'est des choses sur

lesquelles on ne dérogera pas, après la forme, savoir si y a un ascenseur ici ou un truc là, savoir si on fait ça avec le doigt où si on appuie sur un bouton ...

E : Oui les grandes idées sont là.

CMM : Oui voilà après c'est, de la cosmétique, du cosmétique.

E : Oui.

CMM : Donc, voilà voilà.

E : J'avais juste une ou deux questions. Quand j'avais regardé le dossier de spécification, j'avais vu que dans les salles d'interprétation il y avait des diffuseurs télécommandés avec un écran tactile.

CMM : Y a plus.

E : Y a plus ça ?

CMM : Y a plus. C'est que justement c'était on s'est posé la question justement, avant d'arriver à cette dichotomie entre une projection passive et deux dispositifs puisqu'il y en a deux par salle d'interprétation, deux dispositifs interactifs, on est passé par des tas de phases intermédiaires, notamment cette espèce de, cette espèce d'écran interactif, qu'on consultait assis, avec une espèce de télécommande, sur le fauteuil.

E : Oui, tactile ?

CMM : On l'a pas mis en œuvre parce que c'était assez compliqué en fait on se retrouvait avec une, un écran tactile, qui ne servait qu'à appuyer sur des boutons.

E : Oui.

CMM : Ou à faire la souris, jouer le rôle de *pad*, c'était pas vraiment ergonomique, et puis en plus, on a jamais réussi à résoudre le problème du passage des gens entre l'écran et le fauteuil.

E : Oui, qui allait empêcher la vision ?

CMM : Parce qu'imagine-toi, tu es devant l'écran et tu es obligée de te mettre à un mètre ou deux mètres pour avoir un écran de grande taille. Donc tu es là en train de, et les gens ils passent devant toi quoi, il y a aucune raison qu'ils fassent le tour.

E : Ah oui donc là...

CMM : Oui donc au bout d'un moment tu en as marre tu casses le truc, tu vas casser l'écran, tu vas casser la tête du conservateur. *Rires.*

E : Et qu'est-ce qui a été choisi alors ?

CMM : Justement, tu vois, maintenant on est en position debout, tu vois j'ai mon écran transparent qui permet d'être, d'être... *Il montre un schéma de la salle d'interprétation.*

E : Ça c'est dans toutes les salles d'interprétation ?

CMM : Ouais.

E : Pas que la cinq, pas que la dernière ?

CMM : Il n'y a pas de salles d'interprétation dans la séquence cinq.

E : Ah oui, j'avais confondu. C'est la séquence cinq et les autres salles d'interprétation ?

CMM : Donc en fait si tu es devant tu vas pas avoir un fada qui va passer. Donc voilà pourquoi on avait abandonné ce système.

E : D'accord, et juste une autre question sur les vitrines tables. Comment vous avez résolu du coup le, parce que je souviens à la dernière réunion j'avais vu qu'il y avait un questionnaire sur : « écran transparent, est-ce qu'on met des objets en dessous, est-ce que ça va nuire à la visibilité ? »

CMM : Alors on s'est effectivement posé cette question, on est arrivé à la conclusion que si on a un écran transparent c'est quand même idiot de pas mettre des objets dessous et que vue de l'extérieur, cette table étant pas plate, puisqu'elle fait au moins 20cm d'épaisseur.

E : Oui.

CMM : T'as une vue, t'as une vue sur la tranche et donc les gens ne comprendraient pas qu'il y ait des objets partout dans la table et pas sous l'écran.

E : Oui bien sûr.

CMM : Bon parce que sinon, voilà, tu veux mettre quoi, un tissu dessous, ou alors tu vas masquer le côté mais pourquoi là et pas ailleurs, enfin c'est... Ce serait bête d'avoir une table en verre avec un côté masqué. Donc en fait on a surtout réfléchi à ça sur la table du Félibrige et il y aura des écrits, des manuscrits sous le, alors bon ce seront pas des objets, à proprement parler, cartellisés, et liés à la collection, ce sont des objets de la collection, mais ils seront là comme, décoration, pour être clair.

E : Oui, de décoration ?

CMM : Et on est arrivé à ce type d'objet parce qu'on s'est dit que c'était une projection du support écrit de l'époque de Mistral vers une projection qui est au-dessus de l'écran tactile de notre époque d'aujourd'hui.

E : Pour montrer la transition du manuscrit au numérique ?

CMM : Oui.

E : Et sinon en fait la table, ça va être du verre simple avec des objets en dessous et ensuite les écrans transparents avec les manuscrits au-dessus ?

CMM : Oui ben la table, tu sais, elle, je sais pas trop bien à quoi ressemblera cet écran mais normalement il devrait être transparent vu du haut de la table.

E : D'accord.

CMM : Donc en fait, il devrait même pouvoir être complètement invisible s'il est pas allumé.

E : D'accord.

CMM : Après il est clair que nous on a on a, on a un parti pris si tu veux, qui est de dire que si l'écran est invisible, les gens n'auront aucune, ne seront pas du tout attirés par cet écran, ils vont passer leur chemin et ils vont aller ailleurs.

E : Oui. Il faut qu'on le voie ?

CMM : Donc il faut qu'il y ait une accroche, il faut qu'il ait quelque chose animé sur cet écran. Donc il sera transparent mais avec, je sais pas encore, quelque chose...

E : Et les contenus sur l'écran viendront expliquer les objets de la table ?

CMM : Plus que ça, ça va bien au-delà, ils vont expliquer les objets de la salle et ils vont expliquer les concepts, surtout. Alors par contre, ça est-ce que j'ai ? Ah si je pouvais te montrer, si j'avais... Où est-ce que je l'ai rangé ? Ah tu as de la chance ; tu as une chance inouïe parce que je vais pouvoir te montrer à quoi ça ressemble. *Rires*

E : C'est ça en fait il faudrait une photo parce que...

Il montre des visuels de la future vitrine-table.

CMM : Voilà, la table, elle est composée de bulles, et ce sont des bulles qui se déplacent, qui se déplacent lentement, donc tu peux, tu vois, tu as, des, tu as des groupes d'objets dans ces bulles, donc tu sais pas encore trop ce que c'est, tu as des thèmes, tu as donc des thèmes, et tu as un glossaire au centre.

E : D'accord.

CMM : Donc quand tu touches une, si tu arrives à attraper une bulle car les bulles elles vont très vites ! *Rires*. Non c'est pas ça. *Rires*. En fait la table se trouve tu sais en angle, donc tu peux avoir trois personnes, qui, une personne ici et deux personnes là, qui quand tu touches une bulle, tu as un écran qui s'ouvre, la bulle reste disponible c'est-à-dire qu'une autre personne qui est là par exemple peut toucher la même bulle et avoir le même écran.

E : Oui.

CMM : Donc, dans cette, dans ces écrans-là, ces écrans sont, tu peux les agrandir.

E : D'accord.

CMM : Tu peux les tourner, tu peux les passer à la personne qui est à côté, tu vois on a rajouté des, y a eu beaucoup de discussions pour ces symboles d'ergonomie. Par exemple tu vois, une fermeture totale de l'écran, un retour : comment faire la différence ? Tu vois ? Et puis évidemment tu as, ça, c'est ce que tu vois quand tu vois la table globalement, ça, c'est la table du Félibrige, hein. Tu vois ? C'est la table en comparaison, ça va être la table du Rhône et mer, où tu as des objets de la pêche, etc.

E : D'accord.

CMM : Donc quand tu, cet écran quand il s'ouvre là tu as plusieurs sujets qui sont en haut et que tu peux faire défiler, et tu peux passer d'un sujet à l'autre en touchant.

E : Et il y a des images contextuelles qui apparaissent ?

CMM : Et là tu as, tu as effectivement un ascenseur vertical avec un ensemble d'iconographies et puis des éléments voici : « En 1854 Roumanille crée le Félibrige à Font-Ségugne ». Si tu touches ça, tu retournes sur le contexte global, voilà la même chose pour les, pour les marinières, pour la salle du Rhône et de la mer, donc les joutes, des marins et marinières, avec différents objets, là pareil, tu vois : « Modifier le contexte », on s'est attaché à avoir une ergonomie tout à fait semblable, de manière à ce que les gens aient un certain apprentissage de salle en salle, et là on retrouve un petit voilà, là, si tu veux, si tu veux, agrandir une image, tu l'agrandis ici, si tu appuies sur cette loupe, tu vas te retrouver avec l'image en grand écran, et là tu peux zoomer, quand tu zoomes en fait tu peux déplacer et zoomer donc tu peux regarder un détail de l'iconographie.

E : D'accord. Et ces images elles viennent du centre de documentation ou c'est l'entreprise qui les a ?

CMM : C'est nos collections.

E : C'est les collections, d'accord. Oui.

CMM : Oui c'est les collections, ça fait partie déjà des objets qui sont, parce que les objets qui seront présentés dans ces espaces sont déjà définis, hein.

E : Oui.

CMM : Y a un catalogue, avec, on a fourni un certain nombre d'iconographies, d'objets d'iconographies. Ah voilà, tu vois, par exemple, là, on retrouve un canotier, un canotier des joutes sétoises.

E : Oui.

CMM : Un portrait de Frédéric Mistral : « Auteur d'ouvrages », ça te permet tu vois de naviguer puis de commencer à savoir un peu de quoi ça parle.

E : Et sous chaque image, il y a un petit texte explicatif, il y a pas la notice, c'est juste ?

CMM : Non.

E : C'est juste un texte ?

CMM : Alors voilà, alors là on a, tu as, tu as un index, une indication si tu veux que tu peux mettre en route, si tu veux, pour savoir exactement ce que c'est que cette image, avec un petit cartel basique, ici, comme tu peux tourner, tu peux avoir des images comme ça et des images comme ça, donc il suffit que tu tournes ton machin. Voilà, et là il nous a donné, fait une proposition, hier sur les manuscrits, parce que les, quand tu as un manuscrit comme ça, tu vas voir le manuscrit, tu vois pour l'agrandir, évidemment, tu as toujours la loupe, si vraiment tu es spécialiste de Provençal par exemple, non mais, y en aura hein, et que tu veuilles regarder le détail parce que c'est vrai que là, c'est trop petit, donc si tu veux vraiment voir le texte tu peux l'agrandir comme on l'a vu tout à l'heure, comme sur cette image, mais si tu n'es pas spécialiste tu peux avoir dessous, tu peux avoir la retranscription et la traduction.

E : D'accord. Comme ça permet aux gens qui connaissent pas de savoir de quoi parle le texte ?

CMM : Tu vois ici il a simplement mis : « traduction française ». Traduction française... il a bien émis l'hypothèse, là on a discuté la dernière fois par exemple que la prose tu auras un paragraphe et la traduction derrière et que pour la poésie, c'est chaque vers qui est traduit.

E : Ah.

CMM : De manière à ce que tu sois pas obligé de faire trois pages derrière pour voir la traduction.

E : D'accord.

CMM : Donc là tu vois il a fait il a simplement marqué : « traduction française ». Traduction française.

E : Oui bien sûr.

CMM : voilà un petit peu la taille du truc que ça peut avoir. Là une revue qui a été faite, voilà une revue qu'on a en collection. Et là c'était l'exemple pour du, de la prose, tu vois, la prose, oui. Et puis, ça c'était quoi ça ?

E : Ça c'est les visuels définitifs ?

CMM : Ça c'était les thématiques de base, les thématiques c'est les, les thématiques, ces bulles-là.

E : Alors un mot qui est comme un mot-clef en fait, comme « création » ?

CMM : Alors tu rentres dans la thématique et alors tu rentres dans ce type de présentation où tu as plusieurs, plusieurs sujets, donc tu peux sélectionner les uns les autres. Là en l'occurrence dans la création du Félibrige, un des sujets c'est : « Les fondamentaux du Moyen Âge », « les Troubadours » etc... Donc là tu es au niveau de l'iconographie et puis voilà le Moyen âge, le deuxième, le troisième.

E : D'accord.

CMM : Hein, et là « Rhône et mer », c'est la même chose hein, transpose à « Rhône et mer », à part que là, on avait un souci parce qu'on a, un grand nombre de sujets et puis si ça déborde après il faut mettre des, il faut pouvoir faire glisser ça, ça devient un peu l'usine à gaz, donc, on ne sait pas trop, on va réduire, on ne sait pas trop, donc, voilà.

E : D'accord.

CMM : Voilà un petit peu où on en est.

Entretien du 30/11/12. 9h. Museon Arlaten. Bureau de l'unité recherche et muséographie.

Enquêtés : Deux membres de l'unité recherche et muséographie (URM)

E : Pouvez-vous me parler de votre rôle dans la rénovation du musée ? Plus précisément, comment avez-vous été impliquées dans le projet par rapport à la médiation et notamment en ce qui concerne le numérique ?

URM 1 : C'est à nous qu'a été confié la tâche du suivi de la rénovation, et de toute la programmation des collections et puis de l'écriture un peu des, des scénarios des discours, *et caetera*. Et en fait, comme notre projet, je pense maintenant vous l'avez bien cerné, comme notre projet il inclue de manière, comment dire, très très très liée, le multimédia. C'est le multimédia qui a un espace virtuel pour développer du discours, qu'on n'a pas sinon, dans les salles. Du coup on se retrouve aux premières loges en fait, pour, pour les contenus, et en fait on se rend compte que c'est difficile de différencier contenu et forme, et forme et ergonomie et conception. Disons conception on va dire intellectuelle, hein, parce qu'après ce n'est pas nous qui la ferons bien sûr, hein. Et donc on travaille avec le chargé de mission multimédia et l'AMO, donc vous avez vu l'autre jour, sur, sur les, sur la création du multimédia. On a, on a aussi, on avait proposé à d'autres unités, mais c'était peut-être trop compliqué quoi je n'en sais rien... En tout cas ça n'a pas trop embrayé derrière. Il nous semblait que le service des publics était quand même bien... Je suis désolée, ça m'énerve de voir ça. *Elle range un papier dans un tiroir de son bureau*. Le service des publics aurait dû être plus présent aussi mais maintenant ils se, mais on a travaillé ensemble au début, y a eu un moment de vide, et puis ça se remet, on commence à se retrouver à nouveau, pour certaines réunions. Et puis bon la documentation aussi mais c'est vrai que tout, on est dans une période qui est très chamboulée, tout le monde est, tout le monde est bouleversé, la documentation déménageait tous ses fonds, *et caetera* donc c'est vrai que c'est pas une période simple, tout bêtement, concrètement quoi, donc, voilà c'est pour ça qu'en fait on est un petit peu les plus concernés par le projet multimédia on va dire.

URM 2 : Avec Yves⁹⁵.

URM 1 : Oui oui oui Yves. Je parle, avec Yves, il est tellement intimement lié à la muséo qu'on ne peut pas tellement faire autrement quoi.

⁹⁵ Les prénoms ont été changés. Il s'agit du chargé de mission multimédia.

E : Justement je me demandais, comment est-ce que vous arrivez à articuler le fond et la forme ? Est-ce que vous proposez, après vous en parlez, ou est-ce que vous êtes tout le temps ensemble pour ce qui est de la prise de décision, pour tous les contenus ?

URM 1 : Vous voulez dire avec Yves ?

E : Oui.

URM 1 : Oh non, on est tout le temps, en général, quand on travaille séparément d'Yves on... C'est qu'on va mettre en œuvre des contenus, on va essayer de... Je ne sais pas s'il vous a montré le prototype, l'autre fois, de Marc⁹⁶ ou pas ? C'est nous qui avons la...

URM 2 : Mais elle était là. *Rires.*

URM 1 : Oui je suis con, c'est vrai vous étiez à la réunion. *Rires.*

E : Oui. Les multitouch. Rires.

URM 1 : Ben voilà nous à la limite on a écrit les textes, quand il y en avait. Marc ne les a pas forcément mis, mais on a écrit les cartels, c'est nous qui avons donné... On travaille séparément.

URM 2 : En fait chacun travaille séparément dans son domaine de compétences.

URM 1 : Ouais chacun reste dans son rôle.

URM 2 : On sait qu'on est limité pour tout ce qui est technologie.

URM 1 : Ah oui complètement.

URM 2 : Enfin surtout moi, sincèrement...

URM 1 : Oh non moi aussi.

URM 2 : Nous on est vraiment à la production de contenu. Et puis Marc et Yves sont surtout là pour le côté technologique. Nous on apporte des intentions et ils voient en termes de matériel ce qui est possible de faire ou pas faire et après le travail se fait à l'articulation des deux quoi.

URM 1 : Après c'est vrai qu'on est quand même assez, je vais dire vigilantes, pour pas dire pénibles, mais c'est vrai qu'on a aussi notre idée, en fait c'est plus des intuitions que des idées. Sur, non il faut, sur certaines choses, parce que nous aussi on manipule des écrans par ailleurs, dans des musées ou pas, ou peu importe, donc sur la manière dont le public peut recevoir l'info, et quelle info on voudrait qu'il reçoive, là-dessus on est vraiment sur le coup mais c'est vrai qu'après, si Marc ou Yves nous dit : « Bon alors techniquement tu vas pouvoir avoir que ça et

⁹⁶ Il s'agit de l'Assistant à maîtrise d'ouvrage.

que c'est naze », alors on va dire : « Bon ok d'accord faisons autrement et... », mais on est tout le temps en discussion. C'est vrai qu'on travaille tout le temps.

URM 2 : Et c'est vrai que nous on a un regard de candide par rapport à tous ces trucs technologiques mais...

URM 1 : Ouais.

URM 2 : Des fois justement on pose des questions qui nous paraissent, bêtes, mais qui, mettent vraiment le doigt sur, des endroits qui peuvent coïncider en termes de technologies quoi.

URM 1 : Ouais, c'est vrai.

URM 2 : Faut dire qu'effectivement l'ergonomie du visiteur et tout ça c'est vraiment super important et...

URM 1 : Mais c'est vrai qu'aussi il peut...

URM 2 : C'est l'articulation des deux quoi.

URM 1 : Ouais. Yves c'est bien parce qu'il est, il a quand même, de manière assez formidable intégré le projet du musée alors que franchement il arrivait de, de, de il ne nous connaît pas. S'il connaît le musée, parce que voilà il connaît le musée quoi, il ne connaissait pas le monde des musées, il était pas non plus super multimédia, de par sa formation.

URM 2 : Oui c'était plus la robotique sa formation...

URM 1 : Mais là, c'est vrai qu'il, je pense qu'il est quand même bien dans l'esprit. Et Marc lui, avec les diverses, avec toutes les expériences c'est vrai que c'est quand même, ça fait, ça commence. Pendant un bon moment on s'est demandé, on s'est dit bon, on a plus l'impression d'en baver que d'être aidées, et maintenant ça y est.

URM 2 : Marc c'était un peu l'empêcheur de tourner en rond, Marc.

URM 1 : Oui l'empêcheur de tourner en rond.

URM 2 : Il nous posait toujours les questions qui font mal et, du coup ça pouvait avoir un côté assez énervant parce qu'il nous titillait en permanence.

URM 1 : Je pense que lui aussi il a mis peut-être plus de temps malgré tout à rentrer dans le projet, que Yves. Yves qui passe aussi du temps et des journées entières avec nous, et depuis plusieurs années maintenant, donc il est un peu plus dans le bain. Par contre, par contre il trouve ça super intéressant pour une fois d'être du côté du maître d'ouvrage en fait.

E : Oui.

URM 1 : Parce que lui il est tout le temps aux commandes, et là c'est lui, qui nous aide à écrire des cahiers des charges, enfin. Donc il nous aidera à écrire vraiment. Là on commence, on commence à voir, un peu des choses qui se dessinent là. Et du coup je pense que c'est une bonne expérience pour tout le monde. Mais sinon, en ce qui concerne le, ouais les décisions qu'on va prendre indépendamment ouais et alors où on a jamais une seule remise en cause, ouais ... Sauf si peut-être « Est-ce que t'aurais pas une photo où on voit le diorama ? » ...

URM 2 : Ah je croyais que tu parlais de Claude⁹⁷.

URM 1 : Ah non je parle de Yves et Marc pour l'instant c'est vrai que pour les contenus c'est nous qui décidons toutes seules qu'on va mettre telle photo ou telle autre ou tel texte. Par contre, techniquement parfois y a... Le diorama il va falloir qu'on zoome comme ça, ou alors qu'on puisse bouger, qu'on : « Tu n'as pas une autre photo là ? ». Voilà, là les questions se posent, mais sur le fond c'est...

E : Donc tout ce qui est photo, images et textes en fait c'est vous qui vraiment allez les chercher dans le fonds iconographique du musée ?

URM 1 : Oui.

URM 2 : Oui.

E : Ou vous allez aussi voir du côté de l'INA ou des commanditaires ?

URM 2 : Oui on a fait, on a fait un marché qui s'est terminé il y a quelques mois. On a fait appel à un prestataire extérieur par le biais de la société Graal.

URM 1 : Oui.

URM 2 : et en fait c'est des gens qui sont allés chercher pour nous dans tous lieux extérieurs les images qui pouvaient nous faire défaut.

URM 1 : Ah ben ils sont allés les repérer pour l'instant, pour l'instant on a pas...

E : D'accord.

URM 2 : Pour l'instant on n'a rien acheté parce qu'on va acheter des droits pour diffuser des images tout en sachant que...

URM 1 : On a demandé aussi comment, comment, on achetait en fait...

URM 2 : Donc voilà, en fait on a deux trois personnes qui ont navigué un peu en France, enfin surtout Paris et aussi un peu dans la région, ici.

⁹⁷ Il s'agit de la conservatrice du musée.

URM 1 : Ouais Paris, Paca ouais.

URM 2 : Parce que nous, on a ni les moyens ni le temps, malheureusement, de faire ce boulot-là.

URM 1 : Ouais.

URM 2 : En fait on leur a donné des pistes, des axes de recherche, en fait on avait établi les thématiques, qui nous intéressent, on avait prédéfini des institutions qui pouvaient être des lieux de ressources intéressantes. Et ces gens sont allés chercher, repérer pour nous, faire une pré-sélection d'images donc on a des, une banque d'images en basse définition, on a des tableurs Access enfin des tableurs, une base de données Access, qui ont, qui répertorient tout ça pour nous. Après, charge à nous effectivement de faire une sélection plus fine, et de voir, le calendrier et le budget qu'on alloue à ça pour, on ne va pas lancer les choses concrètement tout de suite, parce que, ce serait.

URM 1 : On va pas acheter maintenant. C'est souvent des forfaits pour dix ans ou des choses comme ça. On attend le dernier moment.

E : Oui vous attendez d'avoir émis la politique documentaire ?

URM 1 : Et souvent ces images-là, elles sont censées, alors elles prennent rarement, ça peut arriver hein, mais plus rarement place dans ce qu'on appelle les multi-cartels qui sont les dans les vitrines et c'est plus pour les espaces d'interprétation, où effectivement je ne sais pas on va avoir besoin d'une Vénus Hottentote, ou du musée du Trocadéro, ou je ne sais pas, ce genre de choses, le, l'exposition universelle, de 1889, ou dans ce qu'on appelle : « Le mur de l'histoire », qui donc va longer le, qui en termes de multimédia va être plutôt simple, ça va être de la projection, mais va contextualiser un peu les périodes différentes dans lesquelles, on traverse.

URM 2 : L'idée c'est de sortir en fait du local pour donner des points de repères.

URM 1 : Et de parler de l'international, du national éventuellement, par ce biais-là, il faudra mettre une photo des tranchées, je ne sais pas un Poilu, pour dire aux gens : « Voilà vous êtes à la fin de la guerre de 14, à la fin de la séquence Mistral ». Ce genre de truc, je sais plus si j'avais ...

URM 2 : C'est sur le serveur tout ça ?

URM 1 : Le cahier des charges, Graal... Ah non c'est chez nous en fait !

URM 2 : On a énormément de moyens en fait.

URM 1 : Faut dire ce qui est...

URM 2 : Pour l'instant c'est en train de baisser malheureusement mais...

URM 1 : Ouais...

URM 2 : Ne serait-ce qu'en interne c'est vrai que le fait qu'il y ait Yves en plus de nous...

URM 1 : Ouais c'est génial, on a une AMO !

URM 2 : On a pu faire appel à des prestataires extérieurs pour ce genre de missions.

E : Oui et puis j'imagine que l'unité documentation aussi ...

URM 1 : Oui.

URM 2 : Oui. Exactement oui, il y a Agnès⁹⁸ qui peut être là sur des questions de public, il y a Florence qui est en renfort sur les questions de documentation, c'est vrai qu'on a cette chance énorme. Et puis je trouve la deuxième chance qu'on a sur ce projet multimédia c'est que, on est des techniciens, que ce soit Yves, ou nous, on sent quand même qu'il y a une confiance qui nous est accordée, que ce soient Adèle ou Claude, elles ne remettent pas en question les choix qu'on peut faire...

URM 1 : Elle nous fait rajouter des trucs ...

URM 2 : Après en termes de contenus bien sûr, c'est ce qu'on fait mais voilà. L'autre jour à la présentation quand on propose quelque chose qui est le fruit d'un travail de plusieurs mois, elles ne vont pas remettre en cause ça donc c'est vrai que ça c'est très confortable, ça ne marche pas pareil dans tous les domaines.

E : Adèle, elle était là à la réunion ? Je ne me souviens plus de son rôle ?

URM 1 : Alors elle est directrice adjointe.

E : D'accord.

URM 2 : Elle est conservateur du patrimoine aussi et en fait elle est l'adjointe de Claude. Et c'est vrai qu'elle elle suit les choses de façon plus proche, elle essaie d'être là le, à toutes les réunions de travail. Bon après elle n'a pas les mains dans le cambouis comme nous donc, elle participe à la réflexion, après nous on va vraiment produire les contenus mais...

URM 1 : Et c'est assez précieux, elle a un esprit vraiment très synthétique et intéressant...

URM 2 : C'est vrai que s'il y a un truc qui fonctionne bien au musée, c'est vrai que le multimédia ça roule plutôt pas mal.

URM 1 : Ouais, ouais c'est vrai.

⁹⁸ Il s'agit de la responsable du service des publics.

URM 2 : Chacun reste à sa place, dans son domaine de compétences, et puis au niveau hiérarchique, ça fonctionne bien aussi.

URM 1 : Ouais, ouais. *Elle s'adresse à sa collègue.* Je ne comprends pas, il n'y avait pas un truc qui s'appelait « Icono » ? Je le retrouve plus.

URM 2 : Si, si. Mais c'est toi qui, attends. Dans les marchés ?

Elles cherchent le fichier « Iconographie » sur leur ordinateur.

URM 2 : Pour l'instant, on a les sous, on a les forces vives qui font qu'on peut anticiper si ça se passe bien jusqu'au bout quoi.

E : Oui Yves m'a dit qu'il y aurait des prestataires pour faire les films.

URM 2 : Oui, voilà.

E : Donc vous êtes assurées d'avoir les compétences qui suivent ?

URM 1 : Oui.

E : Et au niveau de la refonte du site internet ?

URM 1 : C'est Amélie qui suit.

URM 2 : ce n'est pas nous qui pilotons ça du tout hein. Moi j'apporte ma petite pierre de, ben justement les rubriques qui concernent la recherche, les expositions et en ce moment, la rénovation, mais, mais c'est plutôt le service des publics, Sarah, en l'occurrence, je crois, sans en être vraiment sûre. *Rires.*

URM 1 : y a une grosse implication de la direction là.

URM 2 : Là voilà, il y a un gros projet, c'est pareil c'est transversal avec tous les sites patrimoniaux du Conseil général, il y a un projet. Mais là moi j'en parlerai, j'en parlerai très mal parce que je ne suis pas au courant de tout. Il y a les cinq sites qui vont voir leur site internet refondus d'ici 2014 je crois. Et, et en fait c'est le même prestataire qui a été lauréat du marché, qui va s'occuper des sites des cinq institutions. Et le nôtre, je crois est prévu pour 2014. Ça fait qu'il y a un petit budget, il me semble qu'on n'a pas le plus grand budget des cinq mais...

E : Oui parce que Yves m'avait dit que c'était pour 2014 mais que déjà autour de Noël il y avait des collections en ligne qui allaient être numérisées ?

URM 1 : Alors ça c'est la base de données.

URM 2 : C'est le travail sur l'OPAC web je pense. En fait je pense qu'il y a plusieurs projets parallèles qui doivent se rejoindre. Là on a bossé sur la mise en ligne, c'est quoi, c'est pour Joconde aussi ?

URM 1 : Non c'était pour l'OPAC web. Ah pour Joconde est-ce qu'on a fait des choses ?

URM 2 : Il me semble ouais.

URM 1 : Ben en fait nous on participe à l'enrichissement de notices, du coup là bon le... Alors ces vrais que ces notices elles doivent être mises en ligne, mais je ne sais pas quand. Mais bon il y a eu, on nous a proposé soixante dis notices dans le thème du Rhône, et on a, nous on a pris les champs qui nous paraissaient ... On a pris beaucoup d'objets sur lesquels on avait déjà travaillé.

E : Pour mettre en ligne ?

URM 1 : Pour mettre en ligne des notices du musée qui soient enrichies. Puisque notre inventaire à nous il est quand même fait, il est surtout rempli en termes de constat d'état de l'objet et ...

E : Oui c'est ce que j'allais dire, est-ce ce sera vraiment la notice catalographique ou est-ce qu'il y aura une scénarisation ?

URM 1 : Il faudra demander à Nadine parce que les OPAC web vraiment... Ou même Geneviève, ça n'a pas l'air prévu, mais Nadine à la documentation et Geneviève aux collections sont les deux maîtres d'œuvre de ce truc.

URM 2 : Oui de ce truc-là.

URM 1 : C'est les deux administrateurs de la base de données.

E : D'accord.

URM 1 : Oui c'est ça Nadine elle vous en parlera...

E : Alors l'OPAC...

URM 1 : OPAC web.

E : OPAC web c'est ça ?

URM 1 : Oui un OPAC c'est un module de Micromusée qui permet de mettre en ligne.

URM 2 : OPAC, c'est comme un pack ? C'est OPAC ?

E : C'est Online Public Access Catalogue, non ?

URM 1 : C'est une manière bizarre de dire ça, parce que OPAC ce n'est pas très... Enfin bref... Nous on a juste participé au modeste niveau documentation des notices, sur certains champs, utilisation, indexation et description.

E : D'accord.

URM 2 : Eh ouais sur les questions de site internet je pense que c'est vraiment le service des publics qu'il faudra interroger, parce qu'il y a ce projet de refonte globale, il y a en attendant y a une actualisation du site qui doit se mettre en route pour pendant le temps de fermeture. Et Adèle ?

URM 1 : Adèle ?

URM 2 : Adèle, ouais, qui quand même chapeaute un peu tous ces projets ... C'est vrai qu'elle peut avoir un point de vue intéressant ouais. Enfin il y a différents projets sur le site internet à plus ou moins court terme.

E : Je voulais vous poser une question un peu plus générale au niveau du multimédia, ou du numérique, comment vous envisagez son rôle en fait et son utilité dans le musée, étant donné qu'avant il y avait moins de dispositifs multimédias ?

URM 2 : Ben, moi très franchement, j'étais un peu réticente par rapport au multimédia au départ, j'avais l'impression que ça répond surtout à un manque de place au musée quoi.

URM 1 : Ouais.

URM 2 : Pour plein de raisons, enfin moi le truc qui m'a fait vraiment me dire : « On ne peut pas y couper », c'est la question de la langue quoi, par exemple. L'alternative, c'était quoi ? C'est des cartels en trois langues ? Et ... Déjà ça n'irait pas dans le propos muséographique où on essaie de faire les choses telles qu'elles étaient à l'époque, c'est-à-dire fin XIX^e tout ça, mettre des cartels papiers partout en trilingue, ça aurait été un peu bizarre et là c'est vrai que, n'y a pas d'autres solutions que le multimédia quoi, je pense.

URM 1 : Ouais. Ben, le constat de base, c'est ça. Après moi je suis peut-être un peu plus romantique que toi, c'est vrai que j'aime bien l'idée de me dire que ça m'ouvre un, comme un second musée quoi.

URM 2 : Ouais.

URM 1 : On va dire, derrière, ah. Mais je pense qu'on attend beaucoup trop, enfin on pense qu'on va mettre énormément de choses dedans et je pense qu'au final on mettra moins que... On a un peu l'impression que ça peut, ça peut ouvrir nos réserves, nos boîtes d'archives, nos, nos, mais ça ne le fera pas vraiment, enfin un petit peu mais pas autant qu'on le souhaiterait quoi.

E : Oui.

URM 1 : Ouais je pense que je suis un peu optimiste dans ces...

URM 2 : Mais moi ce qui me fait peur ce n'est pas l'outil média en tant que tel, c'est des histoires de maintenance et des trucs qui tombent en rade tout le temps.

URM 1 : On a tous vu des musées qui, où t'as un écran noir sur deux...

URM 2 : Mais dès que c'est ouvert on a l'impression que ça tombe en panne.

URM 1 : Oui et puis on sait aussi que c'est un des problèmes principaux de notre institution et de nos tutelles, et de nous je pense du fait qu'on soit à l'autre bout du département, et qu'en termes de maintenance et de régularité du suivi, *et cætera*, on est un peu les parents pauvres...

URM 2 : Ouais.

URM 1 : Et puis c'est très cher...

URM 2 : Après, c'est vrai que « l'effet écran » surajouté à la muséo ça peut être moche, mais là, la chance qu'on a, sincèrement, je trouve, même s'ils nous font chier, c'est que l'équipe d'archi qui bossent avec nous, donc la maîtrise d'œuvre sont encore plus réticents que nous...

URM 1 : Ouais ils sont assez soucieux au niveau de l'intégration.

URM 2 : Et justement au niveau de l'esthétique, ils nous bataillent toujours, ils sont toujours en train de nous embêter pour faire en sorte que le multimédia soit vraiment intégré à la muséographie, c'est-à-dire que ce ne soit pas moche.

E : Oui.

URM 2 : C'est-à-dire qu'ils nous disent toujours : « Moi votre écran je ne le mets pas tant qu'on n'a pas trouvé un moyen un peu intelligent de l'intégrer à la muséo pour que ce ne soit pas moche ». Bon parfois il y a des trucs ... *Rires*. Parfois ils nous proposent par exemple des gaines en cuir comme les cadres des multcartels.

URM 1 : C'est laid ! Nous on est là : « Non pas question ! ». *Rires*.

URM 2 : C'est super laid en plus ils l'ont déjà fait ailleurs, on a vu des images, j'ai vu les photos que tu as pris c'est super moche ! Mais en général ils nous poussent dans nos retranchements pour...

URM 1 : Ouais ouais.

URM 2 : Donc vraiment, vraiment ils nous font chier mais à la fin, on comprend qu'en fait, ils cherchent à faire en sorte que ce soit juste beau quoi. C'est vrai que le fait que ce soit intégré aux vitrines plutôt que par exemple...

URM 1 : Posé à côté ...

URM 2 : Les vitrines-tables, plutôt que posé à côté, finalement c'est un plus même si au départ on se demande si ce n'est pas pour de bêtes raisons budgétaires qu'ils repoussent ces propositions-là...

URM 1 : Oh ben non puisque c'est des dispositifs qui coûtent plus chers.

URM 2 : Ouais voilà, et en fait, en fait on comprend qu'ils cherchent à nous donner ...

URM 1 : Et c'est vrai que parfois aussi cette volonté de, d'harmoniser l'espace, de l'équilibrer, c'est, c'est, c'est important mais parfois c'est au détriment de lieux d'informations.

URM 2 : Oui.

URM 1 : Que ce soient pour des textes, pour avoir, au début de chaque séquence, un petit texte, alors au début ça devait être, c'était des écrans, c'était des machins, c'était des trucs, et finalement ça se résout à des lettres contrecollées dans un coin quoi. On est toujours en train de se battre contre une tendance à l'esthétisme...

URM 2 : Ouais.

URM 1 : Et qui est un peu normale chez les archi, et nous, au contraire, on veut donner toujours plus d'infos donc faudra réussir à trouver un juste milieu mais, on est un peu tous de mauvaise foi...

E : Oui donc les architectes aussi sont prescripteurs en termes de dispositifs ?

URM 2 : Ah ben toute façon... La répartition des choses elle est bien claire. C'est : eux fournissent et payent le matériel et nous : on développe les contenus, donc ...

URM 1 : Ouais. Mais sachant que du coup on a aussi, ils n'allaient pas acheter le matériel sans...

URM 2 : C'est sûr qu'ils sont prescripteurs !

URM 1 : Enfin c'est nous en gros maintenant qui avons pris la main sur le, pour leur dire, quel matériel et quels étaient nos besoins... Ça s'est construit petit à petit ça a été dur quand même.

URM 2 : Ouais.

URM 1 : D'autant qu'ils sont censés avoir un spécialiste du multimédia et on l'a vu que très peu en fait, il avait une mission minuscule, il est venu qu'au début et puis on l'a plus entendu parler.

E : Donc s'ils fournissent le matériel, comment ça se passe pour Marc et Yves pour faire passer aussi leur ?

URM 1 : En fait les cahiers des charges pour le matériel vont vraiment être parmi les derniers des derniers avec le soclage je crois à être écrit. Ils sont vraiment bien conscients aussi qu'il y a une évolution tellement rapide du matériel maintenant, que ce serait dommage de se priver de nouveautés...

URM 2 : Depuis le moment où on a commencé le projet, là les écrans. Ah j'ai vu un écran transparent dans une galerie, rue du 4 septembre. Effectivement je vois ce que ça peut donner, il faudrait que tu passes.

Elles parlent de l'adresse de la Galerie.

URM 2 : Et pour en revenir à cette histoire de matériel, hein ils essayent hein, faut pas non plus, voir les choses de façon trop naïve, ils ne nous imposent quand même rien, enfin je veux dire la définition du matériel elle est quand même le résultat de discussions qui ne sont quand même pas toujours faciles entre les archi et nous, donc ils sont quand même là pour, ils payent en fait le matériel qu'on leur demande de nous fournir. Même s'ils sont force de proposition, et que parfois ils n'écoutent pas ce qu'on leur dit, et qu'ils en font qu'à leur tête, ce n'est quand même pas imposé par la maîtrise d'œuvre quoi.

URM 1 : Non non.

URM 2 : Ouais, pour dire les choses bêtement. Ça fait partie du voilà...

URM 1 : Après c'est vrai qu'ils ne poussent pas forcément non plus à la dépense, enfin y a des fois nous on a proposé des choses plus simples que ce qui était...

URM 2 : Ouais ouais.

URM 1 : Au début tous les dispositifs pratiquement étaient prévus en réalité augmentée.

URM 2 : Ouais.

URM 1 : Et puis au final on s'est demandé, on s'est vraiment posé la question : « Mais quel est le plus, pour nous, d'avoir, d'avoir de la réalité augmentée ? ». C'est vrai qu'il n'y en avait pas vraiment, alors à quoi ça sert ?

URM 2 : Et puis techniquement c'est même pas possible dans tous les espaces parce qu'ils sont trop contraints.

URM 1 : Ouais déjà y avait ça ouais. Et puis c'était trop petit, et puis après il ne faut pas non plus être constamment. Donc on pense que dans la cour ça sera vraiment adapté, après ...

URM 2 : D'ailleurs, dans le pro, ils ont remis une tartine... Tu sais pourquoi ils n'y sont pas les navigateurs ? Tu sais y a un document, Yves l'a mis mais pourquoi ils n'y sont pas ? En fait y a tout un baratin dans la notice du Lot 12 multimédia, où ils disent que c'est une aberration de

vouloir dissocier matériel et contenu, et qu'il faut que ce soit tout à la charge du même prestataire. Je me demande si ce n'est pas une façon de dire : « On ne s'en occupe pas quoi » ?

URM 1 : Mais ils rêvent !

URM 2 : C'est super bizarre. Je suis sûr qu'il y a un truc.

URM 1 : On le dira à Audrey de toute façon, si on a cette réunion le 14 décembre.

URM 2 : Oui faudra que je demande à Marc.

E : Comment les architectes eux ils voient le multimédia en fait ?

URM 1 : Le plus invisible possible.

URM 2 : Ben ils voient ça comme des parasites. *Rires.*

URM 1 : Ouais, comme un truc parasite ...

URM 2 : En fait, comme tu disais, ils ont uniquement une vision esthétique des choses, le contenu scientifique en fait ils s'en fichent.

URM 1 : Y a le contenu puis le flux de visiteurs quoi. Ils sont, quand, une salle où il y a je ne sais pas combien d'objets, ils te mettent un iPad, enfin je schématise ce ne sera pas forcément ce matériel-là, mais, non, on leur dit : « Ben non, ce n'est pas possible ça, il nous en faut au moins deux et puis pas au même endroit, et bien machin ». Et ça paraît, alors, alors, qu'à d'autres endroits où il y a finalement assez peu d'objets ils vont nous proposer un truc du feu de dieu qui coûte super cher tactile, na na na...

URM 2 : En fait ils proposent ils voient si ça passe, je pense quand même à force d'arguments et batailles on arrive, enfin ils nous font confiance quand on leur dit : « Là vraiment il faut qu'on arrive à développer ce contenu, il faut vraiment ce type de dispositif ».

URM 1 : Attends et aussi quand on dit non hein.

URM 2 : On arrive à faire passer nos idées, mais c'est vraiment toujours difficile.

URM 1 : C'est un peu dans la douleur ouais quand même.

URM 2 : Et de toute façon ouais comme tu disais, ils veulent mettre des écrans transparents partout parce que pour eux moins ça se voit et mieux ils se portent quoi.

URM 1 : Ouais.

E : Oui.

URM 2 : En fait ils, tant qu'ils, quand ils n'ont pas la main sur quelque chose qui est de l'ordre de la muséographie, ils ne nous font pas confiance, alors ils essaient de le rendre le plus invisible possible.

URM 1 : Moi je trouve que finalement, le problème principal par rapport au multimédia et qui est encore un qui ne va pas être une réussite, enfin j'ai peur du résultat, c'est le son.

URM 2 : Ouais.

URM 1 : Le son c'est vraiment, vraiment un problème, à mon avis l'avenir il est là quoi : le mec qui va inventer une douche sonore de dix centimètres, il sera trop fort, et il va juste taper sur ton oreille-là tu vois, il sera trop fort ! C'est simple, c'est, nous on est là, on dit : « On veut que les visiteurs aient accès au contenu correctement donc, d'accord un casque ce n'est pas beau, mais on veut un casque ! ». Les casques au début c'était, c'était comme si on leur disait : « On va peindre les murs en rose bonbon avec des pois verts quoi ». *Rires.*

URM 2 : Mais c'était : « Mais vous n'êtes pas sérieux ! », et puis il avait une espèce de mépris, là...

URM 1 : Ouais quand on se faisait rembarrer... Alors on sait que ce n'est pas beau, on sait que c'est voilà... Une espèce de tuyau de douche pour que ce soit solide, là, bah voilà. *Rires.* Je ne sais pas... On en a vu des trucs bien...

URM 2 : Eh oui...

URM 1 : On sait aussi que du son en continu à certains endroits ça rend fou le personnel, ça peut gêner d'autres visiteurs, *et caetera*... Il faut trouver des solutions. Et ça c'est quelque chose qu'ils n'ont pas du tout pris en compte, ni étudié...

URM 2 : Ben en définitive on a quand même des casques là où on voulait des casques donc ...

URM 1 : Oui parce qu'au final ils n'avaient tellement pas pris le temps de trouver autre chose qu'ils se sont dit, au final...

E : Et pour ce qui est muséographie et scénographie de l'espace, vous voyez ça avec eux ou là aussi c'est eux qui sont prescripteurs ?

URM 1 : Oui oui... Bah ouais... Ben on aimerait bien qu'ils le soient un peu plus hein...

URM 2 : En fait ...

URM 1 : En fait ils s'arrêtent vraiment aux grosses pièces et à la et... En termes de scénographie ils s'arrêtent vraiment à l'architecture quoi... Et pas, et pas tellement à...

URM 2 : Pour l'instant, c'est vrai qu'ils ont vraiment bossé sur les problèmes architecturaux et ça fait quand même un bon petit paquet donc on ne peut pas leur jeter la pierre, mais c'est vrai que, on a commencé à parler un peu de muséo, ça a quand même vachement avancé depuis le début !

URM 1 : Je suis d'accord mais ils ne prennent pas en compte...

URM 2 : Oui oui.

URM 1 : Ils ne vont pas jusqu'au bout du processus quoi c'est-à-dire que le travail qu'on fait avec un muséographe pour une expo temporaire il est pas fait quoi.

URM 2 : Ouais... On espère toujours que ça va venir dans un second temps mais le second temps se fait de plus en plus...

E : Vous n'avez pas de muséographe officiel ?

URM 1 : Non...

URM 2 : Ben si, officiellement c'est l'archi, l'archi qui est proclamé, si tu veux il y avait, dans le groupement du concours imposé, un muséographe. Mais la compétence de muséographe est adossée par l'architecte, qui n'a pas vraiment l'expérience...

URM 1 : Aidé par un ou deux sbires, un en particulier qui est voilà, qui est sympa, qui se penche sur les questions multimédias, mais, qui reste quand même un architecte...

URM 2 : Donc voilà, c'est une grosse agence d'architecture en fait donc ils bossent voilà je ne sais pas combien ils sont sur ce projet...

URM 1 : Je sais pas...

URM 2 : Ils ne sont pas loin d'être une dizaine... Je pense, en sous-main y a des gens qui bossent dessus qu'on a même jamais rencontrés mais...

URM 1 : Oui, ouais...

URM 2 : Mais y a, ouais, quatre cinq architectes qui travaillent vraiment...

URM 1 : Bon nous on a des contacts un peu avec les mêmes tout le temps.

URM 2 : Effectivement il y en a un qui est plus muséo, y en a qui sont plus archi...

URM 1 : Mais ce n'est pas ça, moi je n'appelle pas ça de la muséo hein.

E : Vous les voyez souvent ?

URM 1 : Pas assez à nos goûts...

URM 2 : Ouais mais bon.

URM 1 : Ça dépend... Après. De ce point de vue-là, de la méthode de travail, *et caetera* on ne fait pas ce qu'on veut non plus ...

URM 2 : Ouais.

URM 1 : On a nos collègues du service d'architecture du Conseil général qui sont quand même. Au début, en fait il a été décidé de confier le budget à eux alors qu'il y aurait pu y avoir deux marchés séparés. Ce qui aurait été un petit peu mieux, que nous on soit en muséo et, en fait

c'est eux qui ont le fric quoi... Et c'est eux qui décident, et ils travaillent à leur manière. Et franchement on ne travaille pas de la même manière et ils ont sous-estimé la complexité de ce projet-là.

URM 2 : Ouais, ouais, pis surtout pour répondre à la question de : « Est-ce qu'on les voit assez souvent ? », au départ il nous était interdit...

URM 1 : Ouais.

URM 2 : Aux archi comme à nous de s'adresser directement les uns aux autres. Il fallait tout que ça passe justement par la filtre de la construction.

URM 1 : Audrey.

URM 2 : Enfin, de la DAC et c'était impossible quoi, parce que du coup elle, elle explosait en termes de charge de travail et du coup les infos passaient mal et elle ne transmettait pas alors tout le monde devenait parano. Et c'est quand même un petit pas, voilà on a le bras de fer, on l'a gagné.

URM 1 : Oui sauf qu'on a quoi ? On a un tiers des infos ? Un tiers sur ...

URM 2 : Il y a encore des choses qui nous échappent.

URM 1 : Tout ce qui est genre : « bureau d'étude *et caetera* », quand elle a besoin genre elle fait appel à nous mais y a plein d'infos qu'elle nous transmet pas...

URM 2 : Mais par contre avec les archives on bosse en direct.

URM 1 : Sur évidemment, sur toutes les négociations financières là, on est totalement tenues à l'écart aussi, enfin c'est ...

URM 2 : Mais pour ce qui est de la muséographie quand on doit s'appeler on s'appelle, ce qui nous était interdit avant, ...

URM 1 : Oui ça a quand même un peu évolué.

URM 2 : Quand on a quand même des gros moments de grosse bourre sur les chantiers muséo on s'appelle plusieurs fois par jour avec, les archis et ça se passe bien quoi.

URM 1 : Après voilà elle n'est pas au courant de tout à la DAC donc ... Ça peut poser des problèmes mais en tout cas on arrive à bosser de manière efficace, ce qui n'était pas le cas avant.

URM 2 : Oui.

E : Et quand est-ce qu'à peu près les plans définitifs seront disponibles ?

URM 1 : Ben normalement c'est maintenant.

URM 2 : Ouais normalement c'est maintenant.

URM 1 : Sauf que ce qu'on a reçu ce n'est absolument pas suffisant.

URM 2 : Ouais, pour la muséo exactement.

URM 1 : Il manque énormément de choses.

URM 2 : En fait c'est marrant parce que, je ne sais pas si vous avez regardé le pro ?

E : Oui.

URM 2 : La notice muséographique, ben en fait c'est des pièces écrites et des pièces graphiques et en fait quand on regarde les pièces écrites qui est quand même la bible qui explique, de tout ce qui va se faire, la notice muséographique ne parle que de multimédia.

URM 1 : Ouais.

E : D'accord. Parce que j'ai vu un peu les intentions éditoriales et j'ai vu le Power Point avec toutes les séquences, j'ai visité le musée hier donc je vois un peu, mais le PSC j'ai pas encore vu...

URM 2 : Ouais, voilà. Ah le pro, le pro.

URM 1 : Ah non pas le PSC, le pro, le pro.

E : Ah le pro.

URM 1 : Oui le pro justement c'est ce qu'ils nous ont vendu. Normalement on est censé faire des appels d'offres à partir de ces documents qui seront transmis aux entreprises, on est censé écrire des cahiers des charges à partir de ces documents en fait, mais c'est impossible.

E : Ah oui. D'accord.

URM 2 : Et ça montre bien que c'est sur le multimédia que les choses sont quand même le plus ...

URM 1 : Alors, « pièces écrites »... *Elle cherche un dossier dans son ordinateur.*

URM 2 : De leur point de vue, les notices, même si ce n'est pas forcément ce qui nous convient. Ouais donc c'est sur le multimédia qu'ils ont le plus bossé finalement. D'ailleurs, elle est un peu écrite avec les pieds. Parce qu'après il y a les, justement les cahiers des charges et le lot qui est consacré au multimédia est beaucoup plus cohérent que ce qu'il y a dans ce truc-là.

URM 1 : *Lit le document dont elles parlent.* Projections immersives, ni vitrines-tables, c'est-à-dire...

URM 2 : Il y a que du multimédia.

URM 1 : La vitrine murale interactive, cartel multimédia, salle d'interprétation pour projections passives et plaques...

URM 2 : Mais il y a que du matos là-dedans.

URM 1 : Et ça c'est par contre...

E : C'est uniquement le parcours ?

URM 1 : C'est uniquement le parcours du visiteur, les informations qui ne sont pas transmises par le multimédia. Les cartels...

URM 2 : En fait c'est que, parce que, on a bossé sur avec.

URM 1 : Ouais mais bon.

URM 2 : Parce que, en fait ils ont surtout besoin de chiffrer je pense, et finalement, qu'est-ce qui coûte le plus cher en muséo, c'est le multimédia.

URM 1 : Tant qu'ils n'ont pas fait le soclage à mon avis ...

URM 2 : Ouais mais parce qu'ils n'ont pas conscience des choses mais pour l'instant c'est vrai qu'ils ont bossé là-dessus ouais.

*Elles nous expliquent comment avoir accès à ces documents via la plateforme Google Drive.
Pause dans l'enregistrement.*

URM 1 : Puis bon y a des choses aussi pour nous qui sont compliquées, parce qu'avec ces propositions, puis d'un coup ça devient : « Ben je vais te mettre un écran transparent et tu vas mettre des objets dessous ». Mais nous on n'a pas prévu des objets dessous. Et puis qu'est-ce qu'on va mettre comme objets qu'on ne voit pas, entre guillemets, les trois quarts du temps ? Et puis ces objets qu'on ne voit pas, on leur fait un cartel ou pas ? Hein nous qu'est-ce qu'on fait ? On met des doublons ?

E : Oui. Ils ont quel statut ?

URM 1 : Et donc pour l'instant c'est des choses sur lesquelles on n'a pas avancé, on n'a pas travaillé parce qu'on n'a pas assez d'informations... Et ouais c'est lié aussi à la mise en place de...

E : L'intérêt des objets transparents c'est de mettre des objets en fait derrière ? Que ça, ça ...

URM 2 : Ben oui.

Elles décrivent le pro. Pause dans l'enregistrement.

E : Concernant la salle d'interprétation, puisque c'est un peu inédit par rapport à l'ancien musée, comment ça se passe, entre vous ce que vous voulez faire passer et ce qu'ils proposent ?

URM 2 : Ben là-dessus ils ont jamais remis en cause le contenu scientifique de cette salle-là, ils nous ont fait confiance, par contre ils nous ont fait plein de propositions formelles.

URM 1 : Oui il y a eu beaucoup de propositions.

URM 2 : De, très très très, variées...

URM 1 : Variées.

URM 2 : Variées ouais. Et on est passé d'un truc où c'était une salle super sombre, comme si on était à l'intérieur d'un rubick's cube en fait, avec des caissons lumineux du sol au plafond.

URM 1 : Attends, avant ça, avant ça il y avait les vraies fausses vitrines !

URM 2 : Ah oui c'était terrible !

URM 1 : Dans le concours, dans le concours y avait, nous on avait demandé un espace contemporain qui tranche avec les autres espaces dans les séquences...

URM 2 : Et eux ils nous avaient fait tout l'inverse c'est-à-dire que, le contenant du multimédia c'était des fausses vitrines anciennes.

E : D'accord.

URM 2 : Des espèces de pastiches super moches, donc ça on a dit non tout de suite. Après on est passé justement à cette espèce de truc de caissons lumineux, en plus c'était des jeux de lumières qui s'allument, qui s'éteignent, ça faisait un peu boîte de nuit. Et puis on est arrivé à un compromis et puis là pour le coup je trouve que ça a été vraiment le fruit de, de compromis, enfin de bons compromis, de conversations productives entre le fonds et la forme quoi.

E : Oui.

URM 2 : Voilà alors ils ont fait vraiment, ils nous ont jamais remis en question le contenu de ces trucs-là d'un point de vue scientifique et puis ils ont fait des propos, ils ont fait évoluer leurs propositions en fonction de nos attentes et puis des attentes aussi de, de l'architecte conseil du service des musées de France, qui est plus sur le côté esthétique qui est intervenu et là ils ont pris en compte son avis aussi et puis on arrive à une forme de compromis où, le fonds et la forme, ben ça se passe plutôt bien. Le multimédia s'est vraiment adapté je trouve, aux propos et aux goûts, aux propos et à l'ergonomie de consultation des différents dispositifs.

E : Oui.

URM 1 : Avec un truc avec, une projection passive, qui s'adresse à un petit groupe et puis des trucs plus interactifs pour une ou deux personnes avec justement la question du traitement son qui était vraiment un problème car c'est des espaces contraints.

E : Oui.

URM 2 : Et pour lesquels en fait on a été force de proposition, et, même s'ils ont plus ou moins mal vécu le truc, Yves avait des idées qu'ils n'avaient pas eues, et voilà on a fini par réussir à faire passer nos trucs et si tout fonctionne bien ça devrait, ça devrait être convenable quoi.

E : Oui parce que Yves m'avait dit, c'était, c'était en octobre quand je l'avais vu, que c'était pas encore sûr au niveau des fauteuils, des systèmes...

URM 2 : Oui voilà, alors après voilà, dans le détail effectivement ils ont des propositions de mobiliers qui sont, pour les sièges, qui sont un peu, surprenantes, pour lesquelles il faut qu'on retravaille, ben justement pour l'ergonomie, où on ne sait pas trop, leurs sièges ils sont même pas quand on voit les dessins ils ne sont pas forcément orientés dans le bon sens tout ça, simplement y a des trucs.

E : Il y a des questions d'ergonomie ?

URM 2 : Ouais voilà. Des trucs à affiner quoi. Mais pour ce qui est du multimédia à proprement parler, on s'approche de quelque chose de cohérent par rapport à ce qu'on imaginait quoi. Après on a fait des concessions aussi. Parce que nous des projections passives au départ on n'était pas forcément pour.

URM 1 : Ça c'était...

URM 2 : On avait envie voilà de surajouter du contenu et du coup ça, imposait de l'interactivité puis tout le monde, le maître d'œuvre, notre AMO, nous ont dit : « Non mais là faut arrêter, si on ne fait pas quelque chose de passif on n'y arrivera jamais ». Et du coup on a mis de l'eau dans notre vin aussi justement pour des questions d'ergonomie de consultation.

URM 1 : Mais c'est vrai que la grande règle qu'on nous fait passer c'est que « Plus c'est interactif, plus c'est individuel » en fait.

E : Oui.

URM 2 : Forcément.

URM 1 : Oui et voilà, si ça doit s'adresser à plusieurs personnes en même temps, il faut qu'il y en ait une qui ait la main et qui frustre les autres en changeant ou en faisant son propre raisonnement, son propre chemin.

URM 2 : Ben le compromis on l'a trouvé voilà on a laissé les deux comme ça tout le monde s'y retrouve quoi.

URM 1 : On a laissé les deux.

URM 2 : Nous faudra qu'on se coupe un peu les ailes en termes de contenus, on mettra moins que ce qu'on avait imaginé au départ mais, après on se dit que c'est des trucs qui sont réactualisables aussi donc ... Si on est vraiment trop frustrées...

URM 1 : Ça c'était les espaces d'interprétation où il y avait, à un moment une espèce de vitrine avec des objets de partout et y compris au plafond, dans le sol, donc nous déjà, on était assez réticentes pour des questions de conservation et puis...

URM 2 : Ouais techniquement c'est surtout que techniquement...

E : Avec des écrans au plafond et sur le sol ?

URM 1 : ouais ça mélangeait les objets et les écrans.

URM 2 : Oui, il y avait, là on voit bien qu'il y a des écrans dans le sol là... Y avait vraiment des trucs de partout.

URM 1 : Oui et puis il y avait des objets, nous déjà on n'était pas chaudes, alors à l'idée de mettre un objet là-dedans, comment tu fais ? Tu le prends sur la gueule quand t'ouvres la... ? C'était pas gérable.

URM 2 : Ouais non ce n'était pas gérable... Ce n'était pas gérable pour les objets, par contre pour le contenu, tiens...

Entretien du 10/10/2013. 13h45. Museon Arlaten. Bureau de l'unité recherche et muséographie.

Enquêté : Assistant à maîtrise d'ouvrage (AMO)

E : Voilà j'aurais voulu savoir comment est-ce que vous définiriez la façon dont vous vous répartissez les tâches entre votre travail et celui du chargé de mission multimédia et celui du reste de l'équipe du Museon ?

AMO : Ben, je pense qu'il y a, on peut dire qu'il y a deux, j'ai jamais réfléchi à ça en fait, alors, y a en tout cas l'aspect éditorial, que moi j'appelle « muséographie ». On a... Le problème des terminologies ici, en général, un muséographe c'est quelqu'un qui est proche, plutôt du programmiste que du scénographe, c'est quelqu'un qui définit en quelque sorte le scénario de l'exposition quoi, et en fonction du sujet, du contenu disponible et puis des objectifs, pédagogiques et de médiation. Donc ça, c'est dans mon vocabulaire et celui que j'ai forgé au fil de mes rencontres et de mes expériences professionnelles auprès d'un certain nombre de musées, le muséographe c'est celui qui, qui fait ça. Ensuite, la mise en espace, la scénarisation spatiale, on va dire de la déambulation et tout ça, c'est ce qu'on appelle la scénographie. Et là on pourrait faire une division, aujourd'hui (ce qui ne se posait pas avant), entre la scénographie spatiale, qui est la scénographie traditionnelle, et la scénographie numérique, ce qui est donc ce dont je m'occupe en fait. Et, déjà là, donc on pourrait, sur cette carte-là on pourrait dire que je m'occupe de la scénographie numérique et que l'équipe du Museon s'occupe de la muséographie, le cas du chargé de mission multimédia étant à part. Mais, et là-dedans le, y a le fait aussi que moi, je ne m'occupe pas de la réalisation du de, la scénographie numérique, je m'occupe de sa prescription en quelque sorte. Enfin je vais assez loin dans la conception, on le voit là, parce qu'on ne peut pas faire autrement, le, dans la mesure où il y a une espèce de feedback de la conception sur les tâches éditoriales, donc d'abord on identifie ce qu'on veut dire ensuite on voit comment on veut le dire, puis ça, on confronte ensuite à la réalité du corpus et des éléments qu'on a et comment c'est, comment on peut, et on vérifie l'adéquation de ces deux trucs-là, pour ensuite commencer les tâches de, collecte et de rédaction et tout ce qui sera éditorial, tout ce qui sera traitement du contenu en amont, sachant qu'on a préfiguré le, le traitement de cette information en aval, en définissant le fonctionnel des dispositifs numériques qu'on va mettre en place. Donc moi je m'assure de tout ça et tout ce que je fais découle de cette mission-là, donc, la préfiguration du fonctionnel, le, les questions que je pose à l'équipe, le je suis un peu le coach là-dedans pour savoir pour être sûr que, souvent si on ne fait pas attention on est en train de, on projette un truc puis on essaye de, d'aller vers un objet ou un

comportement, et sans vraiment le lier à la réalité de ce qu'on a comme information, ou ce qu'on veut dire *in fine*, de la place que tient un dispositif dans un parcours, *et caetera* donc, je suis le gardien de cette cohérence et je fais travailler l'équipe dans ce sens-là pour être sûr qu'on soit convergents quoi. Et puis du coup, j'essaie de donner une expression, aussi tangible que possible, sans rentrer dans les développements, qui coûteraient trop chers à ce stade, pour vérifier l'adéquation entre le discours et le début de mise en concret de ces idées-là. Donc et puis ben l'équipe du musée est gardienne comment dire de la, de la fiabilité, de l'authenticité de l'information, de la pertinence du discours par rapport à tout, y a toute une myriade de trucs qu'on pouvait dire à propos du même corpus et voilà. Patrice lui a une mission hybride à l'intérieur de ça, c'est que d'une part il est ingénieur donc il a, il a une mission auprès du Museon Arlaten de conseil, d'encadrement de tous les enjeux techniques, et puis dans ce sens-là il fait une partie du boulot et on a un petit peu, on pourrait dire qu'on est un petit peu redondant, c'est-à-dire qu'il y a des choses qu'il fait lui, s'il ne les faisait pas moi je pourrais les faire dans une certaine mesure. Parce qu'il va, au niveau des schémas informatiques et des trucs comme ça, il prend une partie de ces choses-là en charge, ce qui tombe bien parce qu'en général c'est lui qui est une interface plus permanente auprès de la maîtrise d'ouvrage qui est représentée par un architecte et la direction générale de l'informatique du Conseil général, puis des trucs comme ça, des gens auxquels il a l'habitude de parler donc moi ça me, je veux dire c'est vraiment écologique comme solution parce que s'il fallait que moi je sois auprès de ces gens-là ce serait beaucoup plus long et compliqué parce que je ne connais pas, je ne sais pas trop comment ils fonctionnent et que, donc, et ça coûterait donc plus cher. Et en plus il a ça mais aussi il a le, bon il participe comme tout le monde aux, aux enjeux de contenus quoi, aux enjeux. Par exemple c'est le spécialiste provençal, voilà on le voit dans ce sens-là il a un rôle de conservateur, de commissaire d'exposition, et puis, il, et puis il s'intéresse à la façon dont on va raconter les choses, comme tout le monde autour de la table. Donc comme tout le monde a une opinion là-dessus, on est, on en profite quoi, ça nous permet de faire le tour d'une question, voilà. Et voilà comment je vois la répartition des rôles, pour répondre à la question.

E : D'accord. Alors, je voulais, c'est vraiment dans un second temps... Comment est-ce que vous envisagiez l'intégration des nouvelles technologies au musée ? Quel est l'apport selon vous ?

AMO : Rires. C'est quoi cette question ?

E : Alors dans le cadre du Museon Arlaten, en fait, qu'est-ce qu'apportent les nouvelles technologies selon vous ?

AMO : Bon quand on parle de la technologie on parle du numérique. Ben j'ai un peu répondu à la question tout à l'heure, il y a, d'une part y a la scénographie numérique en quelque sorte s'oppose, complémentaire plutôt on va dire la scénographie spatiale traditionnelle, parce que, la scénographie numérique c'est typiquement une scénographie temporelle en fait. On peut faire des choses qui ne sont pas dans le temps mais en général c'est dans le temps : l'audiovisuel, l'interactif et toutes sortes de trucs de gadgets qu'on peut imaginer tout autour de ça. Donc il y a le temps et l'espace ce qui n'est pas un scoop quoi. Et puis donc, la scénographie a l'habitude de gérer l'espace c'est-à-dire autrement dit le temps et celui de la déambulation dans cet espace, tandis que, en général, le numérique il va plutôt mettre en boîte ou dans un espace confiné, un déroulement qui lui peut avoir une certaine durée, mais souvent n'en a pas et surtout s'il est interactif, n'a pas de durée finie. Il peut avoir une durée finie dans la mesure où les séquences possibles de parcours peuvent être proches de l'infini donc on met du temps là-dedans, du temps linéaire ou du temps non-linéaire, ce qui est le temps algorithmique. Et puis voilà, ça c'est le fond de la question, et ben on voit toutes sortes de bonnes raisons d'investir là-dedans parce que d'une part, ça permet de mettre des choses dans moins d'espace, hein tu mets des trucs dans une boîte dans le temps, c'est moins d'espace et t'as besoin de moins d'espace donc ça coûte moins cher, ça permet d'avoir accès au récit, à la narration, les gens aiment bien se faire raconter des histoires, ça permet de mettre en place de l'interactivité dans, de susciter l'engagement du visiteur, c'est-à-dire il est impliqué dans quelque chose, il fait quelque chose. Comme on dit : « On se souvient de dix pour cent de ce qu'on lit et de quatre-vingt-dix pour cent de ce qu'on fait », un truc dans le genre, oui enfin, c'est à peu près de cet ordre-là, donc le, là l'idée de proposer de l'action, de proposer du faire agit comme fixateur et comme ferment d'interpellation et de curiosité, voilà, donc ça, c'est ce que tout le monde raconte en tout cas moi j'y crois, et voilà, donc ça, c'est la dimension numérique qu'on peut insuffler dans une exposition, dans un musée. Dans le cas particulier du Museon Arlaten, dans la mesure où on a cette espèce de prise de tête du fait que le musée est lui-même un objet exposé là on peut, on a beaucoup moins de latitude justement pour adjoindre des appendices numériques à tous les objets exposés et puis, il faut, même pas numérique, même changer la façon dont les choses sont exposées. Alors on peut difficilement faire ça sans altérer le l'image initiale du musée. Donc c'est un peu normal que, ça va, ça va de soi quoi, que l'information soit, repoussée dans le, dans le périmètre du numérique qui lui permet de mettre beaucoup d'informations dans peu d'espace. Donc le petit objet sur lequel on a passé beaucoup de temps, qui s'appelle le multiscartel, ça, c'est vraiment le, le remplacement numérique de la cartellisation des objets, puis il y a beaucoup quoi, mais c'est, ça tombait sous le sens quoi, c'est pas, c'est

incontournable, on pouvait pas faire ça autrement. Donc ça, c'est pour le côté spécifique du Museon Arlaten.

E : D'accord. Vous avez, évoqué l'aspect réflexif en fait, le fait que le musée est aussi un lieu d'exposition des muséographies. Comment est-ce que, est-ce que selon vous le numérique va aider cette volonté de réflexivité ? Et si oui, comment ?

AMO : Oui. *Rires.* J'ai l'impression que je viens de répondre, non ? *Rires.* C'est-à-dire que ben si, oui dans la mesure où c'est la seule façon de documenter ce que les gens voient sans altérer ce que les gens voient, parce que c'est tellement distanciant déjà, non seulement ça prend moins de place et puis ça se passe tellement à un autre niveau. Donc là n'y a pas de confusion, personne va dire : « Est-ce que les tablettes étaient là du temps de Mistral », tu vois ?

E : Donc ça permet de mettre une distance si je comprends bien ?

AMO : Oui c'est ça.

E : D'accord, c'est juste la précision que je voulais avoir.

AMO : Donc ça permet de parler de l'objet sans modifier l'objet, c'est la seule façon de faire ça, correctement.

E : D'accord. Est-ce que vous avez d'autres choses à ajouter ou c'est bon ?

AMO : Ben non, je pense que j'ai, je ne sais pas, ça répond à tes questions ?

E : Oui, j'ai fini mes questions donc je vais arrêter l'enregistrement.

Entretien du 14/10/2013. 16h20. Museon Arlaten. Bureau de la responsable du service des publics.

Enquêté : Responsable du service des publics (RSP)

E : Donc en fait dans ce projet pour arriver à comprendre comment on repense la médiation avec le numérique, j'aurais voulu entendre votre point de vue en tant que responsable des publics. Comment vous avez été impliquée, vous, c'est-à-dire à partir de quand, sur quels objectifs ? Comment, par rapport à la médiation, dans le projet de rénovation, au niveau notamment du multimédia, du numérique, comment vous l'avez, au niveau de la collaboration entre les différents acteurs, comment ça s'est passé pour vous, comment vous voyez l'arrivée de cette médiation numérique ?

RSP : Oui, alors je l'ai vue arriver, c'est un sujet auquel j'étais sensible déjà, par goût personnel, et par intérêt, et en fait je me suis tout de suite mise sur le sujet quand l'équipe lauréate du projet a proposé, enfin déjà notre projet scientifique proposait un musée du musée avec un esprit un peu *period room* et que les architectes répondaient à la demande d'interprétation de cette muséographie par du numérique, puisqu'en fait eux, c'était la solution qu'ils avaient trouvée. Et donc ça, c'était en 2009, j'ai eu la connaissance du projet en 2009-2010 avant même qu'il soit ...

E : Oui.

RSP : Et en fait ça a été un moment où, y avait oui un souci de bien faire la rénovation, on savait que ça allait être long et tout ça, et du coup, alors que j'avais déjà une sensibilité à ça, j'avais eu, j'avais suivi quelques journées d'études etc. Du coup je m'y suis mise un peu plus, je me suis mise en veille, j'ai essayé de regarder ce qui se passait ailleurs *et caetera*, pour avoir des outils de compréhension de ce qu'on nous proposait. Très vite je me suis aperçue, parce qu'on n'a pas eu affaire tout de suite je crois à monsieur, qui était en charge au début de la partie numérique dans l'équipe lauréate qu'en fait le numérique, plein de gens, personnes, enfin il y a très peu de gens qui y comprennent quelque chose, que ce soit dans les conservateurs, les archis tout ça, et qu'il y a un effet de mode, et dans le premier projet y avait ce côté : « réalité augmentée partout », et en fait très vite je me suis aperçue en rencontrant des gens, en parlant *et caetera*, qu'il n'y avait pas de compréhension au fond de ce qu'était la réalité augmentée, de ce que ça allait apporter et tout ça, et du coup il me semble, enfin je pense que ça s'est fait collectivement, enfin moi j'ai le sentiment en tout cas de m'être renseignée pour savoir. J'ai très vite compris que le numérique était catastrophique si on l'utilisait pour la technologie en

fait et qu'il fallait, c'était l'objectif d'interprétation qui conditionnait en fait la technologie que ça appelait, et pas l'inverse, et très vite je me suis aperçue qu'il n'y avait rien de plus déceptif, comme on dit, pour dire un mot à la mode, qu'un lieu où il y a du numérique où on voit que c'est du foin, que c'est de la poudre aux yeux, ou bien des trucs qui ne marchent pas, parce que très souvent c'est ça, des projets où il y a beaucoup de numérique, et on arrive, machin, et qu'il fallait un peu, porter un peu plus d'attention à ce que proposait l'architecte, pour voir où c'était pertinent, pourquoi. Et qu'au final il ne fallait pas du : « toute dernière technologie », et que parfois il pouvait y avoir des technologies beaucoup plus simples (même si elles étaient numériques), qui sont simplement du film ou de la vidéo, et tout ça, et que ça remplissait l'objectif, et qu'il fallait penser en termes d'objectifs. Et j'ai la sensation que j'ai eu ce regard-là dans l'équipe, mais je pense que c'est toute l'équipe qui a eu ce regard-là, me semble-t-il, voilà. Moi, j'ai, moi j'avais pas peur de ça, contrairement à d'autres qui ne connaissaient pas, cet univers, ça ne m'a pas fait peur et en fait quand c'est bien utilisé, c'est vraiment quelque chose d'extraordinaire et du coup j'avais envie qu'on arrive à ce degré-là d'excellence, voilà. Mais d'autant plus, bon ça part un peu dans tous les sens, c'est pas grave ?

E : Non au contraire c'est très bien.

RSP : Parce que les idées viennent au fur et à mesure. D'autant plus que du côté : « service des publics », la difficulté qu'on avait, ancien musée, c'est qu'en fait le discours était devenu complètement décalé par rapport à la muséographie qu'on avait sous les yeux. C'est-à-dire que, dans le discours qu'on portait au public, y avait une grande part d'interprétation, de prise de distance, *et caetera*, mais dès lors qu'on n'était pas avec de la, un médiateur, ou une médiation accompagnée, un visiteur libre, ben la muséographie qu'il y avait c'était du fin XIX^e quoi, sans prise de distance. Y avait aucun endroit où on disait : « Attention, ce qu'il y a écrit... », quand il y avait la petite affichette j'y pense encore, sur le berceau de Mistral, j'allais dire le tombeau (tout le monde l'appelle le tombeau car il était mis en scène comme un tombeau). Sur le berceau de Mistral il y avait un panneau qu'avait fait installer la femme de Mistral, un cartel où il y avait écrit : « Visiteur salue pieusement ce berceau, c'est le berceau du... ». Nous évidemment on l'avait gardé dans un souci de : « musée du musée », c'était très intéressant, mais sauf qu'il n'y avait nulle part écrit que ce qui avait écrit ça avait été installé par Mme Mistral *et caetera*. Et donc, on avait dans le livre d'or des mots des gens qui nous disaient : « Ouais c'est une honte, au début du XXI^e siècle de demander au public de saluer pieusement ! », *et caetera*. Donc pour moi, j'étais très gênée par l'ancien musée, parce qu'on apportait toute la partie contemporaine, interprétation, patrimoine immatériel, et que la muséographie, ne montrait rien de ça. Il y avait

une dichotomie entre le discours et le musée en fait. Et du coup, comme cette part d'interprétation elle est très immatérielle, elle est par des documents vidéos, des documents photos tout ça, ça ne pouvait être que le numérique qui pouvait porter autant de médias différents. Et du coup pour moi c'était une très bonne solution, pour montrer toute cette partie-là immatérielle qui au final vient enrichir et interpréter la muséographie matérielle et d'objets. Voilà. Après la partie publique, ça je ne sais pas parce qu'après il y a des catégories de public, il y a un peu des j'ai l'impression des fantasmes sur le numérique et les publics, on dit que les personnes âgées n'utilisent pas et puis y a d'autres études où on dit que les seules personnes, par exemple au musée de Nantes, qui font tous les multimédias en entier, c'est souvent des personnes âgées, et enfin, je ne sais pas, après c'est tellement en évolution par rapport à la société, ce qui était vrai y a cinq ans n'est peut-être plus vrai maintenant et. Après ça parle de technologie, faire glisser son doigt sur un écran, pour chercher un contenu, quand le projet a été proposé, peut-être que tout le monde n'avait pas le réflexe, mais cinq ans après, y a peut-être moins de gens qui ne l'ont pas, enfin je sais pas, voilà. Et puis moi ce qui m'a beaucoup angoissée en revanche, c'est que je sentais bien que...

Quelqu'un entre dans le bureau et échange quelques mots avec le RSP.

RSP : Oui, moi ce qui m'a fait peur c'est, je savais que la rénovation allait être longue, même si au début on pensait qu'elle serait plus courte mais je savais qu'elle allait, et les architectes, au final, j'allais dire, comme les gens qui ne connaissent pas forcément le numérique, je ne sais pas, faisaient, essayaient d'imposer d'abord une technologie et ensuite on y mettait des contenus. Or le musée je savais très bien qu'on allait le penser au moins cinq ans, voire à dix ans, car au final ce sera dix ans, et que c'est super flippant d'essayer de se battre pour pas faire passer la technologie d'abord. Parce que si on pense la technologie pour 2011, on est forcément obsolètes pour 2018 quoi. Même sans être sûr sur toujours de la nouveauté, ça ne veut pas dire qu'il faut qu'on fasse sur la nouveauté de 2018, mais je me souviens que j'avais fait le salon du patrimoine culturel *et caetera*, et la question que je posais toujours aux professionnels c'est : « Dans quel sens va votre recherche ? Qu'est-ce que vous essayez de ? », les et les fabricants, de, pour savoir où ça allait aller pour l'avenir. Est-ce que c'est plus sur la miniaturisation, est-ce que c'est plutôt tel type de technologie, pour savoir quel est le sens de l'histoire un peu quand même. Voilà. C'est un peu du vrac.

E : Et comment est-ce que vous pensez que les médiateurs vont s'approprier les outils numériques, pendant la médiation ? Et s'ils vont le faire, comment est-ce qu'ils vont le faire,

est-ce que vous le pensez déjà à ce stade-là ou est-ce que vous attendez d'en savoir plus sur les outils choisis avant de penser à des actions de médiation ?

RSP : ça me fait un peu peur... Alors ! Il y a une chose qui est claire, c'est que les médiateurs très souvent quand même, ils sont dans des contextes de médiation quand c'est de la médiation physique, avec du des groupes. Et vu la configuration des tailles de pièces du parcours muséal, je sais très bien que le numérique il sera installé dans le parcours mais il ne sera pas pour les groupes. Je veux dire on ne peut pas mettre trente gamins autour d'un écran. Or l'écran va attirer les gamins, et tout de suite je me suis dit il faut qu'on puisse avoir une compensation pour les groupes, parce que c'est justement un public qui va être sensible à ça, or il va être frustré en faisant le parcours dans le musée. Et donc il faudra penser des choses pour eux. ça me fait penser, alors je reviens un peu à la question d'avant mais ce n'est pas grave, mon, notre implication et mon implication donc, au nom des publics, le seul souci c'est que elle n'est pas, elle n'a pas été aussi importante que le temps alors j'ai été, je suis invitée, à tout suivre *et caetera*, simplement le hors les murs et notamment cette année : « Marseille Provence 2013 » fait que très souvent je ne peux pas y être. Et là je suis très contente qu'on termine l'année 2013 parce que j'ai un peu décroché, notamment des réunions, je vais à une sur deux, ou, au début de l'année 2013 je crois que j'en ai fait aucune parce que je n'avais pas le temps tellement on était pris par le reste. Et du coup je ressens très fortement ce que j'avais pressenti avant de commencer le hors les murs, parce que je l'ai vu venir depuis longtemps. Moi j'ai été recrutée en 2006, on savait qu'il y allait avoir le projet de rénovation, donc c'était pour accompagner la, le hors les murs et la rénovation du musée. Et je savais très bien qu'il y avait un équilibre à trouver, surtout qu'on avait la chance d'être dans un musée où le service des publics n'arrive pas une fois que tout est fait, parce que franchement y a plein de musées où ça se passe comme ça. Pour une fois, on n'est dans un musée où on n'est pas la cinquième roue du carrosse, mais où on peut être dès le départ du projet, et qu'il y avait un équilibre à trouver entre le hors les murs, et la rénovation, et qu'autant j'ai peut-être été un peu plus présente au début, autant j'ai décroché avec l'arrivée de MP 13, et autant je vais pouvoir me remettre plus dans la rénovation et notamment avec les équipes de médiateurs, parce qu'au final, en début de rénovation c'est surtout moi qui ai suivi, peu les médiateurs, et que, on aurait dû être beaucoup plus présents sur les contenus, prendre en charge les contenus, et la réalisation des modules « jeune public ». Alors qui dit « jeune public », forcément ça bascule sur le service d'action culturelle, mais au final, c'est le moyen de rentrer dans la rénovation du musée, c'est le premier pas, mais il faut que tous les médiateurs s'y mettent. Cela dit, donc pour revenir aux médiateurs, « Vol sans effraction » c'était aussi une façon d'amener le numérique dans la vie des médiateurs, ce qui

est pas le cas pour l'instant. Mais en fait c'est plus, plus que « Vol sans effraction » et le numérique, parce que j'ai commencé à pousser déjà, à être sur du multi-support et pas toujours sur du support papier et tout ça en fait, le numérique ça peut être des choses très, c'est pas forcément l'écran tactile. Et je sais que par exemple sur notre, sur la médiation qu'on a pour : « Une rentrée en images » qui est l'événement, « public scolaire » des Rencontres d'Arles, y avait une séance qui était, qui avait été conçue une année pour, pour, sur la mémoire ouvrière des ateliers SNCF, avec lectures de paysages et tout ça, des ateliers, et je sais que, c'est moi qui leur avait suggéré et ça avait été fait, c'est que pour qu'en fait s'ils avaient un problème c'est que les enfants, les classes étaient très surchargées dans la journée, et qu'ils avaient du mal à tenir leur attention aux ateliers SNCF. Et du coup, on avait rajouté des éléments de scénographie, alors, médiation, et qui était un coup de fil, qu'un médiateur, se faisant passer pour un ancien cheminot, passe au médiateur, qui fait la séance scolaire, mais le médiateur, dans la narration, le médiateur ne peut pas répondre et passe le cheminot à l'un des élèves en disant : « Répondez à ma place », et c'est un cheminot qui doit intervenir. Pour moi je le compte aussi dans le, pas dans le numérique mais dans le support, dans le multimédia. Voilà, oui en fait, voilà. Plus multimédia que numérique.

E : La diversité ?

RSP : La diversité voilà, faire entrer, sortir du collège, papier enfin qui était un peu l'histoire de la médiation des années quatre-vingt, qui n'était pas le cas ici mais, la médiation elle vient quand même, surtout qu'elle vient surtout au départ du, des arts plastiques, très souvent. Dès qu'on parlait atelier c'est atelier de pratique artistique. Et l'idée, c'est comme on veut parler d'un musée de gens et tout ça, eh bien y a un tas de médias qui nous permettent d'intégrer à de la médiation voilà. Donc « Vol sans effraction » c'est un test, d'utiliser ça, ça nous permet de tester, ben la difficulté au quotidien, un médiateur, on est face à un groupe on a une difficulté matérielle, parce que ne rêvons pas, le numérique c'est aussi des difficultés matérielles, le truc ne s'allume pas, je dois rebrancher, et c'est difficile d'être en même temps avec le public et de devoir. Et ça on le teste avec « Vol sans effraction », où les moments où ça marche et où ça peut et apporter vraiment quelque chose, enfin voilà. Pour moi c'était une façon de commencer à, à...

E : Ça venait de vous « Vol sans effraction » ?

RSP : Ouais.

E : C'est vous qui l'avez proposé ?

RSP : Ouais.

E : Pour alimenter le hors les murs en fait ?

RSP : Oui. Pour plusieurs choses. D'abord c'est pour pas être sur un registre classique, pour être sur quelque chose d'un peu décalé, pour être sur un jeu, je crois beaucoup à la vertu du jeu, voilà. Pour intéresser des publics qui sont plus éloignés de la culture que le public classique. Très clairement ça s'adresse à un public pas forcément amateur de musées, et c'était pour, annoncer la rénovation du musée, puisque ça parle quand même de la rénovation du musée, d'une façon un peu différente, et pour notre public habituel, commencer à leur dire que, ben en fait c'est le numérique enfin apportera des choses dans le futur musée aussi. C'est autant pour le public traditionnel, pour mettre un peu de numérique dans leur vie, dans leurs pratiques de, d'amateurs de musées, que pour des nouveaux publics, pour leur dire : « Mais vous savez ce n'est pas parce que c'est un jeu et que c'est numérique que ça ne peut pas être un musée qui dit des choses sérieuses avec ... ». Il y a un peu les deux aspects. Et en ça, je suis assez contente de l'expérience, puisque très clairement, on avait vraiment un public, notre public traditionnel de musée qui est venu voir les vidéos, pas jouer, mais voir les vidéos de récompense de ceux qui jouent, ils n'ont pas forcément pris les manettes, et dans ceux qui ont pris les manettes ils y en avaient qui disaient : « Eh quoi un musée, c'est un musée qui a fait ça », donc voilà ça m'a fait plaisir.

E : Donc une autre image ?

RSP : Ouais. Après c'est difficile et vraiment le les, les médiateurs face, faire face alors qu'on est avec des gens, à des difficultés technologiques, c'est super chaud. Et ça il faudra le gérer pour le futur musée. C'est vraiment très difficile, moi ça m'a fait vraiment me dire : « Attention à la maintenance, attention à tout ça et tout ». Un cartel, vous prenez de la colle vous le remettez quoi, un truc numérique, ça ne marche pas, vous avez l'air con.

CT : C'est les médiateurs qui seront dans l'accompagnement⁹⁹ ?

RSP : Ben au final dans le musée il y a aura les gardiens et les médiateurs au quotidien, donc ils auront forcément à faire face à ça. Il faut essayer d'anticiper ces trucs-là.

E : Et pour ce projet vous aviez travaillé avec Quentin et dans le musée c'était plutôt Yves et Marc aussi les collaborateurs de « Vol sans effraction » ? Ou c'était juste ?

RSP : Non, Marc pas du tout.

E : Pas du tout.

⁹⁹ Cécile Tardy assiste à l'entretien.

RSP : Pas du tout lui il est vraiment sur la rénovation du musée, Yves oui pour les aspects techniques et les liens avec la DSIT¹⁰⁰. Voilà. Après c'est vraiment un projet de médiation, c'est un événementiel donc ça a été un peu l'histoire du service des publics.

E : D'accord. Je voulais revenir, vous avez parlé de voilà, que vous avez besoin de dispositifs compensatoires pour les groupes.

RSP : Ouais.

E : Est-ce que vous pensez à un dispositif précis, un dispositif numérique ou là c'est justement vos enjeux de chercher ?

RSP : Alors, déjà je pense que, et ça déjà je pense que dès le début des réunions avec Marc et Yves, des réunions multimédias, non pardon, « muséographie numérique », dès le début des réunions j'ai dit : « Mais attends, moi il me faut, parce qu'en fait, avant de penser aux différents lieux où là y aurait ça, là y aurait ça », tout de suite Yves, et je crois qu'on avait rencontré une société pour ça, on réfléchissait à la façon de mettre tout ça en réseau, et tout de suite moi je lui avais dit : « Il faut que dans les salles de médiation, il faut que je puisse avoir accès à tous les contenus du musée, parce que comme les groupes, les classes ne pourront pas y avoir accès dans le musée, il faut quand même que je puisse leur mettre à disposition ». Et donc, j'ai tout de suite demandé et ça, il fallait le mettre au stade du programme avant même le concours, d'être en réseau, dans les salles de médiation tout de suite, en termes d'équipements pouvoir avoir des salles qui puissent être des salles avec du numérique, tout ça. Donc cet aspect-là pour les groupes, j'y ai tout de suite pensé. En termes de contenus, après il faut que dans la forme on arrive à trouver un truc pour que ce ne soit pas genre le médiateur qui met « play » et qui montre. Bon après c'est des astuces de, d'ergonomie, de déclenchement, qui font que voilà, ils traverseront le musée les petits donc ils verront qu'il y a tout ça, et il faut que même si, c'est collectivement il faut que dans la classe... Dans la classe ? Mon dieu quelle horreur ! Dans la salle de médiation, ils puissent accéder au contenu mais avec un côté un peu plus sympa que juste un médiateur qui appuie sur un bouton quoi. C'est pour ça que l'expérience du Mont Beuvray m'intéressait bien. C'est le Mont Beuvray, avec le jeu ?

E : C'était quoi comme expérience ?

RSP : ben en fait ils ont utilisé une numérisation du site antique, pour faire une salle collective notamment pour les classes, moi je réfléchis beaucoup à l'usage collectif du numérique dans les musées. Et il n'y a pas, pas beaucoup de réflexion dessus, de, de pensées. Et en fait donc,

¹⁰⁰Direction des systèmes d'information et de télécommunication.

dans cette salle ils ont fait une, au lieu de voir tout bêtement la numérisation du site antique, ça se fait après la visite du musée, avec les classes, dans la modélisation ils ont placé des objets que les petits ont vu dans le musée, et au lieu simplement de, d'avoir fait faire un film, 3D avec la numé, avec la modélisation, ils ont des boîtiers, tous à leurs chaises, et y a un petit côté scénarisation qui fait que, bon ben y sont sur la voie principale, antique, allez à droite ou à gauche ben tout le monde appuie sur son petit machin et c'est, ils vont du côté où il y a le plus de gens qui... C'est tout con parce qu'au final ils font à peu près tout le site, mais ça les rend ...

E : C'est une navigation comme les jeux vidéo en fait ? C'est une interface qu'ils connaissent ?

RSP : Voilà. Oui. Genre un peu même les livres dont vous êtes le héros, y a d'autres ça hein : « allez à droite » ou « allez à gauche ».

E : Oui à la première personne ?

RSP : Sauf que là c'est en collectif. Mais du coup je trouve ça intéressant parce que du coup ils ont traité la question du collectif d'une classe, avec le numérique.

E : Et est-ce que justement face à ces envies dont vous parliez voilà, de faire en sorte que la médiation numérique soit collective, il y a des choses que vous avez demandées en réunion ou dans la collaboration, soit en termes de choix de dispositifs techniques, soit en termes de contenus ? Est-ce que vous avez demandé des choses ou au contraire vous êtes arrivée et vous avez parlé ensuite de tout ça ?

RSP : Alors en termes de contenus : oui, mais ça, c'est fait depuis le début des réunions du projet. *Son téléphone portable sonne. J'ai oublié d'éteindre.*

Elle répond au téléphone, pause dans l'enregistrement.

E : Oui voilà, est-ce que vous aviez des demandes particulières ?

RSP : Ou que j'ai portées dans les réunions ?

E : Oui, en contenus ou en dispositifs.

RSP : En contenu oui mais ce n'est pas forcément en réunions multimédia que ça s'est vu, mais c'était dans les réunions sur le projet en général et sur le futur parcours, c'est-à-dire que, « recherche muséo » on s'entend très bien, et nous et s'il y a des objets qui sont super importants pour la médiation, moi je leur ai dit : « cet objet il faut absolument qu'il soit dans cette vitrine, telle thématique... ». Donc l'échange au final ce n'est pas spécialement dans le numérique, mais il n'y a pas de « contenus numériques » à proprement parler, mais c'est des contenus du parcours. Et là ça fait très longtemps, ça a toujours marché comme ça, même pour des

expositions temporaires, ou quand on a refait le mini-musée et tout ça, le service des publics est toujours interrogé sur les objets, les thématiques et tout ça, et ça nous est arrivé souvent d'amener des thématiques parce qu'on sait que c'est des trucs qui marchent bien quoi.

E : Et également dans des contenus éditoriaux qu'il y a dans les tablettes ou les multicartels est-ce que vous avez dit : « Il faudrait qu'il y ait, telle image, ou telle vidéo ? ».

RSP : Oui, sur les langues, j'y ai vachement réfléchi, avec le numérique, et notamment, en fait ça a été à un moment d'absence, ça faisait des années que je me disais « faut que ce soit trilingue, faut que ce soit trilingue, faut que ce soit trilingue », et puis il y a eu un moment où j'ai été absente du projet c'était le montage de « Vol sans effraction », au début de Marseille Provence 2013, et je crois que t'étais là hein, c'était au printemps, tout d'un coup j'apprends que les multimédias vont être monolingues, c'était même monolingue au début, et qu'ils avaient pris la décision avec Bernard, alors que ça faisait des années, que pour moi c'était acquis quoi, le problème c'était le choix des langues, et là j'ai fait : « Argh ! Mais ce n'est pas possible qu'on crée un musée pour 2018 ». Alors on m'a dit, on m'a demandé de rechercher les textes où c'était trois plutôt que deux langues, et tout ça. Je pense que j'ai un peu bluffé, je sais plus, enfin j'ai trouvé des trucs où il fallait que ce soit trois langues, et ils ont accepté de revenir dessus, alors que c'est, avec les architectes... Mais en fait je ne pense pas que c'était qu'ils étaient hostiles à trois langues, c'est juste qu'y avait personne pour rappeler et dire : « Attention c'est super important ! ». Je veux dire on est quand même un musée qui a, on est un des seuls musées, on a cinq, on a plus de 50% d'étrangers, on est le musée d'Arles où il y a le plus d'étrangers. j'ai dit mais ce n'est pas possible je veux dire, si, vous prenez un petit musée associatif du fin fond de la Creuse, je veux bien, et encore c'est déjà obsolète, j'ai dit : « Il faut au moins trois langues et tout », et ça a marché. Non c'est super parce que, alors pas sur tout hein, il y a des trucs sur lequel j'ai essayé puis ça a pas marché.

CT : Et c'est quoi les langues ?

RSP : Alors, c'était le drame. Moi je voulais : français, anglais, italien, parce qu'y a beaucoup d'Italiens *et caetera*... Mais j'avais entendu dire à l'office de tourisme *et caetera*, qu'ils visaient vachement le public espagnol, que c'était un public d'avenir avec l'Amérique du Sud *et caetera*, et un peu à contrecœur, alors j'ai téléphoné à Denis, tu as compris, et je lui ai dit : « Alors toi tu as choisi quoi pour l'extension ? ». Il me dit : « Français, anglais, italien, mais italien parce qu'on a un musée d'art antique romain, mais sinon j'aurais choisi l'espagnol, si ça avait été un autre musée ». Georges passait par là je lui ai dit : « Ah au fait les langues ? », enfin je me suis un peu, j'ai fait le tour des crémeries, je me suis dit : « Bon ben d'accord, espagnol, visiblement

c'est l'avenir ». Et il y a une semaine j'ai bouffé avec le directeur de l'office de tourisme, je lui ai dit : « Ah ça y est, on a les trois langues la... », « Espagnol ? Mais c'est ridicule espagnol, il y a 13% d'Italiens, les Espagnols c'est à peine si ça arrive à 8% c'est bien », je lui dis : « Oui mais dans l'avenir ce n'est pas ce que vous voulez développer et tout ça ? », il me dit : « Si mais c'est surtout les Brésiliens alors... », je me suis dit peut-être que j'ai fait faire une connerie en disant espagnol. Je sais pas...

CT : Et dans les 50% d'étrangers, il y a plus d'Italiens ?

RSP : Oui mais c'était en quatre-vingt... D'abord c'était en 99, en 2009, et en plus j'essayais de voir les tendances à l'avenir. Ah c'est sûr que c'est majoritairement des Italiens, quoiqu'au Museon Arlaten, c'est japonais, japonais, américains.

E : Oui il y a beaucoup d'Asiatiques ?

RSP : Beaucoup d'Asiatiques, Chinois, c'est le seul endroit où on voit des Arlésiennes et tout ça. Donc j'apporte, j'arrive à amener des choses. Ben vous avez vu quand, enfin, bon parfois je conviens que parfois mes idées, c'est très brainstorming, voilà c'est ça que je voulais dire, ces réunions, parfois je dis des choses puis je réalise en les disant que c'est un peu con, ou à la réunion suivante on me fait comprendre que non et tout ça mais parfois quand c'est pertinent où tout le monde, vous avez vu on argumente et tout ça et les gens en conviennent.

E : Oui c'est très interactif.

RSP : C'est très interactif, ouvert et tout ça et...

E : Est-ce qu'il y a d'autres contenus particuliers que vous avez vraiment demandés, plutôt dans les, plutôt des contenus qu'il y aurait dans les tablettes, que vous auriez voulu ajouter les choses.

RSP : Oui alors moi il y a la partie « enfant » et alors c'est très rigolo. Vous avez vu le débat qu'il y a eu sur la difficulté à interpréter, enfin, des salles d'interprétation ?

E : Oui.

RSP : C'est assez rigolo parce que dans le musée dans le parcours par exemple c'est nous qui avons, qui implantons aussi un parcours tactile. En fait dès qu'il faut ajuster, y a le service des publics pour essayer d'apporter des compensations *et caetera*. Et du contenu numérique, enfin moi je trouvais que c'est bien d'en avoir aussi pour enfant. Enfin, pour enfant... Surtout que moi je me mettais à la place de parents hein, j'ai le côté : « mère de famille », les salles d'interprétation et même le futur musée, intellectuellement, il est super dur, je trouve que c'est un, on ne réalise pas et d'autant plus les salles préledes le discours est compliqué quoi, ça

réclame des connaissances et un *background* culturel assez important, et je trouve que c'est un musée qui ne sera pas facile quoi et donc je suis toujours à essayer d'apporter la voix d'un public élargi qui n'a pas fait bac plus sept en archéologie quoi. Et, et du coup je pensais aux salles d'interprétation, qui vont être assez difficiles, parce qu'on va demander aux gens de prendre une distance critique par rapport à la scénographie de ce qu'ils ont vu, ce n'est quand même pas, on sera plus devant, enfin c'est la base de la médiation, on commente ce qu'on a devant soi, or là dans les salles d'interprétation on va apporter du contenu sur les choses que les gens ont vues, donc déjà c'est compliqué. Et je me disais, tous ces gens qui viennent en famille et tout ça, ça veut dire que ceux-là n'auront jamais accès à l'interprétation puisqu'en salle d'interprétation avec les enfants ça sera intenable, et en plus, on sacrifie ce discours-là pour les enfants, c'est-à-dire, et alors il y a eu un débat dans la dernière réunion et du coup je me suis dit : « C'est dans les salles d'interprétation qu'il faut développer des modules numériques spéciaux pour enfants ». Et notamment aussi moi derrière la tête j'avais toujours l'idée qu'un bon, quelque chose qui est bien fait pour les enfants marche pour plein d'adultes donc ...

E : Oui je me souviens de cette réflexion.

RSP : Ouais, enfin moi j'aime bien les dispositifs, enfin pour moi et pour ma culture quoi, enfin quand c'est bien fait, c'est vachement bien. Et on parlait de ce que ça pouvait être et tout et tu te rappelles ? C'est marrant, à un moment y a je sais plus qui a dit : « Mais c'est trop compliqué pour les enfants, est-ce que ce n'est pas plus simple, d'interpréter, des objets du patrimoine, tout ça ? », je dis mais « justement ! » c'est le contraire ! C'est là tout l'enjeu, si on ne veut apporter des modules d'interprétation pour enfants que sur ce qu'il y a de facile et que le difficile on se dit que : « de toute façon ils seront à côté », ben au contraire, ça veut bien dire que c'est là qu'il faut faire quelque chose. Voilà, bon après, il va falloir arriver à le faire, c'est bien parce que du coup ça va impliquer, ça va nous ré-impliquer dans l'équipe tout ça. Parce que c'est vrai je pense que « Recherche et muséo » nous attendait vachement sur les rédactions de textes, tout ça, beaucoup plus que ce qu'on a été présents. Je pense ils ont été un peu déçus par ...

E : Parce que la rédaction des textes ça a été fait par l'équipe recherche et muséo uniquement ou vous l'aviez fait ensemble ?

RSP : Ils sont en train de, en général, pour le musée, il y a plein de réunions où on n'y est pas et tout ça et je pense qu'il va falloir, plus s'impliquer, plus être là, de même que, ouais, dans le musée j'ai vachement défendu le fait qu'il faille qu'on ait un guide des collections, enfin, un guide général du musée quand on ouvrira quoi. Et donc forcément les choses je dis il faut, il faut absolument, forcément Martine avec son, me dit : « Bah t'as qu'à t'en occuper alors ! » et

forcément, voilà... Mais, c'est très, ça se passe de façon très, de toute façon, il y a beaucoup de respect et tout ça.

E : Et est-ce que vous avez eu des demandes particulières à adresser aussi pendant ces réunions « muséographie numérique » en termes de dispositifs, de supports ?

RSP : Oui alors surtout dans l'espace prélude, j'ai eu le, vous étiez aux réunions sur l'espace prélude, la table du Félibrige et tout ça ?

E : non j'étais à l'étranger à ce moment-là.

RSP : Mais en plus, c'est l'intro du musée, et y a un moment où j'ai dit : « Mais attendez-vous à faire fuir les gens quoi ». C'est, au début je me rappelle que les premières réunions 2009-2010 c'était quasiment une vitrine thématique : « Les cercles savants marseillais », « Les Pré-félibréens » enfin des trucs... Vraiment... c'est là que j'ai dit « attendez », à moins de faire une billetterie au QI... Et encore, enfin je voulais être choquante, je veux dire, ce n'est pas possible d'être à ce niveau-là de, et c'est vrai que notre service on a cette expérience, plus, par exemple que Claude du grand public, et que nous les questions auxquelles on a affaire. Quand ils étaient là aussi sur le module sur les langues, moi je voulais absolument qu'il y ait une carte tactile du musée, mais en fait elle était tactile, mais pour moi je la pensais pour tout le monde. D'abord j'ai toujours été fascinée par les cartes, vous savez, les cartes en relief là, et je trouvais que dans la cour, en intro du musée, il fallait situer la Provence, mais même très largement : le Rhône, Marseille, Arles, les Alpes, l'Italie, l'Espagne, quitte à mettre l'A7, parce qu'il n'y a rien à faire, l'A7 et l'A9 c'est des repères pour les gens, et ce n'est pas grave, et tout ça et en fait là j'ai, on a dû céder, ça n'a pas marché l'histoire de la carte, on m'a dit mais il y aura une carte, c'est la carte des langues, du Félibrige. Et là c'était, le limousin, ou le franco-provençal et tout ça. J'ai dit, ils étaient déjà sur un niveau de discours sur les différences maintenant qui correspondent aux différents machins. Je leur ai dit : « Vous savez que les Américains et les Japonais ils ne savent même pas que, déjà s'ils situent la France c'est un miracle, même s'ils sont à Arles en visite ! ». J'ai dit : « Déjà il fallait expliquer qu'il y avait deux langues en France, il y avait la langue d'oïl, la langue d'oc et qu'il restait des traces de ça », enfin un niveau de discours qui est vachement plus lointain quoi. Je dis déjà il faut expliquer ça avant de parler des cercles Félibres. Et ça, je pense qu'ils m'ont entendu, alors et comme il y a beaucoup de personnalités, on l'exprime parfois de façon excessive, humoristique, et tout ça, mais je pense qu'eux ont ramené, en ont convenu, et du coup je leur ai dit sur la carte des langues : « Mais faudra mettre l'Espagne, l'Italie, le Rhône, il y aura bien quelques villes hein ! ». J'ai dit à Amélie, et du coup voilà c'est une histoire de négociation. Moi j'ai exagéré en leur disant : « On va mettre d'abord

la France dans le monde », mais voilà, chaque fois après on arrive à un milieu. Mais ça me fait très très peur l'espace prélude, les contenus et tout ça...

E : Et en termes de dispositifs est-ce que vous auriez préféré un support plutôt qu'un autre, est-ce que vous avez émis des souhaits ?

RSP : Oui, moi j'ai, dans le projet pour l'instant je trouve ça très alors c'est très positif, on verra plein de documents et tout, cela dit, il y a tellement de documents et notamment de documents papiers, et je pense qu'on va se jeter un peu sur le numérique comme la possibilité de mettre des tonnes de stockage : d'images de textes, de lettres de photos de patins et couffins, et que ça risque d'être un peu aride. Et du coup, et que le *multitouch* par exemple, les tables *multitouch*, sont surtout utilisées pour la capacité qu'elles peuvent avoir à ce que deux ou trois personnes, puissent consulter un gros fonds et se pencher dedans pendant que l'une lit les lettres de Mistral à machin, l'autre regarde les photos de truc. Moi j'aurais rajouté un poil plus d'interactivité, c'est-à-dire pouvoir jouer avec cette capacité du *multitouch* de se passer un document, d'échanger, de partager à deux, dans l'interaction entre les publics. Après, et Martine a raison, elle est très directe, elle me dit, elle me dit en gros : « Mais ma chérie, si tu voulais plus d'interactivité il fallait être là ! Enfin, si tu voulais, tenais absolument à amener ça ».

E : Et comme le matériel est fourni par les architectes, ça doit rendre ça un peu plus compliqué ?

RSP : Ouais ou moi je réagis quand ils ont déjà dû renvoyer le truc aux architectes, enfin, je suis un peu longue à la détente, le fait de pas être dans le même bâtiment, l'air de rien, ça joue pas mal sur tout ce degré de discussion, sur ce qu'on s'imagine et tout ça.

E : Oui c'est la question que me posais en fait, comme vous êtes un peu plus isolés, même en étant assez proches géographiquement, est-ce que vous vous sentez plus loin du reste de l'équipe ?

RSP : Oui. Oui. Alors avec les avantages que ça peut avoir, mais aussi des inconvénients, et comme en fait nos temporalités ne sont pas du tout les mêmes. Nous, il y a l'interface publique, il y a une espèce de... ils sont sur du temps long et en même temps très court avec les architectes, voilà.

E : Et en termes de collaboration, vous travaillez plus avec quelle équipe ?

RSP : Sur la rénovation ?

E : Oui.

RSP : Oh, recherche muséo.

E : Recherche muséo ?

RSP : Oui, recherche muséo. Les réunions avec les architectes aussi j'y suis, quand je... Après 2013 j'y serai à nouveau pas mal. Après l'avantage c'est que du contenu numérique, ça peut s'améliorer, abonder, modifier. Après y a du support aussi. Et je me dis qu'on améliorera les choses peut-être. Bon là le gros coup pour ce qui est argent et matériel va être mis pour l'ouverture, mais l'avantage c'est que ça se modifie, ça s'agrémente et tout ça, donc peut-être qu'on aura des choses à apporter.

E : J'arrive presque au bout de mes questions, j'ai encore deux petites questions. L'une c'était sur la médiation, vraiment avec les médiateurs dans le musée, est-ce que vous avez des idées déjà de ce qu'ils vont faire, dans les visites, avec le numérique ? Puisque vous avez évoqué quelque chose pour les enfants ou pour les groupes, est-ce que vous avez déjà à ce stade-là d'autres idées ou est-ce que ça viendra quand les dispositifs seront faits ?

RSP : Il faut que ça vienne avant. Il faut que ça vienne avant puisque tout va être fait au moment de l'ouverture. Si, je pense qu'ils vont beaucoup utiliser ça, le numérique, j'imagine en visite, genre des visites grand public ou des moments et tout ça...

E : Donc ils vont manipuler ?

RSP : Manipuler pour faire voir des films ou des images, ça dépend. J'imagine, après moi on m'a jamais posé la question mais j'imagine.

E : Donc plutôt pour inciter à la consultation, et pour montrer les documents, montrer les potentialités du dispositif ?

RSP : Oui et pour documenter les objets ou pour approfondir les sujets. Parce que, les films et tout ça, ça, c'est des choses qu'on utilisait déjà.

E : Donc c'est vraiment, ils l'utilisent comme une banque de données, en fait, de documents, pour étayer la visite guidée ?

RSP : Ouais.

E : Ce serait comme...

RSP : Pour replacer dans le contexte.

E : D'accord.

RSP : Ou par exemple, moi je pense que, ou enfin j'imagine, quand ils feront, la Tarasque c'est un des hits quand même et le légendaire musée, là on voyait la Tarasque processionnaire, bon ben les médiateurs disaient que la fête de la Tarasque existait toujours, que, c'était inscrit au voilà... Bon ben aller en salle d'interprétation et montrer le film d'une fête de la Tarasque il y

a trois ans c'est tout aussi efficace que de dire : « ça existe toujours », quoi, et pour montrer en quoi c'est... Non non je pense qu'ils utiliseront dans ce sens-là.

E : Pour montrer l'aspect vivant des traditions avec des documents films qui montrent un petit peu l'actualité de ces objets ?

RSP : Oui. L'actualité, oui, au niveau des films moi je pense beaucoup... Ou bien des photos et des photos anciennes pour bien montrer le contexte d'utilisation des objets et tout ça, ou pour faire entendre, parce que quand même on parle beaucoup des êtres humains que ce soit à travers les métiers, à travers les, pour faire entendre des témoignages, qui peuvent être des témoignages marquants. Non je pense qu'ils l'intégreront oui. En plus ça peut être très agréable, j'imagine, on en a pas encore parlé mais, c'est épuisant une visite guidée, c'est comme un cours, il y a un côté un peu, on est sur scène quoi, que il faut capter, et je pense que de pouvoir alterner plutôt que de parler dans une visite du début à la fin je pense que de pouvoir alterner, de temps en temps se poser, et d'avoir un petit film d'une minute et demi, deux minutes ça peut même être un élément très positif dans la qualité de l'accompagnement d'un visiteur dans le musée, ça permet au médiateur de se poser deux secondes, ça fait une autre voix, un autre média, c'est pas que : « regardez et je commente », faudra d'ailleurs qu'on apprenne à jouer avec mais bon...

CT : Ça nécessite de les former les médiateurs pour changer ces rapports à la parole ?

RSP : J'ai une équipe formidable ! Et je pense, certes, pas de la formation, ça sera... Oui ou de la pratique, tous sont déjà, bon c'est un musée d'ethno, on utilise déjà des films, on fait des cycles cinéma, ou on utilise déjà la parole d'artiste, je pense qu'il y a aucun des médiateurs ici qui s'est dit que son discours était suffisant, et, je ne sais pas je les imagine facilement intégrant, mais peut-être que je me montre mais je crois pas. Il y a des séances de médiation où ils utilisent déjà des bouts de film et tout ça, on y va avec l'ordinateur. Non, je pense qu'ils, qu'ils le... Mais après ça va être de la pratique je pense.

E : Ce sera pour les visites guidées et pour les visites avec les scolaires, adaptées ?

RSP : Ouais.

E : Donc ils utiliseront les mêmes outils qui seront utilisés par les visiteurs en visite individuelle mais en adaptant le discours et les documents à la visite en groupe, si je comprends bien ?

RSP : Ouais. Oui. La seule difficulté c'est l'interface physique, je pense que ça va nous obliger à des groupes plus petits, parce que quand même, on n'est pas sur des projections comme ça quoi, moi je pense qu'il va y avoir une gestion de l'espace ultra-complicquée, beaucoup plus que... Beaucoup plus qu'avec les objets, quoique... On arrive avec des gens, il y a des gens

massés devant une vitrine, on est toujours obligé d'attendre, mais ... Je ne sais pas comment ça va se passer.

CT : Ce qui te fait dire que c'est plus compliqué ? Avec la variété des supports ?

RSP : Les gens, comme il va y avoir beaucoup, les gens auront tendance, ceux qui commenceront le multimédia je pense, quand ils vont commencer à regarder un film ils vont avoir tendance à rester. Donc comment on gère un truc où on ne peut pas s'arrêter parce qu'il y a quelqu'un en train de regarder ?

E : Avec les autres visiteurs qui sont déjà, pas dans une démarche de guide ?

RSP : Ouais. Comment faire entendre quand ce sera, la vitrine de la musique c'est avec des casques donc est-ce que le médiateur aura la... Moi ce que j'aimerais bien c'est que, je sais plus... On l'avait mis dans les, il faut que je me rebranche sur le dossier d'ailleurs, ait la possibilité de baisser le son si c'est du collectif, pour parler en même temps, ou au contraire, voilà, ça va être de la gestion d'espace sonore et d'espace physique, qui va être plus compliqué, est-ce que... Très vite il va falloir dire en fait, avec tant de personnes, on peut s'arrêter là mais pas là... Je ne sais pas...peut-être qu'un jour le médiateur aura la tablette pour montrer les choses, parce que si c'est juste sur un pupitre. Les salles d'interprétation par exemple, je n'arrive pas à les imaginer en groupe.

E : C'est ce que j'allais vous demander justement, comme c'est une salle où l'objet n'est pas au centre, mais plutôt les concepts et l'explication ?

RSP : Ouais. Où on s'assoit et tout ça. Et, il va falloir compenser du coup. Est-ce qu'on peut se permettre avec des gens de compenser une salle d'interprétation, avec du multimédia, uniquement avec la parole même, elle-même, ou est-ce qu'au final le médiateur va devoir réinventer sa forme de visite où il fera juste une intro en disant quels sont les différents machins, et il va laisser les gens pendant dix minutes, et reprendre les gens après dix minutes, ça, il va falloir vraiment réfléchir, les salles d'interprétation à mon avis, ça va être compliqué à gérer parce que c'est très personne à personne, enfin, outil à personne.

E : Mais justement, je voulais savoir, dans les salles d'interprétation, il y a une offre documentaire importante, à votre avis quel va être l'impact en fait de cette possibilité de consultation de documents sur les visiteurs ? Est-ce que vous avez une idée ?

RSP : À mon avis, sur les visiteurs individuels ?

E : individuels et en groupe. Quelle réaction, quel comportement ça va susciter selon vous ?

RSP : Je pense que ça va satisfaire les désirs, déjà des amoureux du musée, ou ceux qui connaissent déjà le musée. Je pense qu'il y a des gens qui vont faire la visite du musée pour voir les provençalités, ça a toujours existé, ça existera toujours, et je pense que ces gens-là à part jeter un petit coup d'œil ils vont juste traverser ces salles, pour aller voir les costumes, dans la vraie vie. En revanche je pense qu'il y a des gens qui vont venir pour peut-être juste pour s'installer dans une salle et, approfondir un sujet ou pour une deuxième visite, une troisième ou, ça je pense que ça risque, hors ce n'était pas forcément le cas, ce qui me fait d'ailleurs penser à la billetterie, est-ce qu'il faudra pas penser à un système où les gens puissent revenir ? Où les gens vont traverser, ou s'y arrêter complètement. Il y a une chose qui me fait peur, c'est que comme ça va être très dense, et que le parcours du musée est très linéaire, il y a des gens et c'est souvent ça avec le numérique, vous commencez tout au début, avec les textes c'est pareil, vous lisez tout, en tout cas moi je suis très sage, je lis le texte d'intro, je lis le machin, mais quand j'y suis depuis une heure et demie et que je m'aperçois que je ne suis qu'au quart du truc, au final, je pense que la fin risque de morfler, du musée, enfin la fin risque de morfler, les gens risquent de passer beaucoup de temps au début, et de moins en moins.

E : C'est la question de la fatigue muséale en fait ?

RSP : Ouais.

E : Du temps d'attention du spectateur ?

RSP : Parce qu'il y a un moment où il va falloir compter le temps de tous les multimédias, or la fin du musée, tout le monde y tient vachement parce que, c'est là qu'il y a les aspects contemporains.

E : Et justement, pour reprendre, donc ceux qui vont vraiment rester, du temps à consulter, est-ce que vous pensez que le fait que les médiateurs vont utiliser, les dispositifs de la salle d'interprétation pour montrer des films, montrer des photos d'archives...

RSP : ça va les gêner oui.

E : Est-ce que vous pensez que ce sera un petit peu comme une façon de leur montrer aussi les potentialités du numérique, face à des personnes qui toutes seules n'y seraient pas allées, et avec la visite guidée se disent : « Tout seul, après je peux y revenir et reconsulter ». Est-ce que ça fait aussi comme une sorte de reformation, de ces outils, pour des gens qui ne seraient pas accoutumés ?

RSP : Ah oui, je pense oui. Oui, oui. Faudra former absolument les gardiens, les gardiennes, parce que je pense que ça doit être un gros facteur, de... En plus nous, on a des gardiens et des gardiennes, allumer un ordinateur ça leur fait peur, et je pense qu'elles-mêmes elles vont aller

commencer quand y aura pas de visiteur, à regarder et tout ça, mais ça va peut-être inciter des visiteurs qui eux-mêmes ont des barrières. Faudra pas, il faudra pas les oublier les gardiens, pour ça. Si, je pense qu'y va y avoir, y va y avoir ça. Après la question qu'il faut se poser, et on en a un peu débattu dans la dernière réunion, c'est, parce que, ces pièces en même temps elles pourront pas accueillir des milliers de gens, hein pour regarder des contenus. C'est une mise en ligne, oui ou non. Et, c'est rigolo, parce que moi je suis vachement pour l'ouverture, j'ai toujours envie de tout mettre en ligne et tout ça, et autant les dispositifs qu'il y aura dans le musée j'ai pas envie, qu'on les ait en ligne dans son fauteuil, chez soi, entièrement, comme si on était au musée.

E : Pour que ça reste un peu dans l'écrin du musée ?

RSP : Ou que ce soit par petits bouts, mais, ça serait con de se passer de ces gens, qui vont revenir au musée, aller jusqu'à la salle d'interprétation, enfin je sais pas.

E : Alors justement j'allais vous poser la question, au niveau de la refonte du site internet est-ce que vous travaillez aussi à ce projet des contenus qu'il y aura sur le musée ou ça c'est plus l'équipe recherche et muséo et Yves qui s'en occupent ?

RSP : Non, alors c'est un peu compliqué là, c'était que, la webmestre du musée, c'est une médiatrice culturelle, qui est Sarah. Alors à terme ça le sera pas forcément parce qu'elle est pas webmestre de métier. Alors en théorie elle travaille à 40% sur le site internet, à 60% comme médiatrice, et en fait, elle est toujours dans ses bureaux, et le webmestre enfin, l'autre, enfin le vacataire, est là aussi, mais je suis censée, ils ne sont pas censés être à l'action culturelle, mais en fait ça fait deux conjonctions quand même, c'est que non seulement, celle qui s'occupe du site est par ailleurs médiatrice, mais en plus ils sont dans les locaux. Et c'est vrai que j'ai tendance en plus, moi je, je suis très intéressée, par tout ce, le public virtuel, le *community management*, ça c'est un truc qui m'intéresse vachement, le lien avec le public virtuel, et du coup j'ai tendance à tirer un peu la couverture, du site internet, à l'action culturelle.

E : Et est-ce que Sarah s'occupe du contenu, ou elle c'est plutôt l'arborescence du site et ?

RSP : Un peu les deux. Alors le contenu, elle est censée, elle le fait d'ailleurs, faire le tour des autres unités pour remettre de l'actualité et des contenus, mais je sais pas, je me perds dans ce que je voulais dire. C'était quoi la question de base ?

E : Si la, dans les contenus du site internet vous aviez des choses qui, vous collaboriez, à proposer des contenus pour le nouveau site puisqu'il y aura des mises en ligne de collections ?

RSP : Oui oui. J'en propose.

E : D'accord.

RSP : J'en propose et d'autant plus que, en fait je le fais quand on parle de médiation, je dis « ah au fait pour le futur site il faudrait que machin ».

E : Vous proposez plutôt des, par exemple des sujets à aborder, ou une plateforme, je sais pas, pour mettre des commentaires, des, des fonctionnalités ?

RSP : Oui voilà des fonctionnalités ! Et surtout un, un dialogue beaucoup plus fluide et rapide, en fait... ça non en fait il peut pas y avoir de off. *Rires*

E : Je peux mettre pause.

RSP : Non mais, il faudra... Le site internet, le premier site internet, du musée a été conçu, comme de l'édition, et avec, mais bon, c'était l'époque qui voulait ça hein, la lourdeur et le sérieux de l'édition, genre c'est gravé dans le marbre, pour l'éternité. Et du coup, on est arrivé à un site très immobile, lourd, difficile, si on avait suivi les circuits de validation des textes qui avaient été écrits sur papier officiellement au début du site, mais genre on publiait un nouvel article tous les ans, tellement, le circuit de validation du texte était monstrueux. Alors c'est vrai que Sarah, comme elle est chez, ici, ben du coup, moi j'essaie de les pousser pour leur dire que, il vaut mieux de l'info, très régulièrement, de la nouveauté, tout ça, quitte à ce que ça change, tout ça, enfin moi le côté « édition » c'est quelque chose contre lequel je lutte un peu. Mais après c'est un choix hein aussi, et d'autant plus que, le service des publics c'est nous qui avons à faire face, quand même, à la majorité du public, qui nous disent : « Ah ben ça y est, c'est fini les travaux du musée ? » ou : « Alors il paraît qu'il y aura que du numérique et qu'on verra plus d'objets », et tout ça, je veux dire, on a tout le temps dans notre gueule les questionnements du public, et on ne répond pas assez, on ne, on n'informe pas assez les gens, par des biais divers, on n'établit pas assez le dialogue, ce qui fait que les gens, dès qu'ils tombent sur quelqu'un du Museon Arlaten, tout le monde se jette sur nous, en disant : « Qu'est-ce qu'il se passe ? » et tout ça... Et du coup, j'essaie de, vachement pousser, mais là on n'est plus dans la communication, et je pense qu'il y a un gros déficit de communication, de, du musée, envers les publics.

E : Et, quand vous dites justement que le nouveau site internet vous voulez qu'il y ait un dialogue musée-visiteur, vous pensez à quels types de, quelles fonctionnalités, vous avez des idées ?

RSP : Ah ben ouais, ah ben un fil Twitter, ça me semble un truc évident. Et en plus, moi j'aimerais que par exemple, tous les cadres du musée, au moins ceux qui ont autorité pour pouvoir mettre quelque chose de rapide et tout ça, quelque chose de léger, même si c'est

quotidien : « Ah ben la première grue vient d'arriver », « On vient d'avoir le machin... », enfin, n'y a pas besoin que ce soit, mais simplement ça montre qu'y a de la vie, que ça évolue, que le projet avance, et tout ça...

E : Il y a une page Facebook là ?

RSP : Oui là il y a une page Facebook.

E : Mais il n'y a pas de fil Twitter, j'avais cherché et...

RSP : Mais il y en a un pour « Vol sans effraction ».

E : Oui j'ai vu, je l'ai suivi aussi.

RSP : Mais au final, je m'aperçois qu'il y a que moi qui... Les médiateurs qui étaient censés l'alimenter le fil twitter de « Vol »...

Une des membres du service des publics intervient dans la conversation : C'est qu'on est obligé de se référer à toi pour mettre...

RSP : Oui mais enfin, pour certains trucs, quand même. J'ai dit, plusieurs fois, faites des photos de dos, mettez le dernier meilleur score, et tout ça, pour continuer à garder les gens qui sont intéressés par le sujet, et au final il y a que moi qui le fait ! Alors, peut-être, ou c'est mon dada et je me plante et ça n'intéresse personne, et ça n'a aucun intérêt, ou y a une barrière... Il faut dire qu'on a tellement de problèmes techniques, au musée, informatique, que tout ce qui est, un petit peu sur des nouvelles technologies, on est obligé de le faire de chez nous, et que je comprends que le médiateur, qui travaille déjà comme un fou pour le Museon Arlaten, qui à fond du truc, n'ait pas envie, chez lui, le soir, pour 1200 euros par mois, d'aller mettre des contenus Twitter. Enfin y a ces éléments-là et puis que les gens sont mal à l'aise avec, et tout ça. Mais moi j'aimerais, à un moment j'avais prévu, j'ai toute une, j'avais une webmestre qui m'avait fait, faire une fiche. J'aime beaucoup ce qu'ils font au Museum de Toulouse, ils sont très très forts en *community management*, moi j'aime beaucoup.

E : Oui avec Samuel ?

RSP : Samuel Bausson, tout ça. J'aurais trop vu un avatar de Claude et de chacun des cadres et de faire, une conférence *via* Facebook, des questions ouvertes sur la rénovation. Et c'est « Claude, directrice du musée » et c'est « Martine, responsable du, enfin service recherche muséo ».

E : Qu'il y ait une communication directe en fait ?

RSP : Qu'il y ait une communication directe, et les impliquer. Alors le truc c'est que comme tout le monde est débordé, quand je propose ça tout le monde me dit : « Ah ouais c'est une

super idée, mais j'ai autre chose à foutre j'ai du travail, j'ai du travail moi ». En fait on me soupçonne de jouer, on me soupçonne de jouer.

E : Rires.

RSP : Non mais c'est vrai que dès qu'on parle de ce type d'outils, on passe pour des... Mais je leur dis : « Vous vous rendez pas compte ! ». On a, on a combien d'amis ? On a un nombre d'amis incroyable, notre page Facebook elle marche vachement bien ! Mais ouais, pour un musée ... Et j'aimerais une petite conférence où, voilà, ben y a le dispositif, y a une journée où on peut poser toutes les questions, *via* Twitter, avec les conservateurs de musée, là. Enfin y a plein de trucs. Ah non non, mais voilà bon le problème c'est que j'ai beaucoup d'idées et que j'épuise un peu tout le monde, et que ça fait peur à tout le monde... Mais j'aimerais les impliquer !

E : Est-ce que le conseil général des fois vous bloque aussi sur ces choses-là ou ils ont une, ils surveillent un petit peu ce que vous faites ou vous êtes totalement...

RSP : Je ne fais pas n'importe quoi non plus, ah oui non non non ! Oui alors, ils nous bloquent, alors par exemple, on a ouvert le Facebook du musée, je me demande si c'est moi, si ce n'est pas moi qui l'avait ouvert un samedi soir chez moi, où je me disais : « Faut communiquer ! » avec le public, je sais plus... Et, deux ans après, il y a une annonce du Conseil général disant : « On autorise les sites patrimoniaux à avoir un site Facebook ». Après, je fais attention, il y a des choses, parfois on a eu des commentaires, enfin moi je fais remonter des choses dès que je vois que, ça pourrait avoir une implication sur l'institution.

E : Oui.

RSP : Sur les... Parce que, il nous faudrait un *community manager*, parce qu'en même temps, ouvrir la porte à la discussion avec les publics, c'est être en capacité de répondre à des questions gênantes, à des commentaires gênants, et tout ça, et parfois ça peut prendre beaucoup de temps, une ou deux fois on a eu des trucs super insultants sur des intervenants et tout ça, où on ne sait pas quoi répondre. Est-ce qu'on enlève, est-ce qu'on n'enlève pas ? Non mais si on s'y met c'est sur le, enfin, faut aussi assumer le fait d'avoir des commentaires désagréables, et jusqu'où on répond, est-ce qu'on le fait en privé ou ouvert, ça pose des questions, des vraies questions de médiation. Là pour le coup pour moi, un *community manager* pour moi c'est un médiateur en ligne en fait, et ça devrait faire, il devrait faire partie de l'équipe de médiation, parce que, il y a vraiment des questions d'éthique, de discours de l'institution à réfléchir, et que je ne fais pas n'importe quoi non plus, j'ai jamais eu en fait, parce qu'il ne faut pas faire n'importe quoi.

E : Parce que pour le moment c'est vous qui êtes un peu, community manager, qui gérez la page Facebook et le fil Twitter ?

RSP : Non, c'est le webmestre, mais du coup c'est Sarah qui est dans le bureau, donc elle me dit, il y a machin, et en fait on en réfère à Adèle par exemple, en lui disant : « On a eu ça, est-ce que là tu ne penses pas qu'il faudrait réagir ou pas ? ». Voilà.

E : C'est des questions qui se posent à partir du moment où on a ce genre de média ?

RSP : Oui ça c'est sûr, ça, c'est sûr. De même, qu'on aurait des commentaires en fait de personnes physiques, quoi.

E : Alors j'avais, une dernière question. Tout à l'heure vous avez parlé de la complexité du discours du musée qui essayait de mettre à distance les objets, de la capacité du numérique à le faire et de la question de la médiation. Est-ce que vous pouvez me dire, en quelques mots, selon vous, ce qui vous vient à l'esprit quand je vous parle de, enfin, quand on parle de ce qu'apportent selon vous les nouvelles technologies au musée, dans le sens : qu'est-ce que ça va changer dans le rapport à l'objet pour les publics, ces nouvelles technologies ?

RSP : De la contextualisation, de l'approfondissement, voir ce qu'on peut pas voir, démonter un objet, le retourner, le documenter, et l'expliquer dans d'autres langues, enfin pour moi c'est...

E : Donc vraiment pouvoir avoir un accès à l'objet plus complet ?

RSP : Plus complet pour des gens qui voudraient. Plus complet, plus pouvoir adapter le niveau de discours, le niveau de discours à des, plus pouvoir apporter des portes d'entrée sur le, l'objet en fait. Parfois ça peut être de la contextualisation parce qu'on ne comprend pas l'objet, ou ça peut être un approfondissement pour quelqu'un qui l'a compris, mais qui s'intéresse au sujet, en fait. Et c'est ça que j'aime bien, c'est le fait que ça puisse être une porte d'entrée ou au contraire un élargissement, après.

E : Donc des discours qui s'adaptent à chacun des publics, sur l'objet ?

RSP : Voilà. Mais si ce n'est que de l'avoir en anglais ça fait que le public anglophone puisse comprendre l'objet, alors que jusque-là il le comprenait pas. Pour moi, à rempli, c'est un vrai, c'est de la vraie médiation dans la mesure où ça construit des passerelles entre l'objet et le public, avec ses spécificités. Ou pas.

E : Et pour les enfants, c'est ce que vous disiez avec le jeu qui les amène et qui est aussi valable, enfin qui marche aussi pour les adultes ?

RSP : Ouais.

E : Qui apporte aussi d'autres connaissances ?

RSP : Oui oui ça construit d'autres passerelles vers l'objet. Surtout pour un musée d'ethno, encore une fois, ça dépendrait de ce qu'on expose aussi. Et en plus les objets, les objets de musée d'ethno, on est moins dans une logique artistique de, même si ce sont des, souvent des objets beaux, on est moins dans la contemplation, on est plutôt dans la contextualisation pour comprendre, on est dans un musée de concept où les objets sont là au titre de témoin, enfin pas toujours, mais c'est un petit peu ça quand même l'objet ...

E : Je pense que j'ai fait le tour de mes questions, mais si vous voulez rajouter quelque chose.

CT : Moi là où je suis surprise dans ce que j'entends c'est que, le musée, le musée du musée, j'ai l'impression que c'est beaucoup dans les salles d'interprétation.

RSP : Non, oui. En fait, on peut pas tout mélanger, hein je pense, quand on sera dans la partie par exemple, le musée, du temps de Mistral, les couleurs des murs selon Mistral, on va remistraliser la lumière, la façon de présenter les vitrines, les cartels anciens, *et caetera*, mais à côté de ça il y a les gens, dans la muséographie de Mistral, qui viendront voir les amulettes, et ça ça sert à ça, et la veillée calendale c'est tel moment, *et caetera*. On peut pas tout mélanger, dans la muséographie elle-même, en interprétant autant les objets que la façon dont ils sont présentés, à mon avis si on mélange tout sur des mêmes supports, mais ça va être indigeste je pense. Vous pensez pas ?

CT : Je sais pas, c'est comme ça que j'avais compris le projet de départ, c'est-à-dire que c'était plus une mise à distance tout le long.

RSP : Ouais.

CT : Alors que là j'ai l'impression que c'est des, c'est par ces grands points quoi.

RSP : Non alors c'est une partie par les salles d'interprétation, mais il y a les fenêtres, le, le fil de l'histoire, là, les fenêtres de l'histoire, qui sont de l'interprétation aussi, du musée du musée, là on va recontextualiser dans le temps aussi, oui ça va être un voyage dans le temps.

CT : Mais quand je vois les salles de Mistral, je suis, comme à l'époque de, avant les travaux, face à la muséographie de Mistral.

E : Puisqu'il y a les multcartels qui ?

RSP : Plus du numérique, pour pouvoir apporter les différentes langues sur les inventions de la tradition, c'est-à-dire les objets eux-mêmes *et caetera*, et sauf que dans l'intro on aurait dit, on aura dit : « Attention, on va vous proposer un voyage dans le temps des musées ».

CT : D'accord, ok.

RSP : On l'annonce, hein, ça : « Le Museon Arlaten n'est pas né de loin, il y a les expositions universelles, les modèles des musées du Nord avec les dioramas... On va vous proposer un voyage dans le temps ». Ils passent dans la tour de verre, un lieu neutre, contemporain, tout ça, et on va leur dire : « Attention vous rentrez dans le musée de 1896 ». Ils regardent le musée de 1896. On s'est dit que, sur les treize desserts, là, par exemple, sous forme de questionnements, on va les éveiller pendant qu'on parle des treize desserts, des traditions de Noël, *et caetera*, on va dire « Ah oui mais cette présentation... », enfin, sous forme de question, pour les a, pour leur faire regarder, enfin moi je plaide beaucoup pour ça, pour leur, déjà qu'ils se posent une question sur la présentation, en disant : « Regardez ça, on va vous en parler ».

CT : Il y aura ça.

RSP : oui alors, sous forme de question : « Mais pourquoi l'avoir présenté en grandeur nature ? ». Voilà quand on va parler de muséographie elle-même. Et dans la salle d'interprétation, là, vraiment, quand elles seront posées, oui alors : « C'était présenté comme ça car à l'époque na na na ». Mais vous pouvez pas avoir en même temps, sur la veillée calendale, « Qu'est-ce que c'est un costume de berger ? », « Qu'est-ce que c'est la veillée calendale ? », « Quelles sont les paroles rituelles du cachofio ? », mais « Qu'est-ce que c'est un rituel ? Qu'est-ce que c'est une tradition ? », et en même temps « Un diorama c'est ça ! », enfin...

CT : Donc il y a des choses à ce moment-là on leur dit : « Attention, ça pose question et on vous renvoie là ».

RSP : Oui. Alors tout n'est...

E : Et est-ce qu'on a dans les intentions éditoriales, c'est, qu'ils vont dire par exemple : « Pourquoi ce diorama va faire appel à la muséographie du nord, et puis c'est redéveloppé dans les salles ? ».

RSP : Voilà. Juste, au moins, mais si on mettait les deux discours ça devenait indigeste quoi, je pense. Si on mélangeait « invention de la tradition" », le costume, avec la prise de distance, enfin comment vous voulez dire, décrire le costume XVIII^e et en même temps...

E : Il y aurait une phase d'immersion et après une phase de mise à distance ?

RSP : Ouais. Sachant que donc dans, y a quand même les cartels numériques, qui permettront d'approfondir les objets, ou est-ce que vous approfondissez les thématiques et en même temps c'est l'approfondissement des objets des eux-mêmes et parfois c'est l'approfondissement de, de la muséographie donc c'est. Il y aura juste ce fil de l'histoire qui donne des repères historiques, parce que, ça, j'ai beaucoup j'ai beaucoup plaidé pour ça. Des trucs tous simples

en fait, il faut une chronologie globale pour faire comprendre que cette période-là qu'ils sont en train de voir, en même temps il se passe ça là, ça là, et ça là quoi.

CT : Donc dans les trucs de l'histoire, on a l'histoire de la muséographie par exemple ?

RSP : Aussi, aussi. Des très grands événements. Genre : « Ouverture de l'expo », « Inauguration de la Tour Eiffel », « Inauguration de 1920 », « Le début de la guerre de 14 », « Le premier film avec l'entrée de... ». Des grands repères de l'histoire...

CT : Et qui se déroulent tout le long ?

RSP : Oui. Et quand, qui en fait ne... Alors c'est une des peurs de Claude, c'est que aussi qu'on pollue avec ces choses qu'on apporte à la muséographie ancienne, qu'on pollue la muséographie ancienne et qu'au final ce ne soit plus de la muséographie ancienne. Et du coup on est dans une logique un peu de manège, c'est-à-dire qu'au premier étage, tout est de la reconstitution sur la gauche, puisqu'on avancera comme ça. Et le fil de l'histoire sera dans les fenêtres, à ma droite, c'est-à-dire que vous pouvez très bien vous tourner vers les salles, vous aurez vraiment l'esprit *period room*, mais il y a quand même dans le dos, ces repères-là, il faut pouvoir les implanter quand même. Non c'est, pfiou, c'est chaud d'avoir deux musées en un en fait.

CT : Ah oui c'est intéressant de voir comment avec le numérique, vous pouvez le traiter ...

RSP : Mais le numérique ne va pas traiter que le musée du musée, il va aussi traiter les objets.

E : Les objets.

RSP : Han, c'est...

E : C'est ça qui est complexe à gérer ?

RSP : À mon avis on a pas tout résolu encore.

E : Oui, c'est vertigineux au bout d'un moment, c'est tellement réflexif que ça, il y a plusieurs niveaux à travailler.

RSP : Ouais. Nous le « musée du musée » en médiation c'était quelque chose dont on parlait déjà beaucoup.

CT : Ouais c'est ça.

E : C'était déjà présent avant que l'architecture du musée change ?

RSP : Ouais. Parce que le Museon Arlaten a tellement servi de lieu dogmatique qu'on a été dans la nécessité vitale d'expliquer que la muséographie c'est une mise en scène pour que les gens ne s'imaginent pas... Les gens viennent au Museon Arlaten pour voir la vérité vraie quoi.

CT : Oui mais ça a quand même, ça m'a frappé quand tu disais ça, c'est-à-dire qu'on est en train de recomposer l'histoire des médiateurs, de fait, puisque ça bascule, en partie, sur d'autres supports, d'autres façons de faire, ce que tu disais tout à l'heure.

RSP : Ouais.

CT : Comment ça va être réinvesti par les médiateurs puisque ça sera plus eux seuls qui assureront cette mise à distance, par la parole ?

RSP : Mais ce n'est pas grave, parce que les médiateurs...

CT : Oui mais je, c'est un vrai changement.

RSP : D'autant plus que les médiateurs vivaient ça comme quelque chose de douloureux le fait que, d'avoir un musée en tel décalage avec le...

CT : D'accord. Donc il y a décalage. Donc ils vont rejoindre le discours de l'institution.

RSP : Oui en fait il y a avait une dichotomie entre le discours et la réalité physique. Et c'est quelque chose de pas normal quoi, parce que du coup ça sacrifiait totalement le visiteur sans accompagnement de médiation. C'est-à-dire que lui, on savait très bien qu'il allait ressortir du musée avec des idées fausses. Et ça c'est quand même un, on est malheureux quand on est dans un, on bosse dans un musée...

CT : Oui c'est un problème qui se pose au niveau du médiateur, d'être en décalage par rapport au discours qui est donné. Donc là effectivement, je ne le voyais pas comme ça ouais.

RSP : Ouais. Là il sera en phase... Et je pense que les médiateurs ont envie de ça,

CT : Ils vont devoir modifier leurs façons de faire, mais ils seront plus en phase.

RSP : Oui. Puis les médiateurs je pense qu'ils seront sortis du hors les murs où... Les hors les murs quand même, dans le genre changement d'habitudes, franchement ils sont très souples je veux dire là, ce qu'on a fait en médiation cette année, ils sont vraiment vachement sympas, enfin et très compétents de nous avoir suivis, que ce soit le projet « Gitans » puis d'avoir accepté de travailler avec les communautés gitanes pendant trois ans ça n'a pas été ... Là dans les colloques et tout ça c'est extraordinaire c'est merveilleux, mais ça a été affreux quoi, il y a eu des jours horribles, où ils se demandaient s'ils allaient continuer à être médiateurs, ah ouais. C'est vraiment de la médiation, tout terrain, vraiment du... Pour moi ils ont été mis en danger. En 2014 on va faire un...

CT : Parce qu'ils étaient sur le terrain, et pas dans une structure ?

RSP : Dans de la médiation difficile. On a choisi dans le, quand même dans le hors les murs, de faire de la médiation difficile et du coup on parle. De temps en temps ils disent : « On est

super heureux du hors les murs parce qu'on expérimente des choses nouvelles mais vivement qu'on revienne ... ».

E : A « la maison » ?

RSP : Il y a un côté « pépère » quoi au musée tout ça. Donc là on va faire une expo pour faire de la médiation sur des objets, avec un discours en plus, enfin voilà.

CT : C'était plus médiation sociale du coup hors les murs ? Il y a une grande dimension ?

RSP : Je suis une idéaliste de la médiation aussi dans le discours et en fait on s'est dit : on n'a pas le public obligatoire à recevoir, on a que le public qu'on va chercher au final, hors les murs, et donc on va faire ce qu'on a jamais le temps de faire quand on a le public qui vient, on va aller chercher ceux qui sont plus loin, les thématiques les plus compliquées. On est parti sur ce qu'il y a de plus difficile. En classe on fait, on s'est spécialisé dans les CLIS, les écoles d'hôpitaux, on a dit qu'on voulait travailler avec des communautés, on est allé chercher des gitans, qu'on voulait faire du numérique, on fait voler un drone, enfin c'est totalement aléatoire. Enfin on est quand même.

E : Les médiateurs, ça fait longtemps qu'ils travaillent au Museon ?

RSP : Ils étaient tous là en gros au moment de la fermeture et tout ça. Mais l'équipe vraiment ils sont super, ils ont des compétences et des goûts différents, des expertises avec les publics différents. Je sais déjà qu'il y a un médiateur par exemple sur le numérique qui sera moins à l'aise que d'autres, mais du coup, bon, si c'est la même équipe mais voilà. Et puis le hors les murs, bon, je trouve que c'est vraiment des, des supers médiateurs. Après ce qui va être compliqué c'est... Moi en étant régulièrement sur les réunions, depuis le début du projet dans la rénovation du musée, parfois j'ai un peu du mal par rapport à « recherche muséo » tout ça qui passe leur temps dessus, alors les médiateurs, qui doivent s'impliquer dedans, encore plus, or il faut...

E : Parce qu'ils font un grand écart entre action hors les murs et terminer la rénovation ?

RSP : Ouais, c'est pour ça qu'il faut lever le pied sur le hors les murs, pour intégrer la rénovation. Mais là ils ont mis en place des des, enfin il y a deux médiateurs qui ont des comités d'utilisateurs par exemple, pour aider la médiation.

E : Ah qui testent en fait ?

RSP : Non on a des comités qui nous accompagnent sur la rénovation, à qui on parle de la rénovation, il y a des thématiques, voilà. Et d'ailleurs on voulait faire une thématique sur le numérique.

E : Ah donc c'est ?

CT : Avec les comités d'utilisateurs ?

RSP : Oui.

CT : D'accord. Et ils sont, c'est qui ces gens ?

RSP : Alors, pour l'instant on a un comité d'utilisateur « secteur social » et un comité d'utilisateur « enseignants ».

CT : C'est des relais ?

RSP : C'est des relais, ce sont des membres proches du musée, c'est, c'est moins pour réaliser une action, on leur a dit aux gens. C'est une demi-journée, pendant trois quatre mois, pendant tout le temps de la fermeture, volontaires. on a fait un petit jeu, alors on a inventé hein, c'est un peu du bricolage, un petit jeu de papiers dans un chapeau, on a écrit « musée du musée », « tarification », « être bien au musée », des choses qui nous venaient en tête, « numérique » et tout ça, et puis on pioche les papiers, et puis chacun parle, voilà. Ce sont des gens qui nous aident, bon, je pense que bientôt on leur filera des textes, là on voulait, pour le prochain comité d'utilisateur, c'est « acteur social », on voulait les amener dans la cour, pour qu'ils disent ce qu'ils comprennent de la cour, ce qu'ils ne comprennent pas et où est-ce qu'on peut, on doit apporter de l'interprétation et du discours.

E : Ah c'est intéressant, ça vous fait une première...

RSP : Pour le numérique entre autre. Du coup on parle à Martine et Amélie du comité d'utilisateurs, et je leur ai dit mais : « Dès que vous avez des trucs venez et on leur soumet et tout ça ». Et par exemple c'est un comité d'utilisateur enseignant qui m'a fait penser que, un dossier pédagogique ce n'est pas forcément ce que les profs attendent. Parce que du coup c'est l'occasion de repenser toute la médiation et ce qui m'était donné comme bible en fait, de la médiation culturelle.

E : Oui tout à fait.

RSP : Et du coup on était en train de concevoir une espèce de jeu transmédia.

E : Oui, c'est ce que vous disiez la veille à la réunion, ça m'intéresse beaucoup de suivre ça.

RSP : C'est un moment où on remet, je pense qu'on vivra qu'une seule fois ça dans notre vie de professionnel du musée, où on a le temps de reposer les choses, de, d'imaginer autre chose, de remettre en cause les fondamentaux, pas pour, pas pour les faire tomber mais pour, pour les réinvestir. Oui, c'est là qu'il y avait un prof qui me, enfin, un prof, plusieurs profs qui m'ont

dit : « Oui les dossiers pédagogiques, enfin, maintenant on a plus un problème de trop d'infos, que pas d'info quoi ».

E : Oui. L'enjeu c'est d'arriver à sélectionner un scénario parce que le document est...

RSP : Et qu'en fait ce dont manquent les profs ce n'est pas d'info mais c'est de temps pour préparer la visite, et du coup, j'ai fait travailler l'an dernier une étudiante de master II de médiation culturelle à l'École du Louvre sur la création d'un produit pédagogique pour les collèges qui prendrait en charge l'amont et l'aval, qui déchargerait totalement l'enseignant, enfin qui devrait quand même être volontaire mais sur lequel les médiateurs prendraient déjà en main la médiation, avant même que les petits arrivent au musée.

E : Clef en main en fait ?

RSP : Clef en main c'est ça ouais.

E : Et c'est ça qui va donner le dispositif transmédia ? C'est ça ?

RSP : Voilà, alors qui pour l'instant est sur papier sur un mémoire, mais qu'on mettra en œuvre avec les marchés qui vont avec pour les réaliser.

CT : Ça remplacerait les dossiers pédagogiques ?

RSP : Oui.

E : Ah ça m'intéresse ça de le suivre ou de...

RSP : Ah oui oui, on va voir...

E : Et de voir la réception de ça...

RSP : Ben disons, prendre en charge la préparation des dossiers pédagogiques dans ce rôle-là. Je suis très, je suis très méfiante, du discours des enseignants sur le Museon Arlaten. Parce que souvent ils ne prennent pas de la distance avec ça, c'est quand même l'histoire du regard sur l'autre, les profs de provençal ils essaient de faire dire, enfin je ne suis pas d'accord et, il y avait déjà un peu une culture de défiance vis-à-vis de ça, de défiance, ouais, parce que parfois les médiateurs, j'ai été amenée à dire aux médiateurs qu'ils avaient le droit de quitter une médiation scolaire si ça se passait mal et qu'on essayait de leur faire dire des choses qu'ils ne voulaient pas. Et, l'ethno, personne ne connaît l'anthropologie, en classe, n'y a pas de prof dédié à ça, et, la question s'est posée quand, à parler de prof détaché. Je me suis dit : « Mais moi, nous un musée d'ethno, qu'est-ce qu'on prend ? Un prof de philo au final. C'est peut-être ce qu'il nous faudrait ». Et, et du coup le rapport aux sco, enfin c'est vraiment une question qu'on se pose beaucoup : qu'est-ce qu'on dit, et en même temps, voilà, oui. Enfin voilà, on réfléchit à ces questions-là, sur les scolaires. Et, je suis arrivée au musée, c'était déjà ça, les scolaires

représentaient un quart de la fréquentation du service de médiation, qu'un quart, alors qu'il y a des musées où c'est plus, je pense que c'était volontaire, parce que l'accompagnement est vraiment, très important voilà je sais pas.

E : Vous avez parlé d'actions hors les murs avec les gitans, ça s'est passé comment ?

RSP : *Rires.* Ben en fait, alors on était dans cette idée, fleur au fusil, nous allons, on vient de fermer le musée, on va enfin aller chercher ceux qui ne viennent jamais au musée, ceux qui sont vraiment loin du musée et tout ça, donc on a réfléchi, à qui étaient les publics les plus éloignés du musée, mais ce n'est pas grave, un peu de naïveté ça ne fait pas de mal, mais bon..., alors on s'est dit, les petits, je, Sarah, vous la connaissez ?

E : Oui oui, je l'ai vue.

RSP : Vous la connaissez la médiatrice Sarah. J'ai dit : « Non, les ptits rebeus, on fait déjà des visites pour les primo-arrivants, en arabe et tout, trop facile, on connaît et tout ». Les gitans ! Ah ouais, les gitans ! Et tout, et nous-mêmes on a réalisé qu'on avait plein de stéréotypes sur les gitans.

E : Oui.

RSP : Ou de rejet, ou de... On s'est dit c'est vraiment les gens les plus éloignés et tout ça. Ouais alors, on ne peut pas faire tout seul, parce que je me suis dit, les gitans, je ne me vois pas débarquer en disant : « Salut, vous êtes des gitans, on vient vous parler et tout ça ! ». Et du coup on s'est dit eh, au début du hors les murs, on s'était dit : « On va exploiter nos difficultés », puisqu'on ne peut pas voir, on va utiliser comme audition, là on s'est dit : « Puisqu'on ne connaît pas les gitans on va se mettre avec des gens qui connaissent les gitans ». Qui connaît les gitans ? Le secteur social, pour le RMI, le RSA, tout ça, et donc on a fait une assistance à maîtrise d'ouvrage où on a dit : « On a projet de, avec, les gitans », parce qu'on voulait tester des nouvelles méthodes de, on voyait bien que les gitans ne pouvaient pas débarquer en disant, au Museon Arlaten : « On arrive vous sauver quoi ». Et du coup on s'est mis avec des gens du secteur social, qui avaient participé à l'accompagnement de la sédentarisation, enfin de, d'installation de familles gitanes, en maisons, et, et c'est avec eux qu'on a fait le projet, et ils nous ont amenés le participatif, c'est-à-dire que, han, ça, c'est super dur pour un service de médiation, enfin pour un musée, c'est-à-dire qu'on a fait avec eux, il y a eu un comité de concertation, qui a organisé le projet, qui a donné un titre au projet, et tout ça, dans lequel il y avait des musées qui étaient experts de son domaine, mais il y avait les profs au nom de l'école, il y avait des gitans, au nom d'eux-mêmes, chacun était expert, et en fait le projet s'est fait avec ce comité. Et l'idée c'était de donner les outils de la, de l'enquête ethno aux enfants, au lieu

d'envoyer un ethnologue, et qu'eux, une fois qu'ils avaient les outils, collectaient au sein de leur propre famille. Parce que c'est vrai que les gitans c'est un terrain hyper-saturé.

E : C'est ça, parce qu'il y a déjà plein de gens qui vont les voir pour poser plein de choses et ils doivent être méfiants ?

RSP : Ils sont super méfiants ils n'arrêtent pas de dire : « Les photographes ils adorent nous photographier, ça fait des eh voilà, mais on n'est jamais destinataires de ces photos et tout ça ». Et donc il y avait vraiment, on s'était dit on se ferait jamais, si on va faire quelque chose chez eux, il faut le faire avec eux. Et du coup on a pris, la classe, une classe où il y avait des gitans et des enfants nouvellement arrivés en France au collège, une classe composée de 50% de gitans à l'école traditionnelle, des gitans à voilà, et on les a formés à l'enquête ethno. Donc on peut entendre sur le site internet, on a fait une émission de radio.

E : Oui j'ai suivi.

RSP : Miracle de la vie, il y a même des femmes, parce qu'ils exprimaient aucun souhait, les gitans, et il y a des femmes qui ont dit : « Nous, on a envie de parler de notre vie ». Donc on a fait un webdoc avec elles, qui s'appelle « Femmes gitanes » au pluriel, point fr, et c'est des mères de famille gitanes avec qui on a bossé, et qui racontent leur vie quotidienne, la cuisine, le mode de vie et tout. On a fait l'expo, on a fait un petit bouquin, sur la langue aussi, avec les primaires. Et du coup on va faire des journées d'études.

E : Ah je note.

RSP : Le 28-29 novembre.

CT : Ouais.

RSP : Dans le cadre de l'expo *A la gitane* qu'on a appelé, enfin, en gros : « La méthode participative pour un projet de territoire, la médiation et les méthodes participatives », voilà.

E : L'expo « A la gitane », c'est où ?

RSP : Elle va être au J1, là elle va être à l'espace Van Gogh du 22 (inauguration à 18h30, ouverture au public le 23) jusqu'au 15 décembre. Mais ça a été super chaud parce que, on a été, la médiatrice qui était en charge de ça, bon, être toutes les semaines sur le terrain, enfin je veux dire, il y a des moments où, avec les gitans, y a des moments où des personnes se faisaient jeter, elle s'est fait faire le sac, y a eu des petits de l'école qui ont été menacés avec des couteaux enfin par d'autres petits de l'école. Y a des, y a eu des moments de grand désespoir où elle me disait : « En tant que médiatrice je ne peux pas », ou : « En tant que citoyenne il y a des choses que je ne peux pas entendre, non là ce n'est pas possible ». Et il y a eu des moments

extraordinaires où il y a eu deux cents personnes avec nous qui disaient : « Enfin on peut parler des gitans, on parle de nous, on va montrer ! ». C'est un projet où on a eu des moments de désespoir absolu et des moments extraordinaires. C'est vraiment de la médiation expérimentale.

CT : Et sur les journées d'étude là vous nous enverrez un document qu'on puisse faire passer à nos étudiants ?

RSP : Ouais. Alors y aura en fait un volet sur des muséo, des gens qui travaillent avec le participatif, notamment, musée grenoblois, pour le projet avec les italiens, projet château de Nantes sur : « Venus d'ailleurs » sur les nantais, et puis il y a une partie sur les gitans, avec des anthropologues qui ont travaillé avec des gitans tout ça.

E : D'accord.

RSP : Et je peux même vous passer, enfin voilà. Et faites le webdoc ! Bon, il y a un peu des problèmes techniques si c'est internet explorer c'est un peu nul mais...

Entretien du 30/11/12. 10h30. Lieu : CERCO.

Enquêté : Responsable unité documentation et publications (RUDP)

E : J'aurais voulu savoir quel était votre rôle dans la rénovation, tant au niveau des dispositifs multimédias, que de ce tout ce qui est numérisation des notices, puisque Yves m'a expliqué qu'il y aurait le nouveau site en 2014 mais que dès Noël il y aurait des notices enrichies qui seraient mises en ligne et disponibles aussi pour les internautes.

RUDP : Alors, nous numérisons des collections depuis une dizaine d'années déjà, c'est à la fois pour, pour documenter les objets bien avant le projet de rénovation, il s'agissait d'avoir un fonds documentaire des objets, un objet, une image, à la fois pour une meilleure gestion dans la base de données, et à la fois pour, eh bien toute publication, qu'elle soit, Papier, numérique, donc voilà. Ça c'est une chose, ça c'est pour les collections objets. depuis peu, on a engagé des numérisations d'ouvrages, et ou d'archives, pour l'instant de façon pas très systématique parce qu'on est en cours d'inventaire de nos fonds, il y a eu le déménagement au CERCO, donc on s'est un peu, pour l'instant c'est un peu empirique et pas systématique, ça concerne des milliers d'ouvrages, donc, et puis tous les ouvrages ne sont pas... Il n'est pas utile de numériser les ouvrages de façon systématique, non plus. Donc on a numérisé une bonne partie des manuscrits et on a, des documents très fragiles. Voilà. Alors... Concernant le projet de rénovation, en fait on est en arrière-plan, moi je ne suis pas directement intégrée dans les, dans le... On travaille tous pour les projets de rénovation.

E : Oui.

RUDP : Mais plus ou moins, plus ou moins devant quoi. Voilà, moi je suis derrière. *Rires*

E : D'accord.

RUDP : Voilà, pour vous dire, je n'ai quasiment aucune idée de ce qui va être présenté dans le multimédia.

E : D'accord.

RUDP : Voilà, ce n'est pas bien, mais c'est comme ça et c'est ça s'explique par le fait qu'en fait on ne peut pas, on est une équipe de quarante et quelques, on ne peut pas impliquer directement quarante agents dans le projet de rénovation, donc on travaille tous sur le projet de rénovation, mais plus ou moins, même consciemment quoi. *Rires*. Voilà. Donc moi mon travail quasiment tout le temps c'est de faire du travail de fond, et après, quand l'équipe recherche, recherche muséo, quand ils auront un peu plus avancé dans le, dans les contenus, multimédias,

je sais qu'ils commencent déjà à préparer des listes, des listes de documents, d'objets de documents à numériser, bon ben voilà, après ces listes-là elles nous les communiquera et moi je ferai numériser ce qu'il faudra là... Voilà, je ne sais pas si ça répond à...

E : Si, tout à fait. Et pour ce qui est de la numérisation pour mettre en ligne sur le site ensuite, sur le site internet, ça va se passer comment ?

RUDP : Alors, de la même façon en fait, on n'a tellement pas le temps de faire, tout le travail de fond, qui est énorme, et bon, on avance hein, pas au rythme de enfin, aussi vite qu'on le souhaiterait évidemment, et la mise en ligne demande des corrections de notices énormes, donc en fait on a décidé de mettre en ligne des corpus ou des bouts de corpus qui sont déjà prêts, dont les notices sont déjà prêtes, et alors par exemple des... Ben c'est forcément, comment dire. Je suis désolée, vous aurez un enregistrement pas très... *Rires.*

E : Ah non non. C'est pas grave. Rires.

RUDP : Ah oui en fait par exemple on peut avoir travaillé sur un corpus d'objets, documenter ces objets de façon très précise et on n'a pas forcément fait la couverture photographique qui s'impose. Et c'est le cas notamment pour les, on a des portraits, des tableaux de donatifs de l'hôpital du XVIII^e et, ces tableaux, ces peintures ont été beaucoup documentées et travaillées, on a quelqu'un qui a fait un mémoire dessus, un mémoire de maîtrise. Mais par contre ils sont en très mauvais état, on n'a pas fait vraiment, réellement de couverture photographique, bon qui correspond au numérique, évidemment maintenant hein. Et du coup ben en fait on a dû éliminer des notices, qui étaient très documentées, mais parce qu'en fait on a tout simplement pas encore de bonnes photos, et on n'a pas encore de bonnes photos parce que le tableau il est encore éventré, il n'a pas été restauré. Donc en fait il y a des choses qui s'imbriquent, ou pas, et à l'inverse, on peut avoir de super photos d'objets qui n'ont pas encore été étudiées et une notice minimum qui serait indécente sur le net. *Rires.*

E : Oui.

RUDP : Tellement il n'y a rien dessus donc voilà. *Rires* Donc ça c'est pour les collections et après on a des notices, de belles notices bien documentées, et de belles images. Donc en fait on avance comme ça et on a décidé, des, des premières mises en ligne de cette façon-là. Quoi, on ne peut pas balancer tout l'inventaire, les trente mille objets...

E : Oui.

RUDP : Ce serait impensable, ridicule et non avenu, donc voilà.

E : La collection, c'est trente mille objets ?

RUDP : Les objets oui.

E : Les objets.

RUDP : Et les collections documentaires, enfin, bibliothèque patrimoniale aussi c'est dans les, un peu moins, dans les vingt mille je crois.

E : Vingt mille documents ?

RUDP : Documents patrimoniaux.

E : D'accord.

RUDP : Donc bibliothèque Mistral, Mariéton, les fonds privés de bibliothèques. Donc voilà. Alors concernant les ouvrages, les collections patrimoniales documentaires que l'on va mettre en ligne, ben pareil, en fait moi j'ai choisi de façon, enfin non pas arbitraire puisque c'est au contraire bien, bien ciblé mais, je, nous sommes encore en cours de traitement, certains fonds ne sont pas totalement indexés tout ça donc bon voilà, j'ai choisi un corpus qui est une partie de la bibliothèque Mistral, qui sont les ouvrages en français de la bibliothèque Mistral dont les notices ont été corrigées, indexées mais par contre pas du tout numérisées donc en fait ce qui va être en ligne c'est le catalogue de cette collection, mais pas les ouvrages.

E : D'accord. Pas les manuscrits ?

RUDP : Ben pas les ouvrages à consulter en ligne quoi, hein, ce seront les notices en ligne, ce qu'on appelle un catalogue en ligne.

E : Oui.

RUDP : Par contre, par exemple nous avons fait numériser les partitions, les manuscrits de Mistral, et donc ben là, les manuscrits seront consultables en ligne. Voilà. Sous format PDF puisqu'il n'y a pas d'autres formats satisfaisants pour l'instant...

E : Oui.

RUDP : De consultation... Voilà, l'année dernière nous avons eu, enfin nous avons à chaque fois qu'on le demande car nos dossiers sont bons sont présentables, on a des subventions du ministère de la Culture sauf qu'on n'arrive pas à digérer les numérisations et c'est lourd après comme gestion de traitement et tout ça. Et en fait par exemple l'année dernière on a fait numériser cinq cents partitions et neuf cents plaques de verre. Sauf qu'on n'a pas encore fait le lien photo dans notre outil de gestion qui est la MUM de Mobydoc, un outil de gestion des collections et des fonds documentaires. On n'a pas encore fait le lien alors on a les images d'un côté, les notices de l'autre et n'y a pas encore voilà, et les notices n'ont pas encore été

documentées, donc ça ce sera un deuxième temps de mise en ligne dès qu'on aura fait ces liens photo et puis on va dire corriger et lisser un peu les notices d'inventaire quoi.

E : Les photographies, c'est vous qui les faites ou c'est un photographe professionnel qui vient ?

RUDP : Non on a un prestataire. Alors les photographies directes nous avons un, ben, enfin pour l'instant c'est en *stand-by* mais sinon on a un marché public, mais depuis la fermeture du musée c'est en *stand-by* puisqu'on ne pouvait pas faire des campagnes photos d'objets et en même temps les emballer pour les déménager. C'est complètement contradictoire donc voilà...

E : Oui.

RUDP : Et donc on a mis de côté ces campagnes photographiques de prise de vue directe. Voilà. Par contre on a un marché avec un prestataire pour un reportage, pour créer le fonds, un fonds d'archive photographique de la rénovation, hein du, des travaux, tous les travaux du CERCO, ont été couverts par des campagnes photos, tout ce qui se passe au musée, pour le projet de rénovation, on a des campagnes systématiques.

E : Oui donc et ça c'est plus...

RUDP : Et du coup on a mis de côté les objets, c'est vraiment la vie du musée quoi.

E : C'est plus de la communication peut-être ?

RUDP : Ce n'est pas de la communication c'est de l'archivage, c'est ce sont les futures archives du musée. La voilà... De la même façon qu'on retrouve des photos papiers, des tirages papiers de salles du musée, il y a cent ans, tout ça, ben là on est en train de constituer le fonds photographique de l'histoire du musée.

E : Les archives ?

RUDP : Les archives photos du musée, quoi.

E : En avançant, d'accord.

RUDP : Ouais. Voilà. Mais c'est pourquoi aussi que du coup on a mis de côté, les objets sont plus disponibles en gros à leur couverture. Par contre le Conseil général, enfin nous mutualisons un marché pour de la numérisation en 2D, enfin, directe quoi, ouvrage et 2D.

E : Oui.

RUDP : Et donc là et c'est comme ça qu'avec les subventions du ministère enfin qui sont une partie du, du budget mais, on a fait numériser ben les partitions et les plaques de verres.

E : Vous m'avez dit neuf cents ou neuf mille ?

RUDP : Neuf cent plaques de verres et cinq cents partitions à peu près hein.

E : D'accord.

RUDP : Ouais. Et donc voilà. Les manuscrits, moi des enfin, des énormes dossiers documentaires, revues de presse datant de l'époque de Mistral, des albums fragilissimes donc.

E : Et ça c'est vraiment parce que c'était très fragile ou c'était aussi pour pouvoir le mettre en ligne, le montrer aux internautes ?

RUDP : Les deux.

E : C'était pour les deux ?

RUDP : Ouais. Et la consultation pour les chercheurs aussi, parce qu'en fait il y a des documents qu'on sortira plus jamais quoi.

E : Oui. Donc c'est bien que ce soit numérisé.

RUDP : Voilà. Le chercheur qui vient on lui met à disposition un ordinateur avec les PDF et ça évite de sortir les documents.

E : D'accord. Et quand vous me parliez, sur le site, qu'il y allait avoir un corpus d'objets qui allaient être numérisés, mis en ligne, est-ce que vous mettez la notice vraiment de Mobydoc ou est-ce que vous allez faire aussi une vulgarisation, des textes de médiation autour ? Ou c'est vraiment, un OPAC en ligne ?

RUDP : Non. Oui c'est un OPAC en ligne, les notices seront revues et corrigées et, elles seront lissées on va dire, mais avec une description analytique, corrigées enfin assez grand public hein.

E : Oui.

RUDP : Mais sinon il n'y a pas de, on ne peut pas on n'a pas le temps.

E : Oui.

RUDP : Ouais.

E : Donc c'est le catalogue en ligne en fait ?

RUDP : Oui.

E : Une partie du catalogue ?

RUDP : Une partie du catalogue en ligne. Voilà, avec les objets il y aura l'image. Et par contre pour les notices, par exemple, d'une partie de la bibliothèque Mistral, pour l'instant il n'y a pas d'images quoi. Il y aura pas de, d'images quoi.

E : Oui là c'est juste pour savoir ce qu'on peut consulter à la bibliothèque.

RUDP : Oui c'est le catalogue en ligne comme la BnF ou, pas Gallica mais...

E : Oui c'est plus mais, oui c'est plus catalogue pour savoir où trouver...

RUDP : Oui, ce qu'on peut trouver, ce qui est déjà pas mal pour les chercheurs. Et après comme je vous disais, pour l'instant on n'a pas eu le temps de se poser et de faire un choix vraiment. Il y aurait beaucoup d'ouvrages qui mériteraient, la numérisation. Mais voilà on n'a pas eu le temps, par contre les manuscrits pour leur conservation, moi il m'a semblé important de les faire numériser.

E : Oui.

RUDP : Il faut encore qu'on qu'on continue.

E : La bibliothèque Mistral on peut la consulter, enfin on peut y aller, c'est un endroit ou c'est le centre de documentation du Museon Arlaten ?

RUDP : Elle a été déménagée du musée, elle est à l'intérieur du musée et là elle a été déménagée ici au CERCO, tous les fonds patrimoniaux sont consultables ici.

E : D'accord.

RUDP : Sous réserve qu'un document soit trop fragile ou trop abîmé, mais sinon tout est consultable, maintenant ici au CERCO.

E : Et à la réouverture du musée ce sera toujours le CERCO qui servira de ?

RUDP : Toujours le CERCO. Oui. Toujours ici. Après il y a le centre de doc moderne auquel, où vous êtes allée à Méjanès là-bas.

E : Parce que le centre de doc, c'est plus des documents conceptuels sur le musée ?

RUDP : C'est des documents de travail, c'est sur le musée, voilà sur l'histoire de la muséo, de l'ethno.

E : Oui.

RUDP : Ce sont les recherches récentes, c'est voilà, c'est une bibliothèque de travail.

E : Oui. D'accord.

RUDP : Alors que là on conserve vraiment les fonds patrimoniaux. Il faudrait que tout soit réuni, mais à la demande des, de nos collègues qui ont besoin de ces outils de travail presque quotidiens, le, la doc moderne est restée là-bas, en fait.

E : Oui. J'imagine que pour eux pour travailler c'est plus ...

RUDP : Pour eux c'est plus facile. Pour nous c'est une galère de gestion mais, ouais.

E : Ouais. Et quand voilà vous disiez de l'OPAC avec parfois juste les notices et parfois juste les objets, est-ce que ce sera comme c'est déjà le cas quand on va sur le site internet et qu'on peut voir déjà des images de la Tarasque, de ?

RUDP : Non alors on avait... En fait l'outil moi j'étais le chef de projet de la création du site internet actuel, et en fait, quand on a, on nous a mis, on n'a pas choisi hein le prestataire ni les outils hein de mise en ligne, donc en fait, il n'était pas question, à la création du site, il n'a pas été question du tout de... De toute manière on n'était pas prêts non plus, on était en plein inventaire, et donc il n'était pas question de mettre les collections en ligne, on n'avait pas l'outil OPAC web, et puis c'était, alors les notices elles n'étaient pas prêtes, donc en fait on avait créé un petit comité, de de de rédaction, pour ce site internet, et on avait pris l'option de faire ces zooms sur quelques objets phares.

E : Oui.

RUDP : Donc on avait choisi ces objets pour ...

Le téléphone de l'enquêtée sonne, elle répond et parle pendant quelques minutes.

RUDP : Le site internet c'est ça ?

E : Vous disiez que vous faisiez des zooms en fait, sur les objets.

RUDP : Ah oui voilà. Oui du coup on avait pris ce parti ben, ça devait durer quelques mois, et puis ça a duré des années... *Rires*

E : Ça fait combien de temps que ça y est ?

RUDP : On devait rajouter des zooms... Oh, ça fait combien de temps qu'il y a... Je ne sais pas, c'était avant la fermeture... Je ne sais pas, il date de 2008, 2007, le site. Voilà.

E : D'accord.

RUDP : Et en fait on a jamais, voilà, on a jamais eu le temps de mettre à jour et de voilà... Pour le coup maintenant passe enfin, se porte sur la mise en ligne, enfin sur la création de l'OPAC web.

E : Oui, pour l'OPAC web.

RUDP : Puisque voilà il a fallu créer, enfin, mettre en place ce qu'on voulait dans l'OPAC web, hein, faire le plan de site, et tout ça quoi.

E : D'accord. Et l'OPAC web, c'est vous que le faites, ou vous faites appel à un prestataire ou Mobydoc ?

RUDP : Alors en fait l'OPAC web c'est un module de Mobydoc.

E : D'accord.

RUDP : Et non après c'est nous qui en interne, avec ma collègue de la gestion des collections, en binôme, toutes les deux, ensemble on a créé si vous voulez, l'interface et le, on est en phase de pré-prod là en fait.

E : Donc c'est vous qui êtes l'interface par rapport à ce qu'ils vous proposent dans le module pour mettre en ligne ?

RUDP : Voilà ! On a déterminé les champs qu'on voulait mettre en ligne, la façon dont on voulait que ces champs soient, voilà, libellés, tout cela, voyez...

E : D'accord. Vous refaites les notices ?

RUDP : Oui, ben, on décide d'après nos notices d'inventaires, que ce soit objets ou ouvrages, ou notices bibliographiques, ben en fait on dit : « Tel champ on veut qu'il apparaisse, qu'il apparaisse comme ça, comme ça ». On prend, en fait on a décidé, bah oui on met en forme, on met en forme et on décide du contenu qui va être exporté pour l'OPAC web quoi. Voilà.

E : D'accord. Et c'est toute la base de Mobydoc qui va être exportée ? Ou une partie ?

RUDP : Eh non, en fait, on fait, on fait, ça ça ça... En fait on exporte sur un serveur OPAC web des notices.

E : D'accord.

RUDP : Et là donc c'est, je vous disais, on a choisi des corpus en fonction de l'avancée de nos travaux, de ce qu'on, voilà. Ouais.

E : Ah oui, d'où le choix du corpus ?

RUDP : Eh oui des petits corpus, en plus, on ne peut pas ... Enfin il faudrait que toute notre base, il faudrait que nos cent ouais voilà, que nos cinquante, soixante mille notices, en tout, que ce soit objets ou bibliothèques, soient nickel et exportables comme ça et c'est, c'est impossible.

E : Y a soixante mille documents dans la ?

RUDP : Ben entre trente mille objets et presque trente mille notices, ouais, vingt mille dans les fonds patrimoniaux, on ne pourrait pas mettre, tout.

E : Oui bien sûr.

RUDP : Voilà, on ne pourrait pas mettre toute la MUM en ligne, c'est impensable.

E : Oui déjà quand on pense à Gallica, il faut cent personnes derrière.

RUDP : Ah oui oui oui, même Gallica ça représente... ouais... A la BnF il y a un million de documents, qui sont même pas catalogués !

E : Qui sont même pas indexés ? Ah. Ah oui ça c'est... Rires

RUDP : J'ai appris ça y a pas longtemps.

E : Oui c'est impressionnant.

RUDP : Un million, il resterait un million d'ouvrages non catalogués, c'est monstrueux.

E : Rien que...

RUDP : Et ils sont trois mille, trois mille catalogueurs, deux mille et quelques catalogueurs.

E : Ah oui trois mille c'est...

RUDP : C'est un truc de fou, ouais... Donc voilà, ça peut se faire que par petits bouts.

E : Ah oui, non non, je me souvenais plus qu'il y avait tous ces, tous ces documents. Et les corpus, c'est des grandes thématiques par exemple ou c'est des ?

RUDP : Ben c'est ce qu'on a fait, on a par exemple, en 2000 quoi, en 2009, ma collègue des collections a exporté, huit cents notices, d'objets textiles, sur la base Joconde.

E : Oui.

RUDP : Ben ces notices-là elles ont été toutes corrigées, il y a des belles photos et tout ça. Là donc forcément on va les mettre sur notre site aussi. Voyez.

E : Ah oui oui bien sûr.

RUDP : Enfin bon voilà, on avance par petits bouts, avec des critères différents, comme je vous disais, des fois c'est les notices elles-mêmes, enfin des corpus qui ont été bien documentés pour une expo, pour quelque chose et hop ça on pourra, il faut un temps, il faudrait qu'on fasse que ça et on...

E : Oui j'imagine.

RUDP : Et c'est, c'est, c'est quoi c'est, même pas un quart du temps... Donc c'est impensable. Voilà, moi je... La bibliothèque Mistral elle est cataloguée et corrigée... Mais même ça, on, donc les notices en français par exemple ça va être dans les deux mille, un peu plus de deux mille notices, bibliographiques, même s'il n'y a pas d'images et tout ça, il faut les relire on se rend compte que.

E : Oui parce que j'imagine que vous mettez ...

RUDP : Il y a un hyperlien avec l'auteur.

E : Oui.

RUDP : Si la notice hop ça renvoie à la notice de l'auteur et que la notice de l'auteur elle est pourrie, eh ben il faut corriger la notice de l'auteur, et puis des fois on n'a rien sur l'auteur, et han... Enfin c'est c'est... Tout est imbriqué, c'est les poupées russes... Et c'est sans fin...

E : C'est sans fin...

RUDP : Il faudrait faire que ça, c'est passionnant hein comme travail, mais on n'a pas le temps hein.

E : Oui parce que j'imagine que si vous mettez une notice en ligne, il y a aussi l'indexation et...

RUDP : Oui oui oui.

E : C'est documenté, ce n'est pas juste les champs AFNOR ?

RUDP : Oui là par exemple on s'est rendu compte qu'on a dans notre gigantesque thésaurus de mots-clefs, on a plein de mots-clefs qui ont été créés par des prestataires ou en interne ou quoi, moi c'est beaucoup moi qui gère ce thésaurus-là, et je sais plus combien il y a de milliers de termes, quoi... Mais en fait on a créé une espèce de famille : « à hiérarchiser », et donc tous les agents qui créent, tous les catalogueurs ou registreurs qui créent des nouveaux termes le mettent là-dedans, et du coup on s'est rendu compte qu'en ligne il y aurait écrit « à hiérarchiser » !

E : Ah oui donc au lieu d'avoir les descripteurs ?

RUDP : *Rires.* Donc là ça fait une semaine que dès que j'ai une heure devant moi je hiérarchise ces termes-là !

E : Ah oui donc il faudra tout le thésaurus ?

RUDP : Tout ! Donc voilà, là ce matin, avant que vous arriviez, j'étais en train de hiérarchiser des termes genre : « scénographe », « muséographe »...

E : C'est quel thésaurus que vous utilisez ?

RUDP : Alors on est parti sur un thésaurus enrichi, c'est, on est parti, moi je suis partie d'un thésaurus de la DMF mais qui au départ est fait pour l'iconographie. Donc, imaginez, les sciences de la, voilà...

E : D'accord.

RUDP : Comme il est adapté d'une certaine façon mais pas du tout d'une autre et donc ... Puisque l'avantage quand même de notre... Je ne sais pas si vous avez mis le nez dans notre base de données, moi dont je suis très fière depuis... *Rires.* Non mais en fait, la MUM donc de Mobydoc a quand même l'extraordinaire avantage de rassembler toutes nos collections, qu'elles soient objets, documentaires, photographiques... Voilà.

E : Ah oui donc c'est global.

RUDP : Ouais. Et du coup en fait, l'indexation est commune, aux objets, aux ouvrages...

E : D'accord. Donc oui ça doit faire un gros, une grosse base ?

RUDP : C'est une énorme base.

E : Et MUM c'est quoi en fait ? C'est la base ?

RUDP : C'est la réunion de Micromusée, Mobytext, photo et...

E : D'accord.

RUDP : Toute... Et maintenant l'OPAC web. C'est la réunion des modules de Mobydoc.

E : Micromusée, Mobytext, et Mobydoc du coup ?

RUDP : Micromusée, Mobytext, photo... Mobydoc c'est « y » et sans « e »... Voilà, voilà. Et « Photo » de la société Mobydoc. Voilà.

E : D'accord. Et oui j'ai vu que sur la base Joconde il y avait des photos du Arlaten. C'est vous aussi qui avez exporté ?

RUDP : Voilà, oui !

E : D'accord.

RUDP : Donc c'est par exemple ces notices-là, de textiles, c'est, encore un gros corpus textile, qui a été étudié, corrigé, expertisé ... Bon ben voilà, là on avait eu une subvention du ministère aussi.

E : D'accord.

RUDP : Et, et du coup, ces notices-là vont être aussi sur notre site.

E : Donc vous allez reprendre en fait ce travail ?

RUDP : Ben oui. Il est fait donc on va le mettre. Tout ce qu'on aura de prêt et de tout beau et de tout bien documenté, photographié, tout ça... On a le... Moi j'avais travaillé sur un export de la, on fait partie du réseau : « Rhône », de : « La maison du fleuve Rhone » à Givors et donc ben, je sais plus, l'année dernière, ou y a deux ans je m'étais occupée de l'export de notices sur le Rhône, tout ce qui concerne le Rhône dans le Museon Arlaten.

E : Oui.

RUDP : Objets, ouvrages, tout ça a été exporté dans la : « Banque de Données Fleuve Patrimoine » : BDFP.

E : D'accord.

RUDP : Voilà, donc ça c'est déjà en ligne. Ben ces notices-là, forcément, on les a encore plus, encore plus corrigées, et hop ! Elles vont être évidemment mises en ligne sur notre... Elles sont prêtes quoi.

E : Oui au moins ça vous fait un...

RUDP : Voyez on récupère tout ce qui est tout prêt et on les, on les mettra.

E : Oui j'imagine. Et donc c'est prévu ça pour ?

RUDP : Alors, en fait, donc forcément tout passe dans les collectivités par un marché public donc en fait le marché pour l'OPAC web, Mobydoc a l'obligation de fournir l'OPAC web, en prod, fin d'année donc décembre, donc la mise en ligne ça va être en janvier quoi.

E : Oui.

RUDP : Voilà.

E : Mise en ligne en janvier, en fait, du début du catalogue ?

RUDP : Voilà.

E : D'accord.

RUDP : D'une partie, pas du début mais d'une partie quoi.

E : La partie des notices enrichies, et après du catalogue aussi exporté, de toutes les références, en fait ?

RUDP : Eh ben de cette partie de la bibliothèque Mistral, voilà.

E : Parce que là c'est là où vous me disiez que vous aviez les photos pour les chercheurs qui voulaient savoir où est-ce qu'ils pourraient trouver ça ou ça. Est-ce que la base elle est aussi en ligne ?

RUDP : C'est-à-dire, je ne comprends pas ?

E : Quand au centre de documentation par exemple on fait une recherche sur Mobydoc pour savoir, est-ce qu'il y a tel objet ou tel objet, tout ce qui est notice catalographique, même s'il n'y a pas les photos, si ce n'est pas enrichi, est-ce que ce sera consultable ?

RUDP : Non.

E : Non, c'est pas un...

RUDP : Non, non. Eh non non on ne peut pas je vous disais, les notices elles sont pas suffisamment ...

E : C'est pas assez enrichi ?

RUDP : Non non.

E : Ah d'accord.

RUDP : C'est nous qui en fait par le biais d'exports...

E : D'accord.

RUDP : On décide, on on sélectionne et on décide que, telle et telle notice, sera en ligne. Mais ça sera, pas, ouais... Ce sera des morceaux choisis quoi, fin je ne sais pas, pour x raisons hein, mais, c'est c'est.

E : Je comprends.

RUDP : C'est ça.

E : Non j'avais, juste mal compris quelque chose, là c'est bon. Et, au niveau du ?

RUDP : C'est pas simple.

E : Oui. Le nouveau site internet il sera fait en 2014 vous me disiez, je crois ?

RUDP : Ouais. Alors et là à ce moment-là ben y aura un, un, est-ce que, bon moi, est-ce qu'on va continuer avec nos outils de Mobydoc ou pas, est-ce qu'on aura un autre outil de mise en ligne alors là... Là c'est beaucoup Yves qui voit ça.

E : C'est Yves qui voit ça ?

RUDP : Oui c'est Yves avec nous en fond évidemment. On est dans la sélection des outils par rapport à ce qu'on exige de l'outil, mais, voilà après, est-ce qu'on gardera Mobydoc ou pas, même pour la gestion des collections, on en sait rien, enfin...

E : D'accord donc vous verrez après ?

RUDP : Après aucun outil est parfait...

E : Après vous verrez au niveau de la conception du site ?

RUDP : Oui qu'est-ce qui est, voilà... Ouais, ouais... Qu'est-ce qui va être intégré ? Pour l'instant c'était vraiment l'urgence le, le... Justement à force de tourner, virer, n'y a rien qui a été fait, donc l'année dernière on s'est dit : « Bon, on prend l'OPAC web, ce sera mieux que rien, de toute façon le, est-ce qu'il sera, est-ce qu'il sera... Déjà est-ce que le nouveau site sera vraiment en 2014 avec le... Enfin on se méfie toujours des lourdeurs administratives.

E : Oui.

RUDP : Et, et voilà, donc au moins l'OPAC web. L'OPAC web il peut plaquer l'interface graphique, il peut se caler à notre site actuel, et donc ça sera transparent pour l'internaute, hop il n'aura même pas l'impression de basculer dans l'OPAC web et...

E : Oui c'est l'interface de recherche en fait...

RUDP : Et voilà... Et ce sera juste ça et nous on aura défini les critères de recherche et les ensembles et voilà quoi. Et puis donc, il faudra bien prévenir l'internaute qu'il n'a pas le catalogue exhaustif du musée.

E : Ce sera un marché public le site ? Ou c'est Yves qui s'occupe de contacter un webmaster ?

RUDP : C'est le service informatique du Conseil général, nous on est pilote de rien en général...

E : Ah oui, donc c'est vraiment le service du CG 13.

RUDP : Ouais. Le premier, le premier site, on nous a imposé la société.

E : Ah d'accord.

RUDP : Voilà.

E : Donc ils vous disent : « Vous travaillerez... » ?

RUDP : « Avec telle société. Définissez vos besoins ». Moi j'avais déjà été balancée un peu comme ça chef de projet, j'avais jamais fait de site internet de ma vie, bien entendu, et, et voilà, on l'a construit en équipe.

E : Là pour le nouveau site vous serez aussi intégré à la démarche ?

RUDP : Je sais pas.

E : Je...

RUDP : Je sais pas.

E : D'accord.

RUDP : Maintenant y a Yves. Après comme je m'occupe de toutes les publications, des éditions du musée, et qu'on a la chance d'avoir une direction qui, qui prend en compte, enfin pour qui la publication et l'édition est important et en fait on a toujours considéré le site internet comme un outil de, oui quasiment comme une publication, c'est pour ça.

E : Oui.

RUDP : C'est dans ce sens-là que moi j'avais été chef de projet du site, et puis de toute façon il n'y avait pas de webmaster, de toute façon il y en avait toujours qu'un demi mais après, pour la construction en tout cas et la validation éditoriale, le voilà, le contenu éditorial j'y suis forcément associée.

E : Oui.

RUDP : Voilà. Comme si c'était un ouvrage.

E : Oui puisque le contenu éditorial c'est la recherche, c'est des contenus sur le musée ?

RUDP : Ouais, ouais.

E : D'accord. Eh bien justement tout ce qui était contenus éditoriaux, y a Martin et Amélie qui m'ont expliqué comment, comment elles avaient procédé en disant qu'elles faisaient, qu'elles travaillaient avec Graal aussi. Et je voulais savoir si, quand elles étaient en train de faire les contenus des dispositifs ?

RUDP : Des multimédias ?

E : Des multimédias par exemple : « Dans telle vitrine-table on a besoin de telle photo », est-ce qu'elles allaient vers vous, demander vers le fonds, ou c'était plus des marchés publics d'icono, de recherche en iconographie qui allaient chercher des fonds particuliers ?

RUDP : Ben, il y a eu le marché avec le Graal pour, les images animées quoi, de l'année dernières, elles vous en ont parlé ?

E : Oui.

RUDP : Voilà. Après pour ce qui est dans le musée, mais ça c'était pour tout ce qui était extérieur au musée, pour ce qui est dans les collections du musée, que ce soient les collections d'objets, ou les fonds patrimoniaux d'ouvrages et enfin voilà, les, les documents 2D en général, oui comme je vous disais en fait elles préparent des paniers et au moment venu moi je donnerai à nos prestataires qui est en charge de la numérisation des listes de documents à numériser pour leurs besoins. Mais en fait c'est elles qui décident du contenu quoi.

E : D'accord. Donc vous lui donnez, enfin, j'imagine les photos aussi avec les notices ?

RUDP : Ben pour l'instant non mais après il y a une partie qui est déjà numérisée, après est-ce que c'est numérisé comme il le faut, est-ce que c'est, je ne sais pas moi, pour des zooms est-ce que c'est suffisant ? On verra, y a le temps quoi...

E : Oui.

RUDP : Pour l'instant elles sont plutôt à l'étape de la sélection.

E : Oui parce que là les contenus elles m'ont dit que c'était presque prêt mais qu'elles étaient en train de tout...

RUDP : Eh ouais ouais...

E : D'accord.

RUDP : Donc, ça sera plutôt dans un deuxième temps pour moi ça.

E : D'accord.

RUDP : Enfin je, voilà. A partir de l'année prochaine, de 2013, elles vont me dire : « On a besoin que tu fasses numériser ça, ça, ça et ça », et après moi je gère le prestataire mais ce n'est

pas moi qui, moi je ne mets pas mon nez dans, enfin sinon c'est trop quoi, si trop de monde est impliqué ça avance pas quoi.

E : Oui. Oui puisque c'est les prestataires qui numérisent...

RUDP : Voilà quoi après c'est eux qui numérisent, nous on est équipés hein. On pourrait mais on a ni le temps ni la formation pour ... On n'est pas, voilà...

E : C'est quel prestataire qui s'occupe de ?

RUDP : C'est Arkhênum qui est un marché. Mais ce sont les archives départementales qui pilotent le marché de numérisation des, des 2D. Ils sont à Bordeaux, ils sont, très spécialisés dans les numérisations d'objets de musée, enfin voilà.

E : Et vous leur faites un cahier des charges particulier ou c'est ?

RUDP : Y a eu un cahier des charges, voilà c'est un marché piloté par les archives départementales et en fait avec, une grille de x types de numérisation... Je ne sais pas, les plaques de verres, les grands formats, les petits formats, les moyens formats, les plans, les registres, les voilà, et donc nous on rentre, juste c'est nous qui payons mais le marché il a été fait par d'autres personnes quoi.

E : D'accord. Est-ce que vous pourrez m'envoyer soit le CCTP soit le marché public ?

RUDP : Je ne l'ai pas... C'est les archives.

E : Ah c'est les archives. C'était juste pour voir comment...

RUDP : Et moi un jour je peux vous montrer, j'ai juste un papier, ce qu'on appelle les BPU, afin les bordereaux de prix unitaires, enfin les DPGF a les, mais, c'est tout quoi, je n'ai pas le marché.

E : Non mais c'était juste pour...

RUDP : Voilà.

E : D'accord.

RUDP : Et je l'ai pas.

E : Et est-ce qu'avec Martine et Amélie vous participez aussi à la réflexion sur les contenus éditoriaux ou c'est tout ce qui est publication, bases de données ?

RUDP : Non. A un moment donné. C'est, ce n'est pas gérable ...

E : Oui. Ça fait trop ?

RUDP : Ouais c'est, c'est. Ils sont déjà, je ne sais pas combien... Ils sont déjà jamais d'accord...

Donc. Rires.

E : D'accord.

RUDP : Non mais voilà donc ça serait trop... J'y ai été au début, non pas au début, au milieu, associée avec Yves, j'ai participé à une ou deux réunions, mais pff, c'est, c'est, je n'ai pas le temps ah et, de passer des journées à... Voilà moi j'ai mon travail et après personne d'autres fait mon travail aussi et bon c'est, c'est super intéressant.

E : Non non je comprends. C'est juste pour savoir comment les tâches se répartissent.

RUDP : Je suis juste dans le... Ben voilà... Je suis dans l'opérationnel. Ben ouais. Ce n'est pas net parce que dans, dans l'idéal il faudrait que, que mon unité participe aussi, que la gestion des collections participe aussi, enfin, mais on ne peut pas, on n'a pas le temps.

E : Oui j'imagine que les catalogues et les notices c'est suffisamment chronophage.

RUDP : Ouais, c'est ça. Du coup, ouais. Enfin c'est super moi du coup ça m'intéresserait beaucoup hein, voilà. Mais du coup voilà, je participe plus et, la mort dans l'âme, ah c'est sûr que voilà maintenant je... On a décidé que moi je récupérais en fait juste des listes de documents à numériser. Après ...

E : Oui vous vous occupez de la numérisation pour leur donner les documents qui vont ensuite être intégrés par exemple dans les ?

RUDP : Ouais. Après par exemple la numérisation en 3D de la cour et tout ça ce n'est pas moi qui ai géré ça.

E : Oui. Oui ça aussi j'imagine que c'est des marchés publics avec des prestataires ?

RUDP : Oui ça c'est Martine et Amélie. Des fois y a une répartition qui n'est pas très logique et tout, mais qui s'explique par, ben voilà par une répartition de fait et des fois, ben voilà c'est comme ça.

E : D'accord. Non, non c'est vraiment juste pour moi, voilà pour savoir comment c'est vraiment. L'introduction du numérique, à qui poser les questions...

RUDP : Non, non, ce n'est pas facile à comprendre.

E : En fait c'était juste pour rencontrer chacune des unités, pour pas embêter avec à chaque fois avec des entretiens.

RUDP : Je ne sais pas si c'est plus clair. *Rires*

E : Non non mais en fait ça m'aide énormément parce que j'essaie de voir justement le rapport entre la documentation, comment l'image passe du service documentation à médiation en fait, donc.

RUDP : Hum hum. Ouais.

E : Par quelle étape ça passe, comment c'est modifié et ça c'est enfin, même sur le site internet c'est très...

RUDP : Oui ce n'est pas clair. Parce que ouais bon... Je ne sais pas si vous voyez un peu, plus clair.

E : Maintenant je vois vraiment plus clair sur la circulation des informations.

RUDP : La circulation.

E : Et la répartition. Et c'est vrai qu'avec des dispositifs tels que les salles d'interprétation ou les salles contemporaines y a appel en fait à énormément de documentation et Yves me disait, Martine aussi, que, c'était vraiment pour pallier, l'étroitesse dans le musée qu'on rajoutait ça.

RUDP : Tout à fait.

E : Je me disais qu'il y avait vraiment tout, tout cet aspect-là, documentaire, un peu musée, musée-médiathèque.

RUDP : Eh oui, oui oui !

E : Et justement je voudrais votre avis sur l'arrivée du numérique, justement, dans le musée, qu'est-ce que ça apporte selon vous cette médiation ?

RUDP : Ah ? Ah.

E : Cette médiation numérique avec ces objets des collections qui sortent un petit peu de...

RUDP : Je n'ai pas d'avis, j'ai trop la tête dans le guidon.

E : Non enfin c'était juste, si vous aviez des...

RUDP : Enfin, je trouve ça fantastique, enfin voilà c'est fantastique et c'est, après, pff je, je pff. Si j'avais réfléchi tellement j'ai la... Enfin... Et je m'empêche aussi de... Ce n'est pas mon rôle dans le musée et puis voilà quoi. Voyez, enfin... Y a recherche muséo. Après moi perso ... Moi perso je trouve ça génial après je suis quand même de la, de la vieille école, et je trouve que c'est toujours formidable d'avoir un objet plutôt que son image, voilà. Je pense qu'une image remplace jamais l'objet tel que, après l'image peut par contre faire aller plus loin derrière et ça oui, les contenus multimédias, c'est fantastique pour, comme outil de médiation et pour aller plus loin et en savoir plus. Après je pense que ça peut pas remplacer l'objet lui-même.

E : Oui.

RUDP : L'idéal ce serait d'avoir un musée gigantesque, avec tous les objets, qu'on puisse pouvoir présenter tous les objets en-dehors des considérations matérielles de présentation et de conservation, évidemment, mais quand même voir l'objet, et jamais rien ne remplacera l'objet.

E : Justement, cela m'intéresse cette réflexion-là.

RUDP : Enfin pour moi hein, ma réflexion perso hein.

E : Oui.

RUDP : Et jamais rien ne peut remplacer, je pense, l'objet. Par contre rien ne peut, enfin l'outil multimédia est extraordinaire dans tout ce qu'il peut, on peut aller tellement, enfin c'est infini ce que peut proposer, presque, enfin c'est infini. Mais c'est vrai que, je pense que, les contraintes qu'impose le musée, et du coup on pallie, on va pallier forcément la non-présentation de certains objets par une présentation multimédia, enfin un contenu multimédia au sens très large, et ça, ça pour moi c'est très regrettable. Mais, pour tout le monde c'est très frustrant et voilà hein.

E : Non mais justement ça m'intéresse, parce que comme je vois que, voilà, il y a énormément de collections, et que souvent, j'entends Yves qui dit : « Oui les salles, on ne peut pas tout mettre ». Donc comment on gère ça au niveau de la médiation ?

RUDP : Ah c'est des casse-têtes, c'est passionnant comme réflexion, mais c'est sûr que pour les équipes, chargées de la programmation, enfin essentiellement Martine et Amélie, à la fois ouais c'est des crève-cœur de sacrifier en-dehors encore une fois de toute considération physique, hein, conservation, et ça c'est encore autre chose, tel objet est plus présentable, sinon on finit de le détruire et voilà, exposer c'est détruire aussi un objet donc, voilà. Mais, hein, et ces choix-là des fois je suis contente de pas avoir à les faire, hein, mais à la fois c'est vrai que c'est frustrant aussi, mais c'est comme ça hein. Des fois on a l'impression de, des fois oui je peux avoir l'impression de pas participer à la rénovation, d'être que, de faire que du travail de fond, de masse, ce n'est pas trop, ce n'est pas trop dans la finesse quoi.

E : C'est plus technique ?

RUDP : Quand on fait numériser des centaines de pages et de trucs, voilà c'est pas très glamour...

E : Et ça fait partie du projet aussi ?

RUDP : Oui c'est comme ça, on porte une petite pierre, qui ne se voit pas. Voilà. Mais ... Mais bon c'est comme ça hein.

E : Non mais votre avis est intéressant sur le lien objet-image, qu'est-ce que, enfin c'est ça aussi qui m'intéresse, ce n'est pas seulement l'aspect technique des tablettes, c'est aussi l'aspect symbolique.

RUDP : Ah oui oui. Mais c'est passionnant votre...

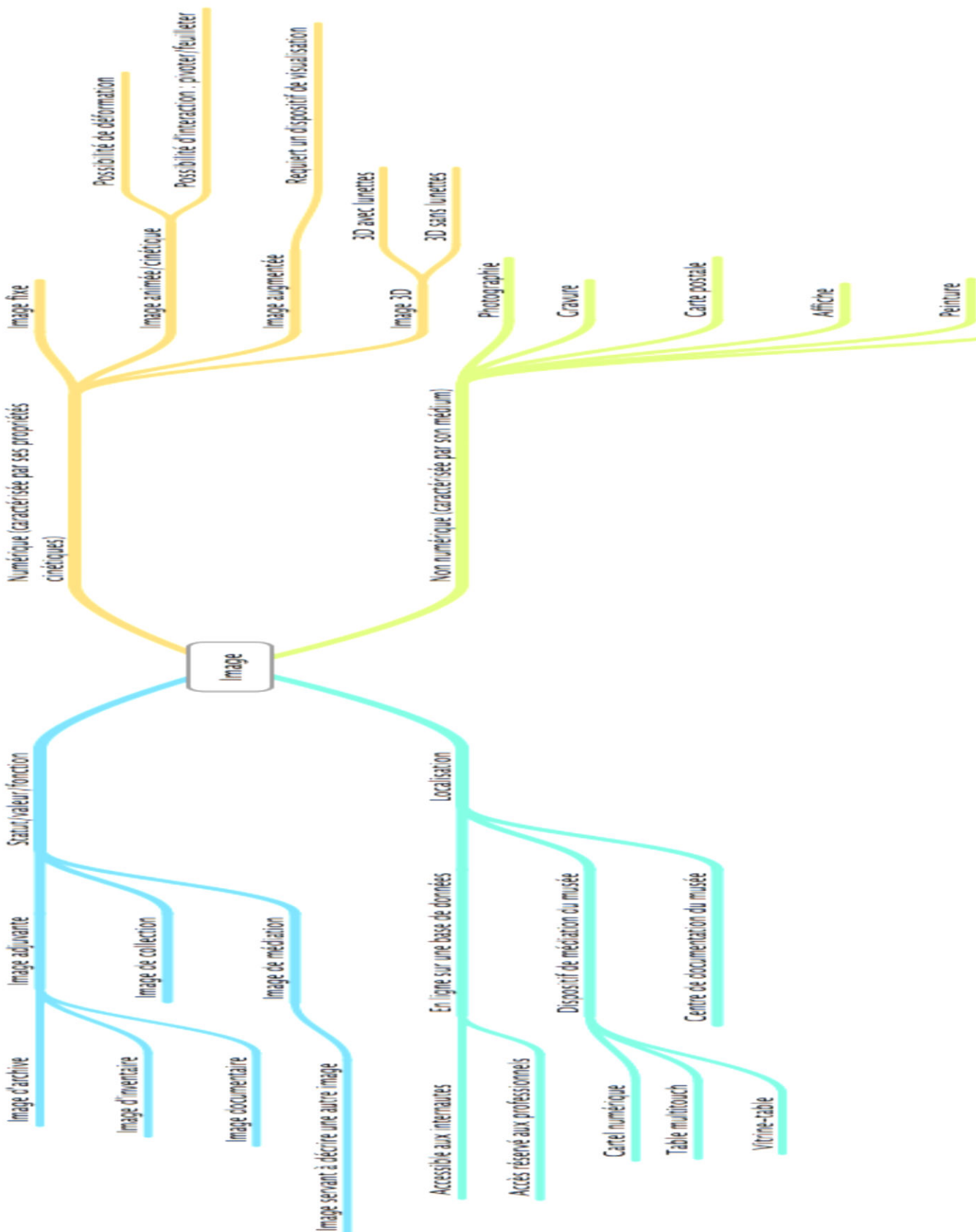
E : Et qu'est-ce que ça va faire pour le visiteur.

RUDP : Et oui et de la même façon qu'un chercheur, alors bon votre génération est, commence à se détacher de l'écrit et du matériel, mais vous pouvez, enfin je veux dire, on génère des frustrations monstrueuses, la numérisation génère des frustrations monstrueuses pour les chercheurs.

E : Ah oui ? De pas pouvoir toucher ?

RUDP : On dit : « C'est bon on vous met devant un ordi et vous avez le document », « Mais non ! Ce n'est pas le document ! », « En fait oui mais », voilà, de plus pouvoir, un manuscrit, ou voilà, un ouvrage rare et tout ça, quand même toucher l'objet ce n'est pas pareil quoi.

Annexe 11 : Carte heuristique de l'image



Annexe 12 : Corpus d'articles journalistiques

- Métro Belgique. *Des tableaux de maîtres prennent vie grâce à la réalité augmentée*. 31 mars 2016. En ligne : < <http://fr.metrotime.be/2016/03/31/must-read/des-tableaux-de-maitres-prennent-vie-grace-a-la-realite-augmentee/>>
- 24h Suisse. *Le musée du fer s'est forgée une réalité augmentée*. 17 mars 2016. En ligne : <<http://www.24heures.ch/vaud-regions/nord-vaudois-broye/musee-fer-s-forge-realite-augmentee/story/27738733>>
- La voix du nord. *Roubaix : comment la pièce maîtresse du musée La Piscine a revécu sur tablette numérique*. 17 décembre 2015. En ligne : <http://www.lavoixdunord.fr/region/roubaix-comment-la-piece-maitresse-du-musee-la-piscine-ia24b58797n3225513>
- Télérama. *Bientôt dans les musées, des visioguides futuristes à l'attention des malentendants*. 12 décembre 2015. En ligne : <http://www.telerama.fr/scenes/bientot-dans-les-musees-des-visioguides-futuristes-a-l-attention-des-malentendants,132553.php>
- Le Soir. *Avec Museomix, les geeks entrent au musée : au Musée royal de Mariemont, des bénévoles ont tout réinventé*. 11 novembre 2015. En ligne : <http://www.lesoir.be/1040271/article/victoire/air-du-temps/2015-11-11/avec-museomix-geeks-entrent-au-musee>
- France Info. *Musée de l'Homme : Too much ?* 15 octobre 2015. En ligne : <http://www.franceinfo.fr/emission/c-etait-comment/2015-2016/musee-de-l-homme-too-much-15-10-2015-19-55>
- La Presse. *Musée de la Défense aérienne : la réalité augmentée et le multimédia à la rescousse*. 11 août 2015. En ligne : <http://www.lapresse.ca/le-soleil/voyages/201508/09/01-4891448-musee-de-la-defense-aerienne-la-realite-augmentee-et-le-multimedia-a-la-rescousse.php>
- Métro Québec. *Le musée du futur s'invite dans les rues de Montréal*. 30 juillet 2015. En ligne : <http://journalmetro.com/actualites/montreal/816231/le-musee-du-futur-sinvite-dans-les-rues-du-vieux-montreal/>
- La Marne. *Musée de la grande guerre : apprendre en s'amusant*. 29 juillet 2015. En ligne : <http://www.journallamarne.fr/2015/09/22/musee-de-la-grande-guerre-apprendre-l%E2%80%99histoire-en-s%E2%80%99amusant/>
- Voir Québec. *Hacking au musée*. 15 novembre 2014. En ligne : <https://voir.ca/babel/2014/11/15/hacking-au-musee/>
- Le Télégramme. *Google Glass. Au musée, suivez le guide*. 11 novembre 2014. En ligne : <http://www.letelegramme.fr/france/google-glass-au-musee-suivez-le-guide-09-11-2014-10417408.php>

- La Presse. *Au musée, suivez un nouveau guide : des Google Glass...* 8 novembre 2014. En ligne : <http://techno.lapresse.ca/nouvelles/produits-electroniques/201411/07/01-4816851-au-musee-suivez-un-nouveau-guide-des-google-glass.php>
- Le Devoir. *Le numérique dans les musées : quelles révolutions ?* 14 août 2014. En ligne : <http://www.ledevoir.com/culture/arts-visuels/415851/le-numerique-dans-les-musees-quelle-revolution>
- La Tribune. *Quand le musée se réinvente dans le numérique.* Été 2014.
- Le Journal de Saône et Loire. *Saint-Léger-Sous-Beuvray. Les musées mis en scène.* 17 mai 2014. En ligne : <http://www.lejssl.com/edition-autun/2014/05/17/les-musees-mis-en-scene-mddo>
- Les Echos. *Dans les entrailles du musée virtuel de Google.* 5 mars 2014. En ligne : http://www.lesechos.fr/05/03/2014/LesEchos/21640-054-ECH_dans-les-entrailles-du-musee-virtuel-de-google.htm
- Bretagne actuelle. *Le numérique s'invite à la Maison-Musée Pouldu.* 20 juillet 2013. En ligne : http://www.lesechos.fr/05/03/2014/LesEchos/21640-054-ECH_dans-les-entrailles-du-musee-virtuel-de-google.htm
- Sud-Ouest. *Le musée virtuel tape dans l'œil de la Région.* 6 juillet 2013. En ligne : <http://www.sudouest.fr/2013/07/06/le-musee-virtuel-tape-dans-l-oeil-de-la-region-1107294-3097.php>
- Libération. *Le tout numérique, c'est ringard.* 23 juin 2013. En ligne : http://www.liberation.fr/evenements-libe/2013/06/23/le-tout-numerique-c-est-ringard_913048
- Courrier International. *Réalité augmentée : le Rijksmuseum fait de la résistance.* 12 avril 2013. En ligne : <http://www.courrierinternational.com/article/2013/04/12/realite-augmentee-le-rijksmuseum-fait-de-la-resistance>
- Les Echos. *Patrimoine culturel et numérique : les petites entreprises se regroupent.* 30 janvier 2013. En ligne : http://www.lesechos.fr/30/01/2013/LesEchos/21365-123-ECH_patrimoine-culturel-et-numerique---les-petites-entreprises-se-regroupent.htm
- Le Journal de Saône et Loire. *Une carte en réalité augmentée réalisée par On-Situ.* 25 janvier 2013. En ligne : <http://www.lejssl.com/edition-du-creusot/2013/01/25/une-carte-en-realite-augmentee-realisee-par-on-situ>
- La Tribune. *Réalité augmentée : demain, nous verrons le monde en surimpression.* 23 janvier 2013. En ligne : <http://www.latribune.fr/techno-medias/electronique/20130123trib000744267/realite-augmentee-google-et-microsoft-poses-sur-le-nez.html>
- Le courrier de l'Ouest. *Poitiers. La douce réalité du musée Sainte-Croix.* 15 décembre 2012. En ligne : <http://www.courrierdelouest.fr/actualite/poitiers-la-douce-realite-du-musee-sainte-croix-14-12-2012-95786>

Annexe 13 : Table des figures

FIGURE 1.	Fonction « Ajout de commentaire » sur l'iPod.	P.155
FIGURE 2.	Fonction « Favori » sur l'iPod	P.156
FIGURE 3.	Base de données des collections du musée sur l'iPod 1/3	P.157
FIGURE 4.	Base de données des collections du musée sur l'iPod 2/3	P.157
FIGURE 5.	Base de données des collections du musée sur l'iPod 3/3	P.157
FIGURE 6.	Visuel vitrine-table de la salle du Félibrige	P.191
FIGURE 7.	Visuel multi-cartel de la salle du costume du XVIII ^e siècle	P.192
FIGURE 8.	Proposition de dispositif de réalité augmentée dans la cour du musée	P.193
FIGURE 9.	Visuel de la salle d'interprétation	P.194
FIGURE 10.	Vitres <i>multitouch</i> de la salle interprétation 1/2	P.195
FIGURE 11.	Vitres <i>multitouch</i> de la salle interprétation 2/2	P.195
FIGURE 12.	Rijksmuseum	P.241

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	1
INTRODUCTION	1
PREMIÈRE PARTIE. ENJEUX DES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES POUR LA MÉDIATION AU MUSÉE D'ETHNOGRAPHIE.....	12
Chapitre 1. Contexte de la recherche.....	12
1. Eléments de contexte : historique de l'utilisation des technologies dans la médiation muséale	13
1.1 Enjeux.....	13
1.2 Historique	15
1.3 La culture numérique	16
1.4 Les logiques de continuité entre le musée et le web	18
1.5 Des écritures soumises à l'injonction de la flexibilité.....	19
1.6 Décroissance numérique et retour vers la matérialité	19
2. Regard sur les recherches portant sur la technologie dans les dispositifs de médiation en contexte muséal.....	22
2.1 Le dispositif de médiation : du support technologique à la situation de communication	22
2.1.1 Eléments de contexte.....	22
2.1.2 Mesurer l'efficacité du dispositif	23
2.1.3 L'élargissement du regard sur les usages des dispositifs	27
2.1.4 Un regard critique sur les discours d'escorte	30
2.1.5 Conclusion.....	32
3. Les ajustements de l'institution face à l'injonction numérique	32
3.1 Le musée en tension entre deux injonctions.....	32
3.2 Les logiques d'ajustement des professionnels	34
3.2.1 Le concept d'ajustement.....	34
3.2.2 S'accommoder, s'opposer, inventer	35
Chapitre 2. Interroger l'imaginaire	37
1. L'imaginaire des professionnels face à l'injonction numérique.....	37
1.1 Le questionnement	37

1.1.1 Le rapport à la médiation	38
1.1.2 Le rapport aux collections	40
1.1.3 Les pratiques des professionnels	41
1.2 Le choix des dispositifs à observer	42
2. Hypothèses.....	43
Chapitre 3. Cadre théorique et concepts opératoires.....	45
1. Le dispositif numérique pour la médiation	45
1.1 Médiation et technologie	45
1.1.1 L'expression « dispositif numérique pour la médiation ».....	45
1.1.2 Précisions terminologiques à propos de la médiation	46
1.1.3 Précisions terminologiques à propos des technologies	47
1.1.4 Précisions terminologiques à propos du dispositif	48
1.2 Immédiateté et médiation	49
1.3 Médias informatisés et architextes	52
1.4 Les contenus des dispositifs numériques pour la médiation	53
1.4.1 Modification de l'image numérique	54
1.4.2 Une indécision quant à la valeur de l'image : image de collection ou image adjuvante ?.....	58
1.4.3 Image et photographie ethnographique	60
2. L'imaginaire du numérique face à l'injonction techniciste	63
2.1 Définir l'imaginaire.....	63
2.1.1 L'imaginaire n'est pas l'idéologie.....	63
2.1.2 L'imaginaire n'est pas la représentation sociale	65
2.1.3 L'imaginaire comme attente.....	65
2.1.4 L'imaginaire pour observer les logiques de réquisition numérique.....	66
2.1.5 Les logiques de réquisition numérique dans le domaine culturel	68
2.2 Eléments de contexte : imaginaire participatif et réquisition numérique	71
2.2.1 Enjeux des dispositifs participatifs dans l'histoire de l'action culturelle.....	72
2.2.2 Des écomusées à la médiation participative : contexte et enjeux de la participation du public au musée	74
2.2.3 Démocratie participative et culture numérique	76
2.2.4 Distinguer les dispositifs participatifs	79
2.2.5 Conclusion.....	86
2.3 L'imaginaire technophile des dispositifs numériques en contexte muséal	87

2.3.1 La facilité.....	88
2.3.2 La nécessité	88
2.3.3 L'attractivité	89
2.3.4 La nouveauté	90
2.3.5 Démocratisation culturelle	90
2.3.6 Conclusion.....	91
DEUXIÈME PARTIE. ANALYSER L'IMAGINAIRE DES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES POUR LA MÉDIATION AU MUSÉE D'ETHNOGRAPHIE	92
Chapitre 1. Comprendre le projet de rénovation numérique du Museon Arlaten	92
1. Interroger un projet de rénovation réflexif	92
1.1 Les enjeux institutionnels de la rénovation du Museon Arlaten	93
1.1.1 « L'invention de la tradition ».....	95
1.1.2 « Le musée du musée »	96
1.1.3 La fonction des dispositifs numériques au Museon Arlaten	98
1.1.4 Le rapport aux collections	99
1.2 La volonté de réflexivité au musée d'ethnographie : éléments de contexte.....	102
1.2.1 La médiation au musée d'ethnographie	102
1.2.2 Vers une muséographie réflexive	102
1.2.3 Dispositifs numériques et réflexivité.....	105
1.3 Observer la réalisation de dispositifs numériques par l'angle du projet	106
2. Les techniques d'enquêtes	108
2.1 Décrire le projet technologique en contexte muséal	108
2.2 Le choix de l'enquête ethnographique	111
2.2.1 Le déroulement de l'enquête au Museon Arlaten	111
2.2.2 La collecte de documents	113
2.2.3 Les entretiens semi-directifs.....	113
2.2.4 L'observation participante.....	114
3. Les méthodes d'analyse.....	116
3.1 Analyse de contenu et classement thématique	116
3.2 Le classement thématique	117
3.2.1 La gestion de l'obsolescence.....	117
3.2.2 L'anticipation des publics	118
3.2.3 Le rapport au savoir.....	118

Chapitre 2. Enquête préalable : analyse comparative des discours d’escorte portant sur les dispositifs numériques pour la médiation 120

1. Les discours d’escorte sur la technologie	120
2. Les discours extérieurs à l’institution	122
2.1 Discours officiels.....	122
2.2 Discours journalistiques	126
2.2.1 Un discours enchanté sur l’équipement numérique des musées	127
2.2.2 La rhétorique du changement de paradigme	131
2.2.3 Le discours critique sur les dispositifs numériques : limites, inquiétudes et résistances.....	134
3. Les discours liés à l’institution	136
3.1 Discours des professionnels en journées d’étude	136
3.2. Discours des professionnels de musée sur leurs blogs	139
3.3. Les discours de l’évènement Museomix	144
4. Les discours de l’institution	147
4.1 Le déroulement de l’enquête de pré-terrain au musée Mc Cord	147
4.1.1 Les enjeux de la médiation au musée Mc Cord.....	148
4.1.2 I-Montréal – Le collectionneur	150
4.1.3 Le Golden Square Mile : hier et aujourd’hui	151
4.1.4 Date des entretiens et des observations	152
4.2 Enjeux des dispositifs numériques pour la médiation au musée Mc Cord.....	152
4.2.1 Les repositionnements professionnels.....	153
4.2.2 L’imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation	162
5. Conclusion sur les discours d’escorte	177

TROISIÈME PARTIE. IMAGINAIRES ET AJUSTEMENTS DU MUSÉE D’ETHNOGRAPHIE LORS DE LA CONCEPTION DE DISPOSITIFS NUMÉRIQUES POUR LA MÉDIATION 179

Chapitre 1. Le repositionnement institutionnel du Museon Arlaten : éléments de contexte..... 180

1. Présentation des enjeux du projet de rénovation du Museon Arlaten	180
1.1 Le projet de conception des dispositifs numériques dans les documents de communication	180
1.1.1 Une rénovation complète	180

1.1.2 Un musée de société contemporain	181
1.1.3 L'intégration des technologies pour favoriser l'accessibilité.....	183
1.2 L'anticipation de l'utilisation des dispositifs dans les visuels des prototypes	184
1.2.1 Le dispositif.....	185
1.2.2 La représentation des visiteurs	187
2. L'organisation du musée	190
2.1 Le pilotage du projet en interne.....	191
2.2 La collaboration entre le musée et l'assistant à maîtrise d'ouvrage.....	192
2.3 La collaboration entre le musée et l'agence d'architecture.....	194
3. Les ajustements professionnels	197
3.1 La formation en autodidacte des médiateurs.....	197
3.2 Mise en place d'une stratégie numérique globale	199
3.3 Le développement de la médiation documentaire.....	200
3.4 Les logiques de conception : « le travail à l'endroit et le travail à l'envers ».....	201
3.5 Les temps de la rénovation.....	202
Chapitre 2. L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au Museon Arlaten	206
1. Les attentes des professionnels envers les dispositifs numériques	207
1.1 L'aspect cognitif.....	208
1.1.1 Supplémentarité, complémentarité et remplacement	208
1.1.2 L'extension symbolique de l'espace muséal : « ça va ouvrir comme un second musée ».....	210
1.1.3 L'opérationnalisation de l'objectif de réflexivité par le numérique.....	213
1.2 L'aspect expérientiel	216
1.2.1 La diversification.....	216
1.2.3 Le récit.....	217
1.2.4 Dynamisme et interactivité.....	217
1.2.5 La possibilité de modifier l'image	220
1.2.6 L'intuitivité.....	221
1.2.7 Les jeux	221
1.2.8 L'expérience sensible	223
1.2.9 L'immersion	223
1.2.10 Les émotions	224
1.2.11 Adapter l'expérience de visite.....	225

1.2.12 Les références à d'autres supports technologiques	226
1.3 L'aspect institutionnel : l'influence des dispositifs numériques sur l'image du musée	228
1.3.1 Repositionner l'image du musée pour les visiteurs.....	228
1.3.2 Repositionner l'image du musée pour les professionnels	229
1.3.3 Repositionner la terminologie	230
2. L'imaginaire du numérique raisonné	231
2.1 Pertinence du contenu et invisibilité du contenant : le numérique discret	231
2.2 Répondre aux enjeux de la muséographie	235
2.3 Le rapport à l'innovation.....	236
2.4 La critique des discours d'escorte sur le numérique : « Se jeter sur le numérique » et « se couper les ailes »	237
3. L'anticipation des publics	240
3.1 Les réactions positives : un public curieux et coopératif	241
3.2 Les réactions négatives : un public désemparé et mal à l'aise	242
3.3 Éviter la surcharge informationnelle	244
3.4 La partition par l'âge	245
4. Enjeux des dispositifs numériques sur la muséographie.....	248
4.1 L'évolution du rapport à l'objet par l'apport documentaire.....	248
4.2 Une muséographie numérique privilégiant la consultation au service de la réflexivité	250
4.3 L'objet prétexte : une inversion du rapport collection/médiation	252
4.4 Des images de médiation.....	253
Conclusion	254
Conclusion générale.....	260
1. Imaginaire du numérique au musée et conception de la médiation	261
2. Pistes de recherches	269
BIBLIOGRAPHIE	272
TABLE DES MATIÈRES.....	200