

## Introduction

Cécile Tardy et Lise Renaud

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/6480>

DOI : 10.4000/edc.6480

ISSN : 2101-0366

### Éditeur

Université de Lille

### Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2016

Pagination : 7-16

ISBN : 978-2-917562-15-4

ISSN : 1270-6841

### Référence électronique

Cécile Tardy et Lise Renaud, « Introduction », *Études de communication* [En ligne], 46 | 2016, mis en ligne le 01 juin 2018, consulté le 23 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/edc/6480> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/edc.6480>

---

# Introduction

## *Introduction*

Cécile Tardy

Univ. Lille, EA 4073 - GERiiCO - Groupement d'Études et de Recherche  
Interdisciplinaire en Information et Communication, F-59000 Lille,  
France  
cecile.tardy@univ-lille3.fr

Lise Renaud

Équipe Culture et Communication du Centre Norbert Élias (UMR 8562),  
Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse  
lise.renaud@univ-avignon.fr

Considérer les médias numériques comme des techniques susceptibles de générer de l'innovation est un argument régulièrement convoqué par les institutions patrimoniales pour présenter et soutenir le déploiement de politiques de numérisation ou de mise en place d'outils et de logiciels informatiques de médiation patrimoniale. Pour exemple, les appels d'offre concernant la mise en place de services culturels innovants accordent une large place à ces techniques, devenant quasi-incontournables lors de la recherche de subventions. Les médias numériques sont ainsi appréhendés et représentés comme les garants du caractère moderne des musées et de leur pleine compréhension des publics dans la mesure où l'appropriation du numérique et de ses outils par ces organisations, se voit justifier par la prise en considération dans leur politique de pratiques sociales contemporaines. Si cette rhétorique discursive permet aux acteurs de donner du sens aux politiques institutionnelles, elle souligne aussi que le tournant communicationnel des musées et plus largement des sites patrimoniaux (Davallon, 1997; Jacobi, 2012) – tournant qui peut s'envisager comme l'une des matérialisations de l'introduction dès les années 80, des logiques de gestion et de marketing au sein de ces institutions – est d'une part en adéquation avec les promesses escortant les usages des médias numériques et d'autre part que ces derniers sont conçus, déployés et appropriés dans une organisation qui semble particulièrement sensible aux mutations<sup>1</sup>. En d'autres termes, interroger la manière dont le domaine des médiations patrimoniales est affecté par le développement des usages des médias numériques ne peut se faire sans prendre en compte toute la mesure de ce besoin de renouvellement institutionnel comme élément moteur des pratiques associées.

À la suite du précédent numéro d'*Études de Communication*, les articles réunis ici interrogent ainsi les transformations et déplacements dans le domaine muséal, dans un contexte où prime l'injonction à l'innovation numérique. Cependant, le parti pris de ce dossier n'est pas l'analyse de l'innovation en tant que telle. Il s'agit davantage de l'appréhender comme un moment qui re-donne à observer et à comprendre pour les chercheurs ce qui se passe au sein de ces institutions en matière notamment de circulation et d'appropriation des collections, de modalités de visites, de pratiques professionnelles. Comme la sociologie de l'innovation (N. Alter, 2000; G. Gaglio, 2012) ne cesse de le rappeler, la distinction entre l'invention et l'innovation repose sur un processus essentiel et incertain, celui de son adoption, de son appropriation par un groupe social. Étudier des contextes qualifiés d'innovants implique de fait de focaliser son attention, non sur les dits « nouveaux » objets techniques et patrimoniaux car numériques, mais davantage sur ce qu'en font et en disent les acteurs

1 Les évolutions contemporaines du musée sont régulièrement interrogées par les chercheurs en muséologie. L'ampleur des mutations depuis les années 80 est parfois considérée comme telle qu'elle peut amener à questionner la potentialité d'une rupture dans la définition même de l'institution muséale (Regourd, 2012, 9).

dans un mouvement plus global qui tend à faire de l'exceptionnel la norme. Si les médiations des patrimoines sont en prise avec une forme d'acculturation numérique, c'est du fait des déplacements de configurations qu'elle initie, qu'ils s'agissent du déplacement des formes d'autorité, de la mise en place de collaborations inédites, de l'accès dévoilé à la construction des savoirs ou de la diversification des modalités de présentations des patrimoines.

Les articles rassemblés analysent la manière dont l'appropriation de la culture numérique par les institutions muséales éprouve des configurations établies, met en mouvements et de fait en tension, des pratiques ordinaires, des rituels et des habitudes<sup>2</sup>. Toutefois, loin de se contenter de pointer ce que l'injonction à l'innovation numérique fait aux musées, ces textes interrogent ce que les musées font de cette injonction, c'est-à-dire comment ils traduisent et inscrivent (Akrich, 1993) dans des projets et des dispositifs techniques leurs propres enjeux et participent ainsi à la construction et à la définition d'une culture numérique.

En éclairage à la lecture de ce dossier, trois caractéristiques qualifiant les contextes qui traversent les articles méritent d'être soulignées car elles permettent de cerner les relations qui se tissent entre innovation, médiations patrimoniales et culture numérique au sein du musée et d'entrevoir de quelles manières celles-ci bousculent les pratiques sociales et culturelles qui se déroulent d'ordinaire dans l'espace muséal.

En considérant le musée comme l'espace d'une rencontre sociale et symbolique entre objets, savoirs et publics, régulée par l'institution (Davallon, 1992), l'usage de dispositifs numériques semblent offrir des potentialités permettant de travailler les conditions de la rencontre entre public et patrimoine. Cet enjeu se joue principalement à deux niveaux. D'une part, l'introduction de dispositifs techniques utilisés dans des espaces sociaux autres que celui du musée s'accompagne d'un transfert dans l'espace muséal des pratiques associées et autorisent de fait des comportements, des postures, des échanges qui jusqu'ici n'y avaient pas cours. Il est entendu que cela ne signifie pas que les pratiques dans chaque espace social sont identiques – on n'utilise pas sa tablette ou son mobile de la même façon dans un café que dans un musée – mais cela montre surtout que l'exceptionnel, l'innovant repose moins sur le dispositif en lui-même que sur ce que sa pratique donne à voir comme comportements considérés hors-normes dans un espace public réglementé. Le caractère innovant de l'expérience ressentie par les visiteurs repose en ce sens davantage sur le décalage entre les gestes qui semblaient proscrits et qui

2 Rappelons que le « musée est un lieu d'actions 'ritualisées', c'est-à-dire à la fois réglées avec précision et regroupées selon des séquences de gestes signifiants tels que les gestes de contemplation, de consultation, de conservation, etc. De plus, chaque geste correspond à des acteurs sociaux bien spécifiés: visiteurs, conservateurs, spécialistes ou administrateurs » (Davallon, 1992, 104).

deviennent admis, que sur les dispositifs eux-mêmes. Ainsi, l'on peut relever dans ce contexte, le rôle que joue l'imaginaire de comportements considérés comme adaptés au musée dans l'expérience d'une rencontre renouvelée avec le patrimoine. En participant au cadre de référence des gestes et actions, il délimite la perception de l'inhabituel. D'autre part, la numérisation des collections oblige les musées à repenser les modalités d'accès à leurs patrimoines numérisés, tant au niveau de leur circulation que de leur usage, en mettant à l'épreuve les systèmes de régulation patrimoniale habituels. Le musée peut en effet être considéré comme une instance d'énonciation qui, pour remplir ses missions de diffusion et de valorisation, opère des choix énonciatifs visant le cadrage de l'interprétation. Or, la numérisation des collections, la circulation des images numériques des objets patrimoniaux s'accompagne pour partie d'une mise à l'épreuve du contrôle de la production et de la circulation des discours de médiation patrimoniale. Dans ce contexte, les musées élaborent des stratégies numériques et des politiques d'énonciation éditoriale les plus à mêmes de traduire en fonction des normes imposées ce qu'ils considèrent comme le fondement de leur identité. Le contrôle et la régulation discursive dans l'espace numérique se trouveraient-ils ainsi réduits à une question de choix des formats et des protocoles ?

Parallèlement, les usages des médias numériques dans le domaine patrimonial œuvrent au dévoilement du caractère construit autant de l'exposition comme mise en scène que de la patrimonialisation comme opération symbolique d'attribution d'une valeur patrimoniale à des objets matériels ou immatériels. En s'inscrivant dans les écrits d'écrans, les stratégies des acteurs se révèlent. Certains gestes de patrimonialisation (tri, sélection, inventaire) gagnent en visibilité. Les coulisses de la médiatisation muséale se donnent à voir. Or ce dévoilement peut s'interpréter comme s'accompagnant d'un double effet. D'une part, en publiant et invitant certains publics à effectuer des gestes patrimoniaux préalables à l'exposition, les professionnels du musée leur donnent aussi à saisir comment se construit le patrimoine, et ainsi instituent une médiation patrimoniale. D'autre part, rendre publique des actions qui s'effectuaient en coulisses pose les conditions d'une ouverture à la discussion voire à l'évaluation et à la contestation des critères, des choix effectués en fonction des missions de l'institution muséale. Ce phénomène renforce ainsi le fait que cette organisation soit de plus en plus sommée de justifier les opérations et les actions qu'elle met en œuvre auprès de ses publics.

Ces contextes conduisent aussi à prendre toute la mesure du poids des compétences numériques dans un espace social comme le musée. Ces compétences sont à comprendre à la fois comme des savoirs et des savoir-faire sur le fonctionnement du numérique et de ses objets. Leur maîtrise devient un enjeu stratégique tant pour l'institution muséale que pour les acteurs qui la composent, publics compris. Elle justifie la présence d'acteurs experts du numérique dans le champ muséal (agences de webdesign, organismes de numérisation, etc.) et l'émergence de fonctions spécifiques au sein des musées.

Toutefois, le pouvoir symbolique accordé à la possession et la maîtrise des médias numériques interroge la redistribution des rôles et des prises de décisions au sein de l'institution. Jusqu'à quel point celui qui possède ces compétences est-il celui qui décide? Et dans quelle mesure son expertise intervient-elle dans les choix qui s'opèrent en termes de conservation, de recherche, de médiation et d'exposition? En outre, les contextes étudiés montrent la possibilité de réunir de multiples compétences à travers des démarches collaboratives intégrées à la conception entre laboratoires de recherche, institutions patrimoniales et concepteurs d'outils. Cette forme de collaboration évite de limiter la portée des analyses menées: les interrogations ne se résument pas à l'évaluation de la performance des dispositifs; l'utilisateur n'est pas réduit au rôle d'émetteur d'avis ou de recommandations. À travers la co-conception et la co-construction de savoirs, ces collaborations permettent de déployer des protocoles et méthodologies de recherche originales les plus à même de saisir les situations étudiées dans leur complexité. En d'autres termes, ces logiques collaboratives visent à répondre à des questionnements et des explorations requérant un haut niveau d'expertise et nécessitant différentes focales sur les objets étudiés, à la fois sur les usages sociaux et culturels du musée, sur la médiation de corpus numériques de patrimoines, sur la modélisation des données du patrimoine.

Enfin, l'intérêt central des contextes étudiés est de montrer que la créativité n'est pas seulement là où on l'attend, notamment dans le développement technologique et la conception-réalisation éditoriale. L'étude de terrains diversifiés met en effet en lumière la capacité d'adaptation et la réflexivité des acteurs sociaux, qu'ils soient professionnels de musées ou publics. Loin d'être naïfs quant à la dimension idéologique des discours autour du numérique, ces derniers composent avec le cadre de l'injonction à l'innovation et font eux-aussi preuve d'inventivité, non pas dans les dispositifs qu'ils déploient, mais davantage dans le fait de travailler au renouvellement de la conception des façons d'être (et de vivre le) au musée.

Les six articles réunis dans ce numéro sont ordonnés autour de trois entrées thématiques qui permettent d'explorer des pistes d'analyse des évolutions en cours dans le domaine des médiations patrimoniales confronté à la constitution d'une culture numérique. La première thématique aborde la culture numérique du point de vue de l'usage des dispositifs techno-sémiotiques par les institutions patrimoniales; la deuxième interroge la redéfinition des acteurs traditionnels de la médiation culturelle ainsi que celle de pratiques professionnelles confirmées; la troisième regarde ce qui se passe du côté des publics et de leurs expériences culturelles.

Le dossier s'ouvre sur les enjeux de la transformation des patrimoines en données informationnelles, qui fait suite aux vastes programmes et aux politiques de numérisation des collections muséales. Cette entreprise de conservation et d'inventaire adossée à des techniques d'informatisation a généré l'apparition de nouveaux objets culturels dont les chercheurs interrogent aujourd'hui les

modalités de circulation vers les publics des musées et les amateurs de sciences. Avec Brigitte Juanals et Jean-Luc Minel, nous suivons les enjeux institutionnels des différentes stratégies éditoriales adoptées par de grands musées européens et nord-américains pour exposer leurs données patrimoniales dans le web de données ouvert. Les auteurs analysent les tensions autour de la constitution d'un « espace culturel inter-muséal » qui requiert de s'approprier des normes internationales pour favoriser l'interopérabilité tout en préservant des cultures organisationnelles qui ont aussi œuvré à la création de leur propre logique documentaire. Cet article donne à voir une culture numérique qui participe d'une prescription au cœur de la matérialité des plateformes, des modèles informatiques, des normes internationales, ainsi que des politiques et pratiques éditoriales. Avec Lisa Chupin, ce sont les enjeux de la pratique informationnelle participative dédiée aux collections d'histoire naturelle numérisées qui retiennent l'attention. Des institutions conservant ce type de collections introduisent une nouvelle offre de médiation culturelle (une plateforme de transcription d'herbiers) reposant sur une tâche documentaire initialement dévolue à des spécialistes. L'auteur examine les enjeux liés à cette activité d'indexation sociale dont celui de l'organisation institutionnelle de la participation des internautes. D'une part la participation au traitement documentaire nécessite des méthodes, des dispositifs, des politiques, qui conditionnent la mise en place des apprentissages, des échanges et des opérations d'interprétation des contributeurs. D'autre part, l'adhésion au projet participatif se nourrit du travail d'appropriation des techniques documentaires par les contributeurs qui leur permet d'acquérir de l'autonomie dans le développement des discussions et des connaissances et de l'intérêt pour la découverte des herbiers.

L'innovation technologique et les évolutions des pratiques médiatiques des publics de musées constituent un marché attractif pour des acteurs investis dans la conception et la production de dispositifs médiatiques tels que des murs d'écrans tactiles ou des applications mobiles. Dans son article, Ronan German s'intéresse à trois agences américaines qui proposent leurs prestations de médiation culturelle aux musées. Ce n'est ni la négociation d'un marché ou sa réalisation qui est au centre de l'analyse, ni encore une évaluation des capacités des dispositifs proposés à accompagner la visite muséale. Il s'agit de prendre en compte la manière dont ces agences se représentent leur intervention dans la médiation culturelle et patrimoniale au musée, à travers l'analyse sémiologique d'un corpus de vidéos promotionnelles conçues pour convaincre et séduire des responsables de musées. Cette façon d'anticiper leur présence au musée les amène à livrer leur représentation des publics de musées, de leurs conduites, de leurs compétences, de leurs rapports aux savoirs et à l'expérience muséale. Alors que ces acteurs, à travers leurs vidéos promotionnelles, évacuent la médiation humaine au profit des seuls dispositifs, l'article d'Éva Sandri nous ramène à ce qui se discute au sein du musée pour les professionnels de la médiation, face à une injonction à l'innovation numérique et une « attractivité supposée des outils ». À partir de l'observation

de deux musées de société et d'ethnographie ainsi que d'entretiens avec leurs responsables de la médiation et des publics, l'auteur fait apparaître comment les professionnels mettent en jeu leur culture, leur connaissance et savoir-faire de la médiation pour ajuster leurs propres pratiques aux désirs des publics et aux formes de prescription portées par les techniques, les discours et les politiques institutionnelles.

Enfin, le dossier se tourne vers des approches qui visent à comprendre les publics et leurs expériences de visite muséale dans le cadre de différentes expérimentations. L'article présenté par Fanny Bougenies, Sylvie Leleu-Merviel et Laurent Sparrow, se penche sur l'évaluation de l'apport d'une visite accompagnée par une application sur tablette dans un musée des Beaux-Arts pour un public composé pour partie d'enfants présentant des handicaps et des difficultés à communiquer verbalement. Les chercheurs expliquent l'intérêt de leur protocole mobilisant des outils de la psychologie cognitive (mesures physiologiques et motivationnelles) pour prendre en compte le retour d'expériences de ces publics. Si la présence de l'utilisation de la tablette augmente leur capacité à visiter l'exposition (rend la visite possible, autonomise l'enfant, favorise sa concentration...), les résultats montrent surtout qu'en se situant au niveau de l'individu, la démarche de recherche proposée permet de saisir l'extrême diversité des expériences vécues et ressenties. Pour finir, Juliette Dalbavie, Émilie Da Lage et Michèle Gellereau analysent l'expérience culturelle lorsqu'elle intègre l'usage d'un dispositif numérique à partir d'une méthodologie qui vise à tenir ensemble les situations de visite, les formes de médiation construites par les dispositifs et l'activité interprétative des usagers. Cette approche élargie de situations de médiations patrimoniales est appliquée à l'étude de trois projets dits d'« expériences interactives » situés en contexte muséal et urbain. Elle permet de se décaler de l'injonction à l'innovation en abordant le dispositif numérique à partir des pratiques d'appropriation des publics, de leur capacité à s'impliquer dans une activité, telle l'écoute individuelle en public, à opérer des choix, comme activer et organiser les bribes d'un scénario narratif, à produire des interprétations et à s'engager corporellement.

Au final, ces deux numéros successifs d'*Études de communication* ne préjugent pas de modifications plus durables ou plus majeures que d'autres dans notre rapport aux patrimoines en relation avec la constitution d'une culture numérique. Ils mobilisent notre attention autour d'une série de processus d'évolution ou en émergence ainsi que de la connaissance de différentes démarches de recherche qui travaillent actuellement à les rendre observables et compréhensibles. Par-delà une conception de l'innovation qui privilégie entre autres l'immédiateté des échanges, l'abolition des contraintes spatiotemporelles ou encore la transparence des dispositifs, la conception de l'innovation par la médiation permet d'interroger les enjeux techniques, sociaux et politiques en regardant ce qui se passe au sein même de la matérialité du dispositif et dans son intrication avec les pratiques sociales et les stratégies institutionnelles. Cette perspective fait apparaître de nombreuses questions qui jalonnent l'ensemble



des textes, telles la pluralité des temporalités et des mémoires engagées dans la culture numérique, les modalités d'inscription de la pratique numérique dans des espaces et des logiques d'acteurs, l'incorporation de formes d'autorités dans les dispositifs, la part prise par les usagers dans le renouveau d'expériences culturelles et de médiations informationnelles et documentaires.

## Bibliographie

Akrich M. (1993). « Les formes de la médiation technique ». In *Réseaux*, n° 60, Lavoisier, pp. 87-98.

Alter N. (2000). *L'innovation ordinaire*, Paris, PUF, 2000.

Davallon J. (1992). « Le musée est-il vraiment un média ? ». In *Publics et Musées*, n° 2, pp. 99-123.

Davallon J. (1997). « L'évolution du rôle des musées ». In *La lettre de l'OCIM*, n° 49, pp. 4-8.

Jacobi D. (2012). « Le tournant communicationnel des musées et la naissance de la muséologie universitaire française ». In Meunier A. et Luckerhoff J. (dirs.), *La muséologie, champ de théories et de pratiques*, Coll. Publics et culture, Québec, PUQ, pp. 133-150.

Gaglio G. (2012). *Sociologie de l'innovation*, Paris, PUF, coll. Que sais-je ?

Regourd M. (sous la dir.) (2012), *Musées en mutation. Un espace public à revisiter*, Paris, L'Harmattan.

