

## La médiation muséale au prisme du numérique

*Appel à article pour le N°16 de La Revue française des Sciences de l'information et de la communication dirigé par :*

**Cristina BADULESCU**, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Poitiers, Laboratoire CEREGE EA 1722

**Valérie-Inés DE LA VILLE**, Professeur des Universités en Sciences de Gestion, Directrice du CEPE (Centre européen des produits de l'enfant), Université de Poitiers, Laboratoire CEREGE EA 1722

Les logiques des cultures numériques (l'ouverture des données, la co-création, la collaboration, les médiations en ligne, les pratiques de détournement sur l'internet, etc.) font de l'expérience des collections au sein des institutions culturelles une forme de « muséologie participative » (Chaumier, 2007), un processus d'extension de soi, de coproduction et d'appropriation. Interroger les aspects de la valorisation muséale et patrimoniale rendus possibles par les médias numériques revient d'un côté, à s'intéresser aux outils de médiation interactifs, à leur création et aux stratégies envisagées par les institutions dans la mise en place de ces techniques. D'un autre côté, ce projet suppose d'analyser les nouvelles pratiques d'usage des publics. Les dispositifs numériques ainsi que les formes de médiation qu'ils apportent interrogent sur les changements opérés dans la muséologie où les frontières se déplacent du côté de la copie, du double virtuel, d'un réel désormais concurrencé et où les notions d'appropriation et de partage sont également à réévaluer.

Les institutions culturelles se positionnent actuellement dans un contexte de redéfinition organisationnelle où les stratégies numériques s'inscrivent dans les pratiques des professionnels de la culture comme dans les offres de médiation des musées. L'usage des innovations numériques dans le champ muséal constitue un levier à la fois de valorisation et de communication pour les professionnels de la culture. Les musées sont ainsi confrontés aux enjeux des grands chantiers de numérisation des collections, à la mutualisation de catalogues partagés, ainsi qu'à la réalisation de dispositifs numériques. Nous observons également de la part des musées une volonté de s'inscrire dans la mouvance d'une culture numérique contemporaine, dominée par des attentes expérientielles du public qui se veulent à la fois interactives, ludiques et cognitives. Il s'agit alors pour les musées de connaître et d'intégrer les pratiques culturelles numériques des visiteurs (enfants, adultes, visite familiale) et de prendre en compte leur intérêt croissant pour les expériences renouvelées que procurent les technologies numériques.

L'émergence des dispositifs numériques (de communication, de médiation ou de monstration) au musée marque une mutation profonde dans le champ muséal et participe d'une inscription symbolique du musée qui oblige à reconsidérer le rapport aux collections, à la documentation et au parcours muséographique, tout comme le statut du public. Florence Andreacola (2014) souligne les divers enjeux entourant l'introduction du numérique au musée : interaction, adaptation, personnalisation, appropriation et participation sont autant de promesses qui accompagnent la conception et le déploiement des outils numériques de médiation culturelle en ligne et *in situ*.

Réfléchir à la valorisation et à la médiation des connaissances et savoirs en contexte numérique revient à questionner les mutations du champ culturel sur trois aspects :

**1/ La notion de médiation** mérite d'être réinterrogée. Si les premières études présentent ce concept comme une aide intégrée à la muséologie (dans ce cas, l'objet patrimonial opère comme vecteur de médiation, Davallon, 1999), les recherches mettent plus tard l'accent sur le rôle du tiers, du médiateur comme passeur (Caune, 2002, Caillet, 1999, etc). L'émergence des médias numériques nous oblige à réinterroger ce concept, et surtout à le faire évoluer vers l'idée de

Badulescu, 2018).

L'étude de la littérature scientifique révèle que l'expression « médiation numérique » porte en elle une ambiguïté sémantique car elle peut désigner à la fois la médiation des technologies ou bien la médiation culturelle par les technologies (Sandri, 2016). Si d'un point de vue institutionnel, l'expression « médiation numérique » fait référence à l'accompagnement des publics dans leur utilisation des technologies, les recherches en sciences humaines et sociales suivent deux tendances. D'un côté certains travaux (Gentès 2008 ; Belaën, 2011 ; Lesaffre, Watremez et Flon, 2014) abordent la médiation numérique comme une juxtaposition du technologique et du culturel et proposent une interrogation sur les enjeux et les conséquences du premier sur le second, en termes d'analyse d'interfaces et d'usages. De l'autre côté, d'autres recherches abordent la médiation numérique comme l'articulation entre le contenu culturel et les pratiques numériques visant à établir un pont entre le discours muséal et le public (Casemajor Loustau, 2012; De Bideran, 2017).

Comment le numérique nous amène à repenser le rapport à la médiation, aux collections comme aux pratiques des publics ?

2/ Evoquer la valorisation muséale numérique consiste à définir **et à analyser les dispositifs de médiation et de communication** suivant deux axes de recherche : l'un, dédié aux « espaces/objets culturels et numériques » dans leur rapport à la connaissance ; l'autre, lié aux pratiques d'usage « des publics ciblés » dans une démarche institutionnelle de démocratisation des savoirs et de la culture. L'analyse des dispositifs de médiation numérique permet aussi de questionner les promesses majeures du numérique (Sandri, 2016) qu'il s'agisse des potentialités technologiques des supports (interactivité, dématérialisation, transparence et accessibilité) ou les effets des sens de contenus numériques sur le visiteur (interprétation, réflexivité, collaboration, mais aussi ludification et convivialité). L'introduction des dispositifs de médiation numérique au sein de l'environnement muséal doit être envisagée comme une réactualisation médiatique et interactive de contenus documentaires plus classiques telles que les visites guidées (Gellereau, 2007 ; Fraysse, 2015). En ce sens, on peut se demander comment ces technologies numériques jamais utilisées auparavant dans une exposition s'ajustent aux dispositifs et aux pratiques déjà existants ? S'agit-il de logiques de remplacement, de juxtaposition, d'hybridation ? Quel est le devenir des musées ancrés dans des pratiques traditionnelles qu'ils souhaitent faire perdurer ? Concernant le statut des objets, les contributions à ce numéro peuvent interroger le rôle de l'objet de collection dans un contexte où les dispositifs de médiation numériques, censés augmenter ou enrichir l'objet, déploient fréquemment autour de lui des couches d'informations importantes. Comment évolue le rapport à ce type d'objet désormais chargé d'un poids informationnel important ? Si dans les musées ce lestage informationnel permet d'augmenter la visite par un élargissement de l'espace d'interprétation (Gentès et Jutant, 2012), pour d'autres structures culturelles (Le Musée du Parfum, La cité du vin), en l'absence des artefacts, l'objet numérique supplante l'objet de collection et devient le ressort, non plus seulement d'une augmentation mais plutôt d'une immersion thématique et perceptive (De Bideran, 2018). Il convient ici de questionner les limites de cette médiation *pervasive* (Boullier, 2016) qui engage les visiteurs dans une immersion informationnelle à la fois située et globale.

Interroger les formes de conception des techniques de médiation numérique au musée revient à questionner le statut de l'outil numérique. A quelles conditions peut-il être médiateur de culture ? Objet d'érudition ou de stratégie politique ? Ces dispositifs sont propres aux approches numériques des institutions et s'inscrivent, soit dans une démarche d'information (Fraysse, 2015) à l'instar de la plateforme Wikipedia des musées qui sont autant des sources de renseignement que de coproduction, soit dans une perspective de communication à l'exemple des musées virtuels (Google Arts Project), soit encore dans les réseaux socio-numériques qui représentent autant de politiques de mise en visibilité des institutions culturelles.

questionner **les nouvelles pratiques d'usage et les nouvelles expériences vécues par les publics.**

La figure du récepteur considérée de diverses manières s'est déplacée à partir des années 1990 d'un simple spectateur vers celle d'utilisateur, voire d'un hyperacteur du dispositif muséal. Les institutions muséales ont reconsidéré leur relation au public, ce dernier ayant désormais la possibilité de négocier la relation à l'émetteur en adaptant ou en ajustant le contenu grâce à une interprétation culturelle (Mattelart, Neveu, 2003).

Forts d'une culture informatique et internet, les usagers utilisent souvent avec aisance les dispositifs multimédias pour être plus efficaces, plus actifs dans un contexte de diffusion et d'accès aux contenus muséaux. Grâce à la maîtrise des médiations technicisées, les utilisateurs se sentent libres de choisir leurs parcours, de prolonger leurs visites et de disposer librement des savoirs diffusés.

La visite augmentée permet de vivre autrement l'expérience muséale (site web des musées, expériences web immersives) qui peut être source d'inspiration pour mener des visiteurs au musée ou qui, *a contrario*, peut constituer une sorte d'expérience enrichie quand l'utilisateur souhaite prolonger sa visite par une expérience numérique. Les stratégies muséales qui s'adaptent aux savoirs faire digitaux des visiteurs nous amènent à interroger les temporalités de la visite muséale entre visites immersives (Belaën, 2005), visites expérimentales *in situ* via les prothèses numériques (les applications mobiles) ou encore visites augmentées qui permettent d'en anticiper l'expérience comme de la prolonger.

### *Bibliographie*

ANDREACOLA, Florence (2014). Musée et numérique, enjeux et mutations, *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 5 | 2014, mis en ligne le 21 juillet 2014, consulté le 09 décembre 2017. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/1056>

BELAËN, Florence (2005). Immersion dans le musée de sciences : médiation ou séduction ?, *Culture & Musées*, n°5, p. 91-110

BIDERAN (de) Jessica, BADULESCU Cristina, LA VILLE (de) Valérie-Inés (2018). « La Cité du vin : un choix d'interprétation universelle entre immersion pervasive et médiation polysensorielle », dans *Les terroirs viticoles* (titre provisoire), sous la direction de Jean-Louis Yengue et Kilien Stengel, CNRS Éditions, à paraître

BIDERAN (de), Jessica. (2015). Fabrique d'un objet muséographique, *Études photographiques*, 33, [En ligne], mis en ligne le 06 novembre 2015. URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3563>

BOULLIER, Dominique (2016). *Sociologie du numérique*. Paris : Armand Colin.

CERTEAU (de) Michel (1990). *L'invention du quotidien - I - Arts de faire*, Gallimard, Folio Essais, Paris

CHAUMIER, Serge, JACOBI, Daniel (2009). *Exposer des idées : du musée au centre d'interprétation*. Paris : Complicités

DAVALLON, Jean (2010). L'écriture de l'exposition : expographie, muséographie, scénographie. *Culture & Musées*, n°16, pp. 229-238. [www.persee.fr/doc/pumus\\_1766-2923\\_2010\\_num\\_16\\_1\\_1574](http://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2010_num_16_1_1574)

DUFRENE Bernadette Nadia, LHADJADENE Madjid et BRUCKMANN Denis (eds.), (2013). *Numérisation du patrimoine: quelles médiations? Quels accès? Quelles cultures?*, Paris : Hermann (Cultures numériques)

*Distances et médiations des savoirs* [En ligne], 12 | 2015, mis en ligne le 18 décembre 2015, consulté le 09 décembre 2017. URL : <http://journals.openedition.org/dms/1219>

GENTES, Annie, JUTANT, Camille (2012). Nouveaux médias au musée : Le visiteur équipé. *Culture & Musées*, n°19, pp. 67-91, [www.persee.fr/doc/pumus\\_1766-2923\\_2012\\_num\\_19\\_1\\_1648](http://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2012_num_19_1_1648)

JACOBI, Daniel (1999) *La communication scientifique : discours, figures, modèles*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble

JONCHERY, Anne (2008). Se rendre au musée en famille, *La lettre de l'OCIM* [En ligne], 115 | 2008, mis en ligne le 10 novembre 2010, consulté le 08 décembre 2017. URL : <http://journals.openedition.org/ocim/264>

JONCHERY, Anne, BIRAUD, Sophie, Musées en famille, familles au Musée. De l'expérience de visite des familles à des politiques muséales spécifiques, *Informations Sociales*, Vol.1, N°181, pp. 86-95

JUTANT, Camille, GUYOT, Aude, GENTES, Annie (2009). Visiteur ou joueur ? Les multiples facettes de la technologie RFID, *La lettre de l'OCIM* [En ligne], 125, mis en ligne le 01 septembre 2011, consulté le 8 décembre 2017. URL : <http://ocim.revues.org/243>

LA VILLE (de) Valérie-Inés, BADULESCU Cristina (2018). Préfigurer le sens d'une visite familiale interactive au musée. Analyse des enjeux épistémiques à partir du cas du Musée de la Bande Dessinée, *Médiation et Information*, n°42

RASSE Paul, (2017). *Le musée réinventé: culture, patrimoine, médiation*, Paris : CNRS Éditions

SANDRI, Eva. (2016). *L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie*. Thèse de doctorat en SIC. Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

TRELEANI Matteo, (2017). Qu'est-ce que le patrimoine numérique ? : une sémiologie de la circulation des archives, Lormont, Le Bord de l'eau (UDPN)

VIDAL, Geneviève (2014). Critique et plaisir au cœur des usages des médiations numériques muséales. *Interfaces numériques*, n°3, pp. 163-177

VIDAL Geneviève (2012). De l'interactivité à l'expérience. Les usages de tables interactives dans les expositions scientifiques, *Culture & Musées*, n°19, pp. 111-127

#### *Modalités de soumission :*

Les articles complets attendus (pas d'envoi préalable de résumés), en langue française, comportent environ 30 000 signes espaces compris, hors bibliographie, et seront adressés à **Cristina BADULESCU** ([cristina.badulescu@univ-poitiers.fr](mailto:cristina.badulescu@univ-poitiers.fr)) Maître de conférences, Université de Poitiers, laboratoire CEREGE (Centre de Recherche en Gestion)-EA1722 et à **Valérie-Inés DE LA VILLE** ([valerie.ines.de.la.ville@univ-poitiers.fr](mailto:valerie.ines.de.la.ville@univ-poitiers.fr)), Professeur des universités, Université de Poitiers, laboratoire CEREGE (Centre de Recherche en Gestion)-EA1722 coordonnatrices du dossier, **avant le 30 octobre 2018**, pour évaluation en double aveugle par le comité scientifique de la revue (<http://rfsic.revues.org/206>).

Pourront être proposés aussi bien des articles à visée épistémologique et théorique que des propositions étayées par des recherches empiriques. Seront privilégiés la clarté et la précision du propos. Pour les normes, se référer à celles de la revue : <https://rfsic.revues.org/401>.