

INTRODUCTION

La médiation numérique muséale se fonde sur des innovations techniques, culturelles et sociales qui se sont accélérées ces dix dernières années. Associée aux notions d'accès, de réception, de transmission et de diffusion, la médiation fait l'objet d'usages par le truchement de dispositifs numériques aux interfaces mobiles ou fixes, pour engager de nouvelles rencontres avec des contenus scientifiques et patrimoniaux et un partage de références, de savoirs, d'expériences et du sensible. Une mise en perspective de résultats de cinq études d'usages de médiations numériques muséales, au pluriel dans la mesure où la médiation est conçue au cœur des dispositifs numériques, menées entre 2009 et 2012¹ dans quatre musées, deux d'histoire et deux de sciences et sciences et société, offre une approche distanciée, enrichie des regards et réflexions de professionnels de musées. Cette mise en perspective, complétée par une veille et étude conduites à partir de 2007 de l'Internet muséal, principalement les développements participatifs – dits 2.0 – concernant également des musées d'art et par une étude d'usages d'applications mobiles menée en 2015, se présente comme une contribution à l'analyse de la culture numérique. Cette dernière renvoie à l'appropriation sociale des technologies numériques, et est entendue, selon une conception non déterministe technique, comme évolution des rapports aux contenus muséaux, dans un contexte d'informatisation intensive de la société, à l'heure du déploiement des traitements algorithmiques.

Objectifs, axes et enjeux

Cette approche et cet objectif rendent propice la démarche critique, nécessaire pour aborder la question des prescriptions d'usages et d'une nouvelle conception de la diffusion culturelle prenant appui sur la culture numérique, puisée désormais dans le modèle des réseaux informatiques et du web en particulier. Les prescriptions sont inscrites dans les paradigmes relatifs aux usages des

1. La seconde moitié des années 2000 marque un tournant d'innovations numériques pour le secteur muséal.

technologies de l'information et de la communication (TIC) renvoyant aux activités, expressions, productions des individus dans le cadre d'une émancipation sociale, parallèlement aux déterminations. Les usagers-visiteurs de musées font alors preuve de négociation, grâce à des tactiques de contournement ou des critiques de la situation prescriptive. Ainsi, dans un renoncement négocié (Vidal, 2010, 2012), les conduites évoluent selon une acceptation des prescriptions en échange de données et services numériques. La négociation est mise en œuvre, *via* les TIC et dispositifs techniques qualifiés interactifs, et ouvre sur des usages réflexifs, autrement dit permettant de se voir agir sur des contenus et avec d'autres usagers et des machines. De fait, les technologies numériques ne relèvent pas seulement de l'information et de la communication, mais portent les objectifs de diffusion et de prescription (prescription *by design**) des concepteurs.

Ce thème des prescriptions est heuristique dans la mesure où les deux études d'usages multimédias dans deux musées d'histoire (Strasbourg et Nantes-Château des ducs de Bretagne) et les trois études dans deux musées de sciences et sciences et société (Cité des sciences et de l'industrie-Universcience et musée des Confluences avec Érasme-Lyon) sont fort différentes, tout en présentant pourtant ce même enjeu. L'analyse des usages de dispositifs numériques de médiation et de dispositifs personnels des publics sur leur parcours de visite conduit à identifier de nouvelles modalités de diffusion et de nouvelles prescriptions, y compris celles des visiteurs. Ces prescriptions désignent les recommandations, mais aussi un nouveau rapport à la culture de publics de musées et de contenus muséaux, pour les usagers de médiations numériques muséales qui ne sont pas visiteurs.

Ce contexte d'usages numériques donne un nouvel éclairage sur les innovations en termes de prescriptions pour analyser les pratiques et la culture numériques, et ce tant des publics que des professionnels de musée, animés par une mission de diffusion culturelle. Il importe dès lors d'engager une articulation des réflexions sur les médiations numériques muséales avec les acteurs des musées. En effet, à l'heure de l'innovation ouverte* (*open innovation*), la recherche et la recherche & développement (R&D) des musées² se rencontrent. Nous proposons cette rencontre à partir des études d'usages numériques retenues. Au carrefour de ces études en musées, complétées par une veille-étude sur l'Internet muséal et une étude d'usages d'applications mobiles, s'engage un riche dialogue recherche et musée, pour une analyse de l'évolution des rapports à la culture avec les technologies numériques.

2. Évidemment, depuis fort longtemps les chercheurs rencontrent les professionnels de musées, dans le cadre d'études et évaluations de publics de musées.

Travailler sur les prescriptions par voie numérique permet d'analyser les médiations muséales en prise avec le paradigme informatique et réticulaire recoupant autant les innovations culturelles sur l'Internet muséal et dans l'enceinte des musées que celles visant des stratégies de renouvellement de la communication et de la diffusion. Nous retiendrons que les innovations en la matière sont riches d'enseignements lorsqu'on ne se laisse pas tenter par les sirènes de la désintermédiation. Cette dernière est encore trop souvent prônée au nom de la liberté, de l'autonomie des publics aux compétences numériques irrégulières mais néanmoins de plus en plus affirmées. Ces compétences conduisent à penser leur pouvoir d'agir sur leur environnement, selon la qualification de l'*empowerment* et en référence à la figure de l'amateur, survalorisée depuis les années 2000, contrairement à la figure du débrouillard des années 1960/1970 capable de bricolage subi, du fait qu'il n'avait pas les moyens économiques d'acquérir tous les biens de consommation nécessaires. Cette figure contemporaine de l'amateur, parfois expert (de sa passion), s'inscrit dans la culture Internet. Or, la mission de diffusion des musées semble en décalage avec les nouveaux modèles du web dit participatif, contributif. Aussi, semble-t-il admis d'écarter l'approche diffusionniste dans le musée pour répondre à une dynamique relevant du *crowdsourcing*, où chacun est (prétendument) capable de produire des contenus avec les technologies contributives, en rupture avec la diffusion des contenus sur le mode descendant (*top-down*). Rien n'est moins sûr, tant le temps manque pour établir des relations en termes de validation de publication de contenus sur les sites institutionnels, dans le contexte de l'automatisation des opérations en ligne, des algorithmes* et de la production de données massives, soutenant le sentiment d'une désintermédiation. Assistons-nous à l'hybridation des médiations descendante et ascendante, dans le cadre d'une circulation transversale des innovations sociale et économique, ou à un leurre généralisé ? Pour masquer la prescription ou du moins orienter pour prescrire dans un second temps, les offreurs de services numériques prennent appui sur des calculs et des contenus générés par les usages tracés, exploités par des machines programmées selon des stratégies marketing et de captation de l'attention des publics-consommateurs. Ces stratégies servent des missions de valorisation – des marques et dans une certaine mesure du patrimoine – dans le cadre d'un modèle où les usages fournissent le service et sa valeur dans une économie numérique de position et de recommandation.

En ce qui concerne le secteur patrimonial, nous faisons plutôt l'hypothèse du renouvellement de la diffusion culturelle à l'heure des réseaux numériques, participatifs et contributifs, à distance et dans l'enceinte du musée. Certes, nous nous trouvons dans une phase intermédiaire donnant à voir

l'ambivalence entre proximité et mise à distance, alors que la structuration des données pour donner lieu à un web sémantique* est à l'œuvre.

La situation est complexe et invite à adopter une posture critique, telle que nous souhaitons l'instaurer avec le dialogue entre les acteurs des musées et le chercheur, pour saisir un processus d'appel à et de mise à l'écart de, ce qui est abusivement nommé la créativité des publics, tant à travers leurs usages que leurs visites. Nous retenons que cet appel à la créativité concerne aussi les professionnels des musées en prise avec l'injonction à l'innovation. Avec le numérique notamment, tout le monde semble avoir des projets, du professionnel dans son entreprise ou institution à l'artiste indépendant, en passant par l'amateur citoyen.

Le régime du visible

Au cœur de cette ambivalence, entre appel à la créativité diffuse et mise à l'écart ou leurre, se dessine un mouvement favorable à la « transparence », quand il s'agit de montrer, de vouloir accéder aux coulisses du musée. Ce mouvement doit orchestrer et éclairer ce qui va servir une stratégie de communication pour penser la mission de diffusion culturelle, mais également une stratégie économique dans un contexte concurrentiel avec les autres musées et activités culturelles. De fait, nous composons, dans le cadre de ce nouveau régime du visible, avec la permanence des rapports inégalitaires à la culture, des enjeux de pouvoir tant entre professionnels qu'entre professionnels et publics. S'instaure parallèlement un régime de prescriptions d'un nouveau genre, dépassant l'émission et réception, que nous proposons d'explorer pour cerner si les usages numériques contribuent à la formation, au maintien et à l'adoption de la prescription. Au lieu de s'affranchir des prescriptions par le truchement des technologies numériques, les usagers renonceraient et les accepteraient *via* les médiations et formes renouvelées de la diffusion muséale. Ces dernières prennent les habits d'une libération inscrite dans le paradigme de l'autonomisation des individus grâce aux technologies numériques, dans le cadre d'un leurre auquel certains professionnels de la culture adhèrent ou dans lequel ils puisent pour servir leurs intérêts. S'opère une démultiplication des prescriptions, grâce au *big data** et aux métadonnées* concourrant à la mise en œuvre du web des données*, au nom de l'adaptation des contenus en liaison avec les consultations calculées, comme si les machines faisaient obéir la correspondance entre l'offre et la demande. Pour autant, le développement du web sémantique* donne lieu à une sophistication technologique, qui ne fait que s'accroître depuis les premiers sites en HTML* jusqu'aux sites dits 2.0 qui déployaient déjà un masquage de cette sophistication, sous couvert de

simplicité et désormais avec la montée d'une orientation dite 3.0 relative à l'Internet des objets*. En somme, il s'agit de maintenir l'invisible pour rendre visible ce qui intéresse les prescripteurs prônant la prise de pouvoir des publics (*empowerment*) au rythme d'une (auto)injonction à la créativité, dans le cadre d'un nouveau diffusionnisme numérique.

Enjeux de la problématique des prescriptions

Nous retrouvons ici deux axes paradigmatiques des sciences humaines et sociales, la domination (Bourdieu, 1979) et les mouvements sociaux (Touraine 1974), ou les tactiques émancipatrices (de Certeau, 1990). Mais un certain épuisement du modèle par opposition peut ouvrir sur une réflexion à partir des études d'usages numériques dans le secteur muséal, sur, à la fois, les rapports de domination et la créativité des usagers du numérique, pris dans un renoncement négocié (Vidal, 2010, 2012).

Quels sont les enjeux de ce mouvement épistémologique, notamment dans le champ des sciences de l'information et de la communication (SIC), qui s'empare des questions relatives aux technologies numériques, en particulier dans le secteur muséal ? Il semble qu'un premier enjeu se situe au niveau de la double approche dialectique et critique, tout en prenant appui sur une approche empirique durant laquelle le chercheur s'engage auprès des professionnels de musées. Cette articulation des approches conduit à considérer les usages professionnels et ceux des publics, parallèlement à la double stratégie économique, par absorption-dilution des usages en formation et réajustement de plus en plus rapidement, de l'obsolescence programmée, de l'instabilité *by design** (Vidal, 2013), faisant partie de l'actuelle culture numérique. Pour maîtriser les usages et les innovations sociales, pour enrayer le temps long de l'appropriation, les acteurs économiques ont besoin d'exploiter de grandes masses de données. Cette exploitation sert un processus structurant de l'industrialisation de toutes activités humaines et sociales, dans le cas retenu celle des contenus muséaux, et un processus structurant le rapport aux patrimoine et connaissances, devenus biens symboliques industrialisés. Autrement dit, nous constatons au cœur de la démarche empirique pour étudier le déploiement des innovations numériques muséales, les deux paradigmes domination et émancipation. Nous proposons de ne plus les considérer en opposition, mais de fournir des clés de compréhension de ce qui apparaît ambivalent et pourtant stratégique dans le monde muséal : ouvrir et fermer du côté des professionnels, renoncer pour négocier (place et rôle) du côté des publics. Ces deux types d'acteurs sont interreliés, dans le cadre d'un rapport de domination qui perdure : tandis que les premiers mettent en place des stratégies

pour mener des politiques de diffusion culturelle, les seconds déploient des tactiques de contribution, quelque peu déstabilisantes pour un univers, à la culture du réseau centralisé, pris dans le mouvement endogène et exogène des contenus circulant *via* de multiples supports, y compris mobiles.

Un second enjeu épistémologique relève de la méthodologie d'étude des usages numériques selon la même double approche dialectique et critique, pour considérer l'ambivalence soulevée et les usages de façon inclusive et non pas complémentaires aux autres activités quotidiennes et mouvements structurants de l'industrialisation et marchandisation des activités sociales, y compris relatives aux contenus muséaux circulant par les dispositifs et applications numériques.

Avec l'articulation des notions et concepts – médiation, interactivité, contribution et participation, ambivalence d'usages, renoncement négocié –, des données de terrain et des réflexions croisées entre chercheur et professionnels de musées, nous proposons une analyse de la prescription à l'heure des nouvelles médiations numériques muséales dans l'enceinte et hors du musée, sur l'Internet et avec des applications mobiles, contribuant à cerner une diffusion culturelle renouvelée et une culture numérique en expansion. Cet ouvrage a pour ambition d'entreprendre l'exploration de tels enjeux en trois parties rythmant six chapitres.

La **première partie** traite des usages et prescriptions sur l'Internet, la **deuxième** des médiations numériques dans l'enceinte de musées : deux musées d'histoire (le musée historique de Strasbourg et le musée d'histoire de Nantes) et deux musées de sciences et sciences et société (la Cité des sciences et de l'industrie et le musée des Confluences), la **troisième partie** traite des pratiques et stratégies numériques.

Ainsi se déclinent **six chapitres** : le **premier** aborde les usages professionnels de l'Internet, les relations entre musées et publics, les innovations en matière de médiation en ligne. Le **deuxième** chapitre soumet une discussion sur les enjeux des usages de l'Internet muséal. Le **chapitre 3** aborde, en détail, les questions relatives aux dispositifs d'engagement dotés d'ergonomies diversifiées dans l'enceinte des musées. Cette longue étude ouvre sur le **chapitre 4** qui aborde la recevabilité des innovations et l'importance des sociabilités. Le **chapitre 5** présente l'analyse de la posture critique des publics et du double mouvement endogène/exogène de contenus piloté par ces derniers. Le **sixième** et dernier chapitre vise à cerner le renouvellement de la diffusion culturelle.

La **conclusion** soulève les enjeux de la recherche, selon la dynamique d'une sociologie critique des usages.

Cet ensemble, en lecture croisée, est proposé pour tenter de vérifier l'hypothèse d'une diffusion culturelle renouvelée dans le secteur muséal.