

Le 21 mars 2019, Muriel Meyer a été invitée à la Haute école des arts du Rhin pour une conférence : « Conception collective de dispositifs de médiation », dans le cadre de la journée d'étude « Place au corps et au jeu – Stratégie pour une nouvelle citoyenneté au musée » proposée par Charlet Denner, Stéphanie Baunet et Sabine Blanc-de Carpentier – Un partenariat entre la Haute école des arts du Rhin et le Musée de l'Œuvre Notre-Dame.

Cette journée d'étude a visé à situer la place du corps dans l'espace public et en particulier au musée du point de vue du corps citoyen et visiteur. Elle s'inscrit dans le cadre du programme de recherche Didactique tangible de l'atelier de Didactique visuelle de la HEAR, soutenu par l'IdEx Formation 2017.

© **Muriel Meyer**, 2019

Muséographe, auteure plurimédias, directrice de Métapraxix, chargée de cours à l'Université de Strasbourg et de Valenciennes

muriel.meyer@metapraxix.fr

Conception collective de dispositifs de médiation

Concevoir et réaliser des dispositifs numériques de médiation qui soient innovants relève d'une tâche délicate. Le cas de la conception de ces dispositifs dans les musées est intéressant, car les équipes de maîtrise d'ouvrage, en général l'état et les collectivités territoriales, n'ont que peu d'expérience dans ce domaine. Elles sont confrontées à des experts qui leur demandent leurs intentions, leurs objectifs pédagogiques, la définition des contenus, de valider des cahiers des charges de conception, mais en tant que futurs utilisateurs, ces équipes de maîtrise d'ouvrage ont de grandes difficultés à imaginer et à partager une vision du projet. De plus, on sait que la démarche de négociation est fondamentale dans la conduite d'un projet. Elle oscille assez souvent entre la confrontation d'idées et la coopération, voire le conflit. Comment négocier et prescrire une intention « innovante » sans avoir connaissance des pratiques usuelles ou tout simplement, sans pouvoir expliciter précisément ses attentes ou ses expériences passées ?

Depuis plus de vingt ans, les visiteurs d'expositions permanentes et temporaires trouvent à leur disposition des compagnons numériques à la visite, bornes multimédia, tablettes tactiles. Ils peuvent aussi préparer leur visite depuis les sites Internet des établissements. La pratique des visiteurs s'est depuis, profondément transformée. Auparavant ils avaient accès à des projections audiovisuelles dans les espaces dédiés, hors de la salle d'exposition. De même pour les bornes multimédia, elles ne leur étaient proposées qu'en fin de parcours dans un petit cabinet hors exposition. Cette externalisation des médiations était justifiée par des raisons techniques et surtout idéologiques en séparant le monde des œuvres de celui de la technologie. À vrai dire, les musées avaient surtout constaté le pouvoir extrêmement attracteur de l'écran, peut-être au détriment de l'œuvre, craignaient-ils. Depuis les expositions-spectacles de la fin des années 1980 (Cités-Cinés, 1987 ; Mémoires d'Égypte, 1990), les casques audio et les écrans se sont peu à peu installés dans les espaces d'exposition, au milieu de décors scénographiés que l'on qualifierait aujourd'hui de muséographie immersive et innovante. La nouveauté, qui était également une transgression résidait dans la proximité des œuvres et des écrans dans le même espace. Pour les visiteurs, qui au milieu des années 1990 étaient encore peu familiarisés à l'informatique les bornes

multimédia étaient particulièrement attractives par leur modernité. Pour les institutions, ces bornes offraient au visiteur d'abord de nombreux contenus et ensuite une nouvelle appréhension de l'information qu'ils seraient à même, imaginait-on de « toucher du doigt ». La borne était aussi un lieu de stockage de contenus que l'on ne savait pas, parfois mettre dans le parcours.

Entre-temps l'écran est devenu tactile, sa taille s'est agrandie, ses qualités - restitution des couleurs, définition, lisibilité ont évolué. Il s'est aujourd'hui définitivement installé dans le paysage muséal : la médiation numérique est l'indice qui permet d'affirmer que les institutions sont sorties de leur état ancestral de « musée poussiéreux ». Tous, le musée, le visiteur, la collectivité, ses habitants sont sommés d'entrer dans l'ère de la modernité du musée du XXI^e siècle.

Le musée est ainsi engagé à la course à la modernité, à l'originalité et à la distinction et doit proposer à ses visiteurs des dispositifs de médiation innovants. Aucun établissement recevant du public (ERP) ne propose autant de dispositifs numériques novateurs que les musées. Les visiteurs peuvent avoir leur assistant personnel de visite, avoir accès à des manipulations RFID, des technologies mobiles, du son hyper-directionnel, des représentations 3D, 4D, de la réalité augmentée, des expériences d'interactions gestuelles avec des interfaces 3D en relief, et bien sûr, d'innombrables applicatifs. Mais pour chacun de ces dispositifs, le visiteur doit à chaque fois réapprendre l'ergonomie et la navigation qui mettent à l'épreuve ses capacités d'utilisateur. Au mieux, il parvient à se servir du dispositif et à accéder aux contenus et en retirer le sens et les connaissances qui lui conviennent. Au pire, le visiteur entre dans un labyrinthe d'interactions contraignantes qui peuvent absorber toute son énergie, avant même qu'il n'arrive à entrevoir le début de ce qu'il espérait y trouver. Souvent, le succès du visiteur réside dans sa compétence technique, dans sa réussite à manipuler l'interface, oubliant ou ne retenant du dispositif non pas les contenus de médiation proposés mais son mode d'emploi.

Le numérique, comme argument principal d'une médiation muséographique innovante contraint les musées et les maîtrises d'ouvrage à exiger dans leur programme d'intentions la mise en œuvre du numérique sans qu'il soit défini davantage : c'est un « must have ». Au point que certains projets inscrivent le principe d'une médiation « numérique » dans leur cahier des charges d'intentions avant même de connaître l'intention de médiation et les différentes solutions — numériques ou non — qui pourraient être proposées.

C'est le cas du projet de la « Maison Louise de Bettignies » porté par la Ville de Saint-Amand-les-Eaux (département du Nord). Le maître d'ouvrage a acquis la maison natale de Louise de Bettignies, jeune femme connue localement comme la « Jeanne d'Arc du Nord », résistante pendant la Première Guerre mondiale, dirigeante d'un réseau de renseignement franco-anglais et morte emprisonnée en Allemagne. La Ville projetait de faire de ce bâtiment un établissement culturel sur la thématique de l'émancipation des femmes. Elle a mandaté en 2012 un maître d'œuvre — un architecte et un scénographe — pour la réhabilitation du bâtiment et l'aménagement d'une exposition « tout numérique », la collectivité ne possédant aucune collection.

Le maître d'ouvrage a formé un comité de pilotage de six personnes et lui a confié la mission de concevoir le programme muséographique de l'établissement de la maison Louise de Bettignies. Une équipe constituée d'une muséographe (Muriel Meyer Chemenska - Métapragis) et du Laboratoire DeVisu de l'Université Polytechnique Hauts-de-France est mandatée par la maîtrise d'ouvrage en 2016 pour l'assister dans l'élaboration du programme muséographique. Il s'agit de proposer un concept, de déterminer la trame du discours et du parcours avec les contenus scientifiques organisés et les dispositifs de médiation numériques.

Les membres du comité de pilotage ne connaissent pas précisément les possibilités, les contraintes et le fonctionnement des outils numériques de médiation. L'historienne de la collectivité a défini de nombreux contenus possibles, mais le comité peinait à imaginer un parcours de visite, les formalisations de ces contenus en dispositifs muséographiques. Se posait alors la question : en quoi une exposition tout numérique serait plus pertinente qu'un site Internet accessible par chacun depuis son canapé.

L'équipe d'assistants à la maîtrise d'ouvrage (Métapraxis-DeVisu) propose alors au comité de pilotage de faire la visite collective du musée du Doudou, situé à Mons en Belgique. C'est un musée consacré à la Ducasse, rituel de Mons (reconnue par l'UNESCO en 2005) relié à la légende de Saint-Georges terrassant le dragon. Il s'agit d'un patrimoine immatériel, valorisé par un très grand nombre de dispositifs numériques de médiation dans le parcours de l'exposition permanente.

L'équipe d'assistants à la maîtrise d'ouvrage décide de mettre en œuvre la méthode REMIND (Schmitt & Aubert, 2016) d'analyse de l'expérience de visite des membres du comité de pilotage afin d'accéder à leur expérience d'utilisation de dispositifs numériques. Le comité est mis dans la situation similaire à celle qu'il souhaiterait pour leurs futurs visiteurs. Certaines personnes du comité de pilotage ont été équipées de lunettes eye-tracker pendant leur visite. Puis ces personnes ont été invitées à verbaliser leur expérience de façon partagée et négociée collectivement avec les autres membres du comité. Aidé par l'équipe muséographe-chercheur ce public « novice » a pu exprimer son expérience intime d'utilisateur et surtout a pu développer une critique experte des avantages et des inconvénients des dispositifs numériques. Ce n'est pas la compétence technique des personnes, mais bien leurs relations d'utilisateur-visiteur qui est l'objet des discussions. Devenu public expert de leur expérience, le comité de pilotage a pu ainsi négocier ses attentes, ses concepts et formaliser collectivement la conception d'un projet d'exposition numérique et ce à partir de leurs expériences : les objets perçus, les attentes, les interactions corporelles, l'état émotionnel, les difficultés, les échecs et les construits de sens quand cela a été possible. Le groupe a utilisé l'ensemble des expériences vécues par chacun pour en faire un référentiel commun et partagé. Il a pu alors utiliser ce registre pour négocier la pertinence des dispositifs numériques, leur rôle et leur fonctionnement attendu dans leur futur projet : certains éléments ont été simplement rejetés, d'autres empruntés comme adéquats pour leur propos.

À travers REMIND Group (Schmitt, Blondeau, Meyer-Chemenska, Aubert, & Abba, 2017), ces personnes, novices dans la thématique des dispositifs numériques de médiation ont été en capacité d'exprimer clairement des préconisations, des contraintes et des demandes qui forment l'ébauche de la conception d'un projet et de son programme muséographique. Ils ont rendu visibles et intelligibles certains avantages, limites et carences des outils numériques. Cette approche a permis d'enrichir la conduite d'un projet de médiation pour penser la médiation globale dans une exposition non pas en tant que message à transmettre, mais comme un « bricolage » réussi d'objets, de paroles, d'images s'inscrivant une relation produite par les visiteurs avec des dispositifs.

La muséographie et en particulier la médiation est l'objet d'une constante négociation entre les acteurs du projet de musée. Le Maître de l'ouvrage-donneur d'ordre, l'institution muséale-utilisatrice et le Maître d'œuvre ont tous les attentes et des représentations différentes de la médiation numérique. Si ces derniers sont les experts qui doivent apporter les concepts et les solutions techniques, pour les premiers, il s'agit bien souvent d'une grande inconnue. Mais tous vont devoir négocier autour du discours, des collections et des technologies. Surtout, la connaissance fine des expériences des visiteurs permet de les réintroduire dans cette négociation de laquelle ils sont souvent les grands oubliés.

Envisager la grande diversité des façons de se lier aux œuvres et aux dispositifs permet à l'institution muséale d'avoir une approche critique du numérique et d'exiger qu'il soit mis au service de son discours, de sa narration et de son point de vue sans lui déléguer la construction de sens. Cela signifie rendre la technologie davantage bienveillante pour les visiteurs, la rendre moins visible, plus ordinaire, moins fascinante, de façon à pouvoir penser et travailler une écologie de la médiation instrumentée. Ces pratiques restent à développer.

Bibliographie :

Schmitt, D., & Aubert, O. (2016). *REMIND, une méthode pour comprendre la micro-dynamique de l'expérience des visiteurs de musées*. RIHM, Revue des Interactions Humaines Médiatisées, 17 (2), 43-70.

Schmitt, D., Blondeau, V., Meyer-Chemenska, M., Aubert, O., & Abba, H. (2017). *REMIND Group: objectiver son expérience pour concevoir des projets*. Dans S. Leleu-Merviel, Y. Jeanneret, I. Saleh, & N. Bouhai, *Le numérique à l'ère des designs, de l'hypertexte à l'hyper-expérience* (p. 360-375). London : ISTE Éditions.