

ÉCOLE DU LOUVRE

POLINA ZVERKOVA

L'écran comme dispositif de
présentation et de médiation.
L'exemple du Musée de l'Homme.

Mémoire d'étude

1^{re} année de 2^e cycle

sous la direction de M^{me} CÉCILIA HURLEY-GRIENER

Mai 2016

sous la licence *Creative Commons*



CC BY NC ND

Table des matières

Avant-propos et remerciements.....	6
Introduction.....	9
Partie 1. L'écran, un dispositif au service de la médiation.....	11
A – L'écran est un dispositif.....	11
1 – Définitions du mot « écran ».....	11
2 – Omniprésence des écrans dans notre société.....	12
3 – L'écran comme artefact, comme dispositif et comme interface.....	12
4 – L'écran comme outil d'apprentissage.....	13
B – L'écran au musée	14
1 – Les écrans comme dispositifs de présentation et de médiation dans les musées.....	14
a – L'écran au musée comme outil d'éducation non formelle.....	14
b – L'écran au musée comme mode de communication avec ses publics.....	15
2– Bref historique des écrans dans les musées.....	16
a – L'audiovisuel dans les musées.....	16
b – L'apparition de l'ordinateur et de l'interaction via l'écran dans les musées.....	17
c – Le tactile et les nouvelles technologies au musée.....	18
d – L'écran à sa place au musée	18
3 – L'écran comme dispositif privilégié dans les musées de sciences et de sociétés.....	19
a – Les musées de sciences	19
b – Les musées de sociétés.....	20
c – L'écran dans les musées de sciences et de sociétés	21
Conclusion.....	22
Partie 2. Le projet de rénovation du Musée de l'Homme et le programme muséographique multimédia.....	23
A – Le Musée de l'Homme, de l'ouverture de 1938 à la réouverture en 2015.....	23
1 – Les objectifs du Musée de l'Homme.....	23
a – Le Musée de l'Homme à son ouverture en 1938.....	23
b – Le Musée de l'Homme à sa réouverture en 2015.....	24
2 – Les raisons de la rénovation du Musée de l'Homme	25
a – Remaniement des collections nationales d'ethnographie	25
b – Réorganisation du MNHN.....	26

c – Le rôle de la loi musées du 4 janvier 2002.....	27
d – Un nouveau Musée de l'Homme.....	27
3 – Le Projet Scientifique et Culturel du Musée de l'Homme.....	27
a – Un PSC entièrement tourné vers les publics.....	27
b – Une muséographie moderne.....	28
c – Une volonté de s'adapter au mieux aux nouveaux besoins des publics.....	29
4 – La réouverture du Musée de l'Homme	29
B – La conception du projet multimédia du Musée de l'Homme.....	29
1 – Le programme muséographique global du Musée de l'Homme.....	30
a – La conception du projet.....	30
b – Une muséographie sur mesure.....	31
2 – Le projet muséographique multimédia	32
a – L'inscription du projet multimédia dans le projet muséographique global.....	32
b – La conception du projet multimédia.....	32
c – Le budget et les appels d'offre.....	33
3 – Conclusion sur l'élaboration du projet multimédia.....	34
Conclusion.....	35
Partie 3. L'écran comme dispositif privilégié du Musée de l'Homme.....	36
A – Les dispositifs de présentation et de médiation multimédia au Musée de l'Homme avant sa fermeture en 2009.....	36
1 – L'enjeu des dispositifs de présentation au Musée de l'Homme	36
a – De l'éducation populaire à la médiation culturelle.....	36
b – Des dispositifs modernes au service des publics.....	37
2 – Le multimédia dans les expositions du Musée de l'Homme avant sa fermeture en 2009. ..	38
a – L'audiovisuel	38
b – Les autres dispositifs multimédia.....	38
B – Les dispositifs multimédia dans la Galerie de l'Homme actuelle.....	39
1 – Un musée de son temps qui privilégie le ludique.....	39
2 – Recensement des dispositifs multimédia comportant des écrans.....	40
a – Partie 1, « Qui sommes-nous ? ».....	40
b – Partie 2, « D'où venons-nous ? ».....	40
c – Partie 3, « Où allons-nous ? ».....	41
C – Caractéristiques des dispositifs à écrans.....	42

1 – Les différents usages des dispositifs à écrans au musée	42
a – Les dispositifs multimédia au service des contenus du musée.....	42
b – L'intégration des écrans dans le parcours de la Galerie de l'Homme	43
2 – Classement des dispositifs à écrans du Musée de l'Homme selon les catégories établies par Gob et Drouguet.....	44
D – Focus sur différents types de dispositifs à écrans du Musée de l'Homme	45
1 – L'écran comme dispositif d'information : l'exemple des cartels numériques.....	45
2 – L'écran comme dispositif de diffusion à travers deux exemples : le film « L'art pariétal » et l'animation « Histoire de la mondialisation ».....	47
3 – L'écran comme dispositif d'interaction à travers deux exemples : le jeu « Tous différents » et le Morphing Neandertal.....	49
Conclusion.....	50
Partie 4. Les limites de l'écran comme dispositif de présentation et de médiation au Musée de l'Homme.....	51
A – Les limites techniques des écrans au Musée de l'Homme	51
1 – Le retard pris dans la mise en route de certains dispositifs multimédia.....	51
a – Le manque de temps	51
b – Problèmes de compréhension et de création de sens.....	52
2 – La maintenance des écrans du Musée de l'Homme.....	54
3 – L'obsolescence de l'écran comme dispositif pour le Musée de l'Homme ?.....	55
B – Les limites sociales de l'écran au musée : la réception du public	56
1 – Les cartels numériques : l'écran comme dispositif d'information remis en question.....	57
2 – L'écran comme dispositif de diffusion : le problème de la durée.....	57
3 – L'écran comme dispositif interactif : la création de sens reléguée au second plan.....	59
C – Les limites de l'écran comme dispositif à nuancer.....	59
1 – Des limites à étudier davantage.....	59
2 – Des faiblesses à nuancer.....	60
3 – Les limites des écrans compensées par leur attrait et leur modernité.....	61
4 – Les écrans omniprésents au Musée de l'Homme.....	61
Conclusion générale et perspectives.....	63

Avant-propos et remerciements

Mon choix s'est porté sur le groupe de recherche « Histoire des dispositifs de présentation » car je suis intéressée par les moyens mis en œuvre par les musées pour présenter leurs contenus aux différents publics, les multiples modes de présentation et de médiation*, leur efficacité ainsi que leurs limites. Je souhaitais travailler sur un projet récent, comme la muséographie d'une institution muséale qui vient d'ouvrir ses portes. C'est donc spontanément qu'à la rentrée 2015 mon choix s'est porté sur le Musée de l'Homme qui rouvrait ses portes à Paris après plus de six années de travaux de rénovation. Après avoir longuement hésité sur l'objet de ma recherche au sein de cette nouvelle muséographie, j'ai finalement décidé d'étudier un type de dispositif* très présent au Musée de l'Homme, à savoir les supports multimédia*, et plus précisément les nombreux dispositifs comportant des écrans : il y en a plus d'une quarantaine au Musée de l'Homme, totalisant plus de quatre-vingts écrans. Les écrans sont une technologie parfaitement adaptée à l'institution muséale puisque ce sont des dispositifs conçus pour être utilisés avant tout avec le sens de la vue, celui qui est le plus employé pour aborder les musées. Le support que constitue l'écran est propre à notre époque et permet une pluralité de modes de présentation des contenus muséaux. A travers ce travail j'ai voulu comprendre comment s'élabore un tel projet, quels en sont les apports, les visées ainsi que les limites. Les écrans du Musée de l'Homme peuvent être envisagés comme des dispositifs de présentation et de médiation, visant à introduire les différentes thématiques en apportant un supplément d'informations par rapport à des supports classiques tels que les panneaux dactylographiés ou les photographies¹. Pour désigner les dispositifs multimédia concernés, j'emploie le mot « médiation » au sens large : celle-ci sert à établir des ponts entre les artefacts et les autres types de contenus exposés et la signification de ceux-ci² afin de produire un processus de création de sens.

J'ai pris le parti de ne pas étudier les technologies embarquées* du Musée de l'Homme – comme l'application pour smartphones conçue pour les enfants « Allen l'Alien » – ou bien les dispositifs multimédia en ligne du Musée de l'Homme, comme leur site internet³. Je me concentre exclusivement sur les technologies fixes* présentes dans le parcours permanent appelé la Galerie de

1 *La Muséologie, histoire, développements, enjeux actuels*, André Gob, Noémie Drouguet (Paris : Armand Colin, 2010, 3e édition), p. 151.

2 *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*, André Desvallées, François Mairesse (Paris : Armand Colin, 2011), p. 215-216.

3 <http://www.museedelhomme.fr/>

l'Homme. Étudiant l'écran en tant que support et dispositif de médiation au musée, j'ai choisi de ne pas présenter ses différents aspects techniques, dont la connaissance est accessoire pour aborder le sujet. Néanmoins, dans les Annexes est présenté un Glossaire, qui comporte les définitions de certains termes techniques employés ; d'autres termes dont la définition me semble importante à clarifier y sont également présents. Les mots suivis d'une astérisque dans le texte indiqueront leur présence dans le Glossaire.

Si la première partie introductive s'appuie sur des articles et des ouvrages théoriques de muséologie et de l'information-communication, une grande partie de mon travail repose sur un nombre restreint de sources. Pour les parties traitant du projet général du Musée de l'Homme je me suis appuyée sur deux ouvrages de référence – *Le Nouveau Musée de l'Homme*, sous la direction de Jean-Pierre Mohen (2004) et *Le Musée de l'Homme, histoire d'une musée-laboratoire*, sous la direction de Claude Blanckaert (2015) – et sur les propos de Monsieur Alexis Amen, responsable du projet multimédia du musée, rencontré deux fois dans le cadre d'une présentation de son travail. Les deux parties traitant explicitement des dispositifs multimédia du musée résultent majoritairement de mes observations personnelles et d'une enquête des publics que j'ai réalisée. Cette dernière est un échantillon réduit, et j'ai conscience qu'une étude approfondie des publics aurait pu éclairer mon propos davantage, mais le manque de temps ne m'a pas permis d'interroger plus de personnes. Ce premier mémoire d'étude m'a donné l'occasion de parcourir des thématiques et d'utiliser des méthodes de travail que je souhaiterais approfondir l'année prochaine.

Mes remerciements vont en premier lieu à ma directrice de recherche M^{me} Cecilia Hurley Griener qui m'a guidée dans mes choix de sujet et qui m'a fourni un précieux soutien dans l'avancée de mes recherches tout au long de l'année. Je remercie également M. Alexis Amen, ma personne ressource, pour les informations qu'il m'a communiquées concernant l'élaboration du projet multimédia du Musée de l'Homme, mais également les autres personnes de l'équipe projet qui ont su répondre à mes interrogations : M^{me} Agnès Parent, responsable du projet exposition, M^{me} Émeline Parent, responsable des publics et de l'accueil, M^{me} Marie Merlin, chef de projet-concepteur exposition, M^{me} Evelyne Heyer, professeur en anthropologie génétique et commissaire générale du Musée de l'Homme. Je tiens à remercier également l'équipe du Club Innovation Culture France qui m'a permis d'assister à une visite privée du musée dédiée aux dispositifs multimédia ; l'équipe de la bibliothèque du MNHN* qui m'a orientée dans la recherche de certains ouvrages et qui m'a ouvert les portes de l'espace de la bibliothèque qui n'est réservée qu'aux étudiants du Muséum. J'adresse également ma gratitude à M^{me} Claire Calogirou, docteur en ethnologie, chargée de recherche au

CNRS et au MuCEM et professeur à l'École du Louvre, dont j'ai suivi les cours d'anthropologie et d'ethnographie pendant quatre ans. Le séminaire de muséographie qu'elle a animé cette année au mois de mars au MuCEM a été formateur et stimulant pour mon mémoire ; ses cours m'ont initiée à la méthodologie d'enquête ce qui m'a permis d'élaborer la partie sur la réception des dispositifs multimédia par les publics.

Je tiens à remercier généreusement Marion Bertin, étudiante à l'École du Louvre ayant également travaillé sur le Musée de l'Homme, qui s'est intéressée à mon sujet depuis le départ en me fournissant de précieux conseils et un grand soutien, ainsi qu'une relecture ; ma chère et fidèle amie de cours Clémentine Villerey, relectrice de ce mémoire ; ma meilleure amie Lucie Savouillan, étudiante en animation 3D à Montpellier, a su me donner quelques précisions techniques et terminologiques qui ont mis de l'ordre dans mes idées et qui m'ont permis d'élaborer mon Glossaire. Ma semi-colocataire Lola Balerin, sa Mûre qu'elle porte dans le ventre, et mes acolytes Anne Laroze et Jude Mas m'ont fourni des moments de répit et d'apaisement dont je n'aurais su me passer. Enfin, ma mère Larysa Mazur et mon cher et tendre Nicolas Artero m'ont apporté assez d'amour durant cette année pour que je surmonte mon stress et mes périodes de démotivation. Je tiens à remercier chaleureusement toutes ces personnes pour leur implication et leur soutien.

Introduction

A sa réouverture le 17 octobre 2015, le nouveau Musée de l'Homme propose à ses visiteurs un écrin complètement nouveau pour ses collections, doté d'une muséographie moderne et innovante présentant de nombreux dispositifs multimédia qui emploient des écrans pour diffuser les divers contenus :

« 80 écrans, 14 pupitres avec cartels numériques, 60 dispositifs différents... (tables de jeux, dispositifs qui engagent le corps du visiteur, ateliers interactifs pour se mettre dans la peau d'un scientifique, installations audiovisuelles multi-écrans, dispositifs sonores, films documentaires), tous les supports muséographiques sont conçus sur mesure, scénarisés et porteurs d'un contenu original, issu des travaux des chercheurs. »⁴

L'écran est donc l'outil principal servant à la médiation ainsi qu'à la présentation des collections et des contenus. Il est présent sous une grande variété de formes, de technologies et de dimensions. C'est le support de prédilection de la diffusion du numérique dont l'emploi s'est rapidement généralisé et les dont performances se sont considérablement accrues en très peu de temps⁵. Le numérique et l'écran qui le diffuse constituent aujourd'hui une culture pour tous faisant partie du quotidien, à tel point que l'on parle de la génération actuelle comme celle de l'« homo numericus »⁶. La récente mutation de certains musées et notamment leurs visées en matière de publics s'est donc tout naturellement accompagnée de l'usage accru de nouvelles technologies numériques dédiées à l'information et à la communication, ce qui a ainsi permis d'élaborer un mode de présentation dynamique et parfois interactif engendrant ainsi une « dimension proactive de la fonction éducative » de l'institution muséale⁷.

Il m'apparaît donc nécessaire d'étudier l'écran comme dispositif de présentation et de médiation à travers l'exemple du Musée de l'Homme, qui en comporte un nombre conséquent et une typologie variée. Cela passe par la mise en évidence du choix et de l'élaboration d'un tel projet dans une institution comme celle-ci et des différentes utilisations qui peuvent être faites de ces écrans au

4 C'est une des données phares communiquée dans le le projet muséographique du Musée de l'Homme, consultable sur leur site : <http://www.museedelhomme.fr/fr/musee/projet/projet-museographique> consulté le 11 février 2016.

5 Pierre-Yves Gicquel, « Modèles de connaissances pour l'interaction contextualisée en musée » Heudiasyc, CNRS-UTC, France, février 2012. https://conversionnumerique.files.wordpress.com/2012/02/gicquel_201-ed1.pdf Consulté le 27 janvier 2016.

6 Milad Doueïhi, *La grande conversion numérique*, Paris, Seuil, 2008.

7 Michel Allard, « Le parcours et les perspectives du champ de la recherche en éducation muséale », in : *La Muséologie, champ de théories et de pratiques*, Anik Meunier (dir.) (Québec : Presses Universitaires du Québec, 2012), p. 123.

sein d'une muséographie moderne, ainsi que les limites auxquelles ils se heurtent. Les fonctions de tels dispositifs et la complémentarité qu'ils apportent par rapport aux autres modes de présentation et de médiation sont au centre des préoccupations de certains services culturels⁸. Étudier un lieu aussi renouvelé que le Musée de l'Homme me permet d'entrevoir ce qui a été envisagé le plus récemment en matière de médias numériques, et ce qu'ils ont pu apporter.

Pour cela, j'ai structuré mon propos en quatre points. Je tente d'abord de délimiter mon objet d'étude qui est l'écran, en le définissant comme dispositif de médiation et de présentation au sein des musées, et en retraçant son apparition dans ces institutions. Puis je me penche sur le projet de rénovation du Musée de l'Homme avant de définir dans une troisième partie trois grandes typologies de dispositifs utilisant des écrans au Musée de l'Homme en détaillant leur fonctionnement et leurs objectifs. Enfin je termine par la mise en évidence des lacunes de l'emploi de l'écran comme dispositif privilégié pour insister sur les points à améliorer lors de la création d'un tel projet, en nuancéant toutefois mon propos.

8 Odile Leguém, « Visite réelle ou visite virtuelle : complémentarité et concurrence de deux modes de parcours » in : *De l'expérience multimédia. Usages et pratiques culturelles*, Nicole Pignier (dir.) (Paris : Lavoisier, 2009), p. 151.

Partie 1. L'écran, un dispositif au service de la médiation

Ma recherche porte sur les dispositifs du Musée de l'Homme qui se servent d'écrans pour faire passer des messages et diffuser des contenus. Il y en a plus de quarante, rassemblant plus de quatre-vingts écrans aux formats, technologies et emplois très variées. L'utilisation de l'écran comme dispositif de médiation dans les musées s'inscrit dans une longue histoire qui débute au XXe siècle.

A – L'écran est un dispositif

1 – Définitions du mot « écran »

En langue française, le mot « écran », admet deux grandes définitions⁹. La première définit l'écran comme quelque chose qui cache, qui protège, qui dissimule :

- « *Panneau ou dispositif protégeant contre la trop forte chaleur d'un feu ou contre une lumière trop vive.* »
- « *Tout ce qui arrête le regard, qui dissimule, empêche de voir.* »
- « *Ce qui s'interpose, s'intercale et dissimule : Son attitude n'est qu'un écran qui cache ses véritables intentions.* »

La seconde définition est celle qui nous intéresse plus particulièrement. Elle définit l'écran en tant que dispositif mettant en œuvre une technique d'affichage d'images ou d'autres données :

- « *Surface blanche en tissu, matière plastique ou autre matière destinée à recevoir des images photographiques ou cinématographiques par projection.* »
- « *Surface sur laquelle se forme l'image visible dans un tube cathodique.* »
- « *Appareil sur lequel sont affichés les caractères, les illustrations, les données ou les résultats d'opérations effectuées sur un matériel électronique.* »

Mon objet d'étude prend en compte les trois dernières définitions ci-dessus. Il est intéressant de mentionner que dans son usage actuel, le mot « écran » est surtout utilisé dans sa deuxième acception, et qu'il n'est quasiment plus employé dans sa première, ce qui démontre qu'il a perdu

⁹ Définitions provenant du dictionnaire Larousse en ligne <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/%C3%A9cran/27712?q=%C3%A9cran#27563> consulté le 10 janvier 2016.

son caractère ambivalent¹⁰. Dans le présent travail, il s'agit de parler aussi bien des écrans où sont diffusées des vidéoprojections que des écrans cathodiques, LCD ou encore tactiles¹¹.

2 – Omniprésence des écrans dans notre société

L'écran est un outil technique élaboré pour être employé par le biais du sens de la vue, celui qui est le plus utilisé dans les musées, où les visiteurs viennent appréhender des contenus principalement par l'organe de l'oeil. On constate son omniprésence dans la sphère privée et publique occidentale depuis un demi siècle, ce qui en fait l'objet technique le plus évident de notre société¹² : dans les foyers avec la télévision, les ordinateurs ; toujours sur nous avec les smartphones, les tablettes tactiles, les GPS, dans les lieux publics avec les écrans diffusant de la publicité, mais aussi dans les lieux de culture et de loisirs comme le cinéma ou encore les musées.

Ces dispositifs sont devenus en quelques décennies des objets du quotidien qu'on ne remarque plus tant ils sont présents¹³. L'écran est un outil qui éveille en nous un attrait, une curiosité viscérale, une envie effrénée de découvrir, de voir et de savoir¹⁴ auquel aujourd'hui on ne peut quasiment plus se soustraire.

3 – L'écran comme artefact, comme dispositif et comme interface

Dans son ouvrage *Penser la société de l'écran : Dispositifs et usages*, Divina Frau-Meigs donne une triple définition de l'écran, lui conférant ainsi une dimension plurielle :

- L'écran est d'abord un artefact – un objet que l'on peut désigner, qui sert à la représentation de la réalité, à la communication ainsi qu'à la médiation – ce qui en fait une technologie qui a un sens,
- L'écran est également un dispositif, c'est-à-dire un procédé qui donne accès de manière physique et symbolique à un contenu, ce qui en fait une technologie qui crée du sens, ce qui

10 Jacques Gautrand, *L'Empire des écrans, télé, internet, infos, vie privée : la dictature du "tout voir"* (Paris : Le pré aux Clers, 2002), p. 48.

11 À ce sujet, consulter Gérard Laurent, *Écrans plats et vidéoprojecteurs. Principes, fonctionnement et maintenance* (Paris : Broché, 2014).

12 Divina Frau-Meigs, *Penser la société de l'écran. Dispositifs et usages* (Paris : Presse Sorbonne nouvelle, 2011), p. 7.

13 À ce propos, consulter l'ouvrage Pascal Minotte, *Dévoreurs d'écrans. Comprendre et gérer nos appétits numériques* (Bruxelles : Mardaga, 2015).

14 Gautrand, *L'Empire des écrans...*, *op. cit.* note 10, p 17.

rejoint la définition du dispositif donnée par Jean Davallon¹⁵.

- Enfin, l'écran est une interface – c'est-à-dire qu'il interagit avec le sujet – et donc une technologie du sens permettant de comprendre les mécanismes de la cognition et de la pensée visuelle tout en facilitant les usages interactifs.

Étudier l'écran dans ces trois acceptions, c'est se confronter à un outil faisant partie intégrante de notre société et qui, par sa nature multiforme, présente diverses qualités indéniables le rendant compétent dans le domaine de la diffusion, de l'apprentissage et de la découverte.

4 – L'écran comme outil d'apprentissage

Avant l'apparition des écrans, la civilisation occidentale vivait dans une culture liée au livre et à la forme d'apprentissage linéaire qu'il induisait. Avec l'arrivée du cinéma, suivi de près par les technologies numériques, la société occidentale, qui a absorbé de manière massive et rapide ces nouveaux outils, a été soudainement bouleversée, ce qui a considérablement modifié le rapport à l'information et à l'apprentissage¹⁶. Subitement, l'écran a offert la possibilité de recevoir et d'émettre les informations d'une manière nouvelle, par les images, favorisant les formes de communication non écrite, et même non verbale¹⁷, ce qui a donné la possibilité à un public beaucoup plus large d'y avoir accès, notamment pour les personnes qui ne veulent ou ne savent pas lire. En outre, l'écran a permis la diffusion et la répétition de ces informations à une vitesse jamais atteinte auparavant, puisque le processus de fonctionnement égalait celui de l'œil.

Ces écrans, considérés d'abord comme des NTIC*, ont très rapidement été utilisés pour développer de nouvelles formes d'apprentissage. Depuis les années 1950-1960 l'écran est apparu dans le contexte scolaire avec l'utilisation de rétroprojections et de télévisions à des fins pédagogiques. Par la suite, c'est dans le cadre privé qu'on en a fait usage avec l'apparition du téléviseur dans les foyers¹⁸. Le recours à la télévision dans la sphère privée s'est fait dans un premier temps dans un but essentiellement pédagogique avec le visionnage de bulletins d'information, de films et de documentaires sans aucune publicité, rendant ainsi cet écran comme une « fenêtre

15 Jean Davallon, *L'exposition à l'œuvre, stratégie de communication et médiation symbolique* (Paris : L'Harmattan, 1999), p. 9 à 11.

16 Serge Tisseron, *Du livre et des écrans. Plaidoyer pour une indispensable complémentarité* (Paris : Manucius, collection « Modélisation des imaginaires », 2013), p. 9.

17 *Ibid*, p. 45.

18 A ce propos, une exposition a abordé cette thématique : *50 ans de pédagogie par les petits écrans*, musée de l'éducation de Rouen, du 5 novembre 2014 au 10 janvier 2016. E-book de l'exposition en ligne : https://www.reseau-canope.fr/fileadmin/user_upload/Actualites/pdf/50ANS-PEDAGOGIE.pdf consulté le 12 février 2016.

magique »¹⁹ ouvrant sur la connaissance de sa société et des autres cultures.

Par ailleurs, le mot « moniteur » désigne à la fois un animateur humain et un écran²⁰. Aujourd'hui l'utilisation des écrans pour l'information, l'apprentissage ou la médiation atténue les barrières entre l'effort et le travail d'une part, et entre le divertissement et le plaisir d'autre part²¹. En jouant « un rôle structurant, de mise en forme, d'organisation du réel et de sa perception, [l'écran est] à la fois représentation du monde et construction de l'imaginaire social », créant ainsi une interaction*, qui est non seulement physique mais aussi symbolique²². Ainsi, l'écran crée une sorte de fascination, le message délivré par ce dispositif aiguise le désir de savoir et d'apprendre²³.

B – L'écran au musée

1 – Les écrans comme dispositifs de présentation et de médiation dans les musées

a – L'écran au musée comme outil d'éducation non formelle

Les trois fonctions du musée, définies par le modèle PRC²⁴, à savoir la préservation, la recherche et la communication, sont complémentaires et interdépendantes. La valorisation et la diffusion des contenus sont l'un des buts de l'éducation muséale²⁵. C'est tout naturellement que l'institution muséale, qui appartient sans ambiguïté au champ de l'éducation non-formelle²⁶, s'est emparée de l'écran dès sa démocratisation afin de diffuser ses contenus. Le musée a pour but de « rendre "efficace" [...] la monstration d'objets, [ou] d'en faciliter l'appréhension sensible » par un « processus de transmission »²⁷ qui se traduit avant tout par la perception, et non par le concept²⁸.

19 Gautrand, *L'Empire des écrans...*, *op. cit.* note 10, p. 11.

20 *Ibid*, p. 152.

21 *Ibid*, p. 27.

22 *Ibid*, p. 39.

23 Emily Vargas Adams, « Les musées et l'éducation par ordinateur » in : *Museum* no. 144, Vol 36, 4, Le Rôle éducatif des musées, p. 218 – 222.

24 Modèle PRC proposé par la Reinwardt Academie.

25 Anik Meunier, « L'éducation muséale » in *La Muséologie, champ de théories et de pratiques*, *op. cit.* note 7, p. 104.

26 *Ibid*, p. 3.

27 « Éléments d'expologie : matériaux pour une théorie du dispositif muséal », François Mairesse, Cécilia Hurley, *Mediatropes* Vol III, No 2 (2012), p. 1-2.

28 *Exploration of the ways, means, and values of museum communication with the viewing public*, Marshall McLuhan, Harley Parker, Jacques Barzun, (New York : Museum of the City of New York, 1969). Tr. fr. : *Le musée non linéaire, Exploration des méthodes, moyens et valeurs de la communication avec le public des musées* (Lyon : Aléas, 2008), p. 40.

Le musée cherche donc à utiliser des techniques modernes dans le domaine de la communication afin d'élaborer les dispositifs les plus adéquats pour favoriser au mieux l'apprentissage du visiteur au musée. De ce fait, les technologies multimédia permettent d'appréhender le contenu muséal plus aisément, par plusieurs sens à la fois et en se fatiguant moins²⁹. Elles se généralisent rapidement³⁰ au point de devenir la norme dans les musées. Les NTIC ont contribué à mettre en valeur les contenus et les activités du musée : « intégré[e]s à ces présentations traditionnelles, [elles] aident les visiteurs à mieux comprendre ce qu'ils voient »³¹ ; leur absence risque aujourd'hui de faire perdurer l'image du musée poussiéreux et suranné³².

b – L'écran au musée comme mode de communication avec ses publics

La présentation et la médiation par l'écran vont donc de pair avec une idée du musée comme mode de communication avec ses publics. Cette idée apparaît dès les années 1960, en se manifestant notamment lors du colloque dirigé par Harley Parker et Marshall McLuhan au musée de la ville de New-York³³ en 1967. Les deux intervenants y présentent une vision totalement différente du monde des musées en comparaison avec leur fonctionnement d'alors : ils préconisent de placer au premier plan la communication d'idées et de principes et la diffusion de messages, et ce parallèlement au développement de nouveaux moyens de communication tels que la télévision ou l'ordinateur. « C'est essentiellement à une lecture du dispositif muséal que se livre [McLuhan] en insistant sur son caractère trop linéaire – à l'instar du livre – et son obsolescence en regard des changements de comportement provoqués par le développement de la télévision. »³⁴ A la même époque, Duncan Cameron publie un article³⁵ qui soutient les réflexions menées par McLuhan et Parker. Willem Sandberg³⁶, directeur du Stedelijk Museum à Amsterdam de 1945 à 1962, voit également la nécessité de la transformation des musées envisagée par le colloque de 1967.

29 Les études sur la fatigue muséale réalisées par B. I. Gilman ont été faites dans ce sens.

30 Camille Mazé, « Le musée comme lieu de savoirs » in : *Métamorphose des musées de société*, Denis Chevallier (dir.) (Paris : La Documentation française, collection « Musées-Monde », 2013), p. 89 et 94.

31 Vargas Adams, « Les musées et l'éducation par ordinateur », *op. cit.* note 23, p. 221.

32 Daniel Jacobi, « La muséologie et les transformations des musées » in : *La Muséologie, champ de théories et de pratiques*, *op. cit.* note 7, p. 139.

33 *Le musée non linéaire*, *op. cit.* note 28.

34 « Éléments d'expologie... », Mairesse, Hurley, *op. cit.* note 27, p. 20.

35 Duncan Cameron, « Viewpoint : the museums as a communication system and Implications for Museum Education », *Curator* XI, 1968. P 33-40.

36 *Digital technologies and the museum experience : handheld guides and other medias*, Loïc Tallon, Kevin Walker, (Lanham : Altamira Press, 2008), p. X.

Ces penseurs visionnaires proposent un musée qui se concentrerait davantage sur le public et non sur les objets. Plutôt que de lui « faire ingurgiter des connaissances », le musée doit proposer à ses visiteurs « des expériences sensibles susceptibles de favoriser chez [eux] une meilleure perception de l'environnement et donc de décupler [leurs] aptitudes à l'adaptation et à la découverte. »³⁷ « Le musée doit servir de déclencheur de sensations », et ses dispositifs de présentation et de médiation doivent fournir au visiteur la capacité de combler « le vide que le musée laisse dans le processus de dévoilement-découverte »³⁸ en lui offrant une expérience que McLuhan nomme « polysensorielle ». L'idée d'un musée idéal selon lui serait de faire apparaître l'environnement d'un objet de musée en appuyant sur un bouton³⁹. L'ère numérique permet partiellement de mettre en œuvre cette idée, notamment à travers les écrans. L'usage diversifié des NTIC s'inscrit donc dans une « modification de la fonction sociale des musées »⁴⁰, ouvrant une nouvelle voie à l'interprétation.

2– Bref historique des écrans dans les musées

Avant de poursuivre l'étude de l'écran en tant que dispositif, il me semble essentiel de revenir brièvement sur l'histoire des supports audiovisuels et numériques dans les musées. L'écran étant le support de transmission des informations sous forme numérique, son histoire est indissociable de celles de la vidéo et du digital*.

a – L'audiovisuel dans les musées

L'audiovisuel apparaît discrètement au musée dès la première moitié du XXe siècle, mais son usage s'intensifie après la Seconde Guerre Mondiale. Les supports utilisés sont d'abord la vidéoprojection, remplacée ou amplifiée rapidement par les écrans de télévisions à tubes cathodiques, apparus en 1936. En somme, le développement de l'audiovisuel dans les musées se fait en parallèle du développement de la télévision dans la sphère publique et privée.

37 « Vers une nouvelle génération de musées ? », Bernard Deloche, François Mairesse, in : *Le musée non linéaire*, op. cit. note 28, p. 22.

38 Philippe Dubé, « Du sacré au social. À propos du musée de société en Amérique du Nord », in : *Métamorphose des musées de société*, Chevallier (dir.), op. cit. note 30, p. 54.

39 *Le musée non linéaire*, op. cit. note 28, p. 82.

40 Allard, in : *La muséologie, champ de théories et de pratiques*, Meunier (dir.), op. cit. note 7, p. 123.

La fonction initiale de l'audiovisuel au musée est d'apporter un supplément d'informations sur les œuvres, mais de ne pas se substituer à elles – à cette époque, l'art vidéo n'existe pas encore. L'utilisation est donc faite dans un but pédagogique, c'est-à-dire présenter, expliquer ou contextualiser une œuvre, reconstituer un contenu⁴¹. L'emploi de ce média est déjà largement répandu à l'arrivée du numérique dans les musées, mais l'audiovisuel n'offre que des fonctionnalités restreintes, sans possibilité d'interaction avec les visiteurs.

b – L'apparition de l'ordinateur et de l'interaction via l'écran dans les musées⁴²

L'utilisation de l'ordinateur se répand dans les musées dans un premier temps pour un usage interne, comme les bases de données⁴³, à partir des années 1960, puis dans un second temps pour un usage dédié au grand public dans les années 1990. Cet outil permet de multiplier les utilisations des écrans dans les expositions, en incluant des contenus propres aux fonctionnements du numérique, comme la logique hypertexte*, et non plus seulement des images ou des séquences vidéo.

En 1987, l'exposition-spectacle *Cités-Cinés* au Grand Hall de la Villette à Paris introduit pour la première fois dans un parcours temporaire des écrans de télévision, qui ne sont plus des simples compléments de la visite. Bien au contraire « ils constituent le cœur même d'un dispositif narratif qui nourrit et structure fortement l'expérience des visiteurs ». En 1990, *Mémoires d'Égypte*, qui a lieu à Strasbourg, Paris et Berlin est une exposition d'un nouveau genre, qui associe étroitement les objets exposés et les médias, notamment des écrans de télévision, où sont diffusées des vidéos que les visiteurs peuvent écouter via un casque à ondes infra-rouges. C'est l'une des premières expositions interactives. L'écran de télévision couplé aux nouvelles possibilités techniques offertes par l'ordinateur, devient porteur d'un contenu beaucoup plus large, et va plus loin dans ses fonctions que la simple présentation des objets.

En 1991, s'ouvrent deux *Micro Gallery* à la National Gallery de Londres⁴⁴ ainsi qu'à la National Gallery of Art de Washington : sur des écrans reliés à des ordinateurs, il est possible de rechercher les œuvres de ces musées par ordre thématique ou chronologique, et d'y naviguer

41 *L'audiovisuel dans les musées*, Direction des musées de France (Paris : Ministère de la Culture, 1983), p. 8-9.

42 Pour cette partie, et notamment les citations, voir l'article : « 20 ans de numérique dans les musées : entre monstration et effacement », Daniel Schmitt, Muriel Meyer-Chemenska, *La Lettre de l'OCIM*, numéro 162, 2015. <http://ocim.revues.org/1605> consulté le 19 janvier 2016.

43 *Vers une redéfinition du musée ?*, François Mairesse, André Desvallées (Paris : L'Harmattan, 2007), p. 210-211.

44 Ben Rubinstein, « The micro gallery at the national gallery of London », *Archives and Museum Informatics*, juin 1992, Volume 6, Issue 2, p. 5-10.

facilement. Ainsi, la logique de l'hypertexte est introduite au sein même des musées pour être à la disposition du public, « ce qui constitue une véritable nouveauté, c'est la présence des écrans à proximité des œuvres qui devient acceptable puis légitime. »

c – Le tactile et les nouvelles technologies au musée

Une nouvelle génération d'écrans, les bornes tactiles*, développées dès les années 1980⁴⁵, fait une apparition plus manifeste dans les musées durant la décennie suivante. Véritable curiosité, ces dispositifs attirent par leur modernité : c'est une nouvelle forme d'approche de l'information, plus cognitive, que l'on « touche du bout des doigts ». L'une des premières occurrences de ce support se retrouve au Neanderthal Museum en 1997⁴⁶. A partir de ce moment-là, les multiples fonctionnalités que peut offrir l'écran, et sa facilité d'utilisation le légitiment dans les musées, au sein même du parcours permanent, parmi les expôts*.

Par la suite, d'autres technologies incluant l'usage de l'écran sont de plus en plus souvent employées dans les musées dans les années 1990-2000 : les technologies mobiles, les représentations 3D, les capteurs de mouvements, la géolocalisation, la réalité augmentée, le Wifi, le GPS ou encore les lunettes connectées. Dans le même temps, l'usage de dispositifs beaucoup moins innovants a toujours cours, comme les écrans cathodiques, les vidéoprojecteurs et les rétroprojecteurs, mais sous des formes plus immersives, notamment pour présenter l'art vidéo⁴⁷.

d – L'écran à sa place au musée

C'est donc progressivement que l'écran s'est imposé dans les musées, en remplaçant d'abord des supports de médiation traditionnels – que sont les photographies, les cartes, les panneaux dactylographiés – puis en offrant de nouvelles formes de présentation des collections et d'autres types de contenus. Ainsi, cette nouvelle technologie, intégrée très prudemment dans un premier

45 Daniel Thierry, « La borne interactive multimédia: une nouvelle technologie de distribution de l'information ? », *Technologies de l'Information et Société*, Volume 5, numéro 4, 1993, p. 393-417. http://revues.mshparisnord.org/lodel/disparues/docannexe/file/103/TIS_vol5_n4_3_393_417.pdf consulté le 20 février 2016.

46 Schmitt, Meyer-Chemenska, « 20 ans de numérique dans les musées... », *op. cit.* note 42.

47 Article sur le wiki de Labomedia « Une Histoire des arts numériques, des nouveaux medias, multimedia, interactif - de 1900 à nos jours » http://wiki.labomedia.org/index.php/Une_Histoire_des_arts_num%C3%A9riques_des_nouveaux_medias_multimedia_interactif_de_1900_%C3%A0_nos_jours#L.27apr.C3.A8s_guerre_et_les_ann.C3.A9es_50.2C_cybern.C3.A9tique.2C_cyn.C3.A9tique

temps, n'a pas radicalement modifié l'expérience de visite⁴⁸, mais a proposé progressivement des expériences d'un nouveau genre, plus sensibles, aux visiteurs.

Les écrans sont le moyen de diffusion de l'information numérique, mais leur évolution technologique les a transformés en la seule partie visible de l'outil informatique, au point qu'aujourd'hui on peut parler d'un « support-surface »⁴⁹, ce qui en fait un objet d'étude à part entière, un outil de médiation en soi. L'écran comme dispositif offre donc de nouveaux moyens de diffuser l'information et ainsi des possibilités plus larges que l'image fixe ou le texte. Il se met au service du discours du musée, en participant à la construction de sens. Ainsi « en vingt ans, nous sommes passés d'une résistance aux écrans à un désir d'écrans. »⁵⁰ Aujourd'hui, ses utilisations se sont démultipliées avec les innombrables avancées technologiques. L'ère du numérique⁵¹ a fait de l'écran l'un des outils propres à la médiation d'un nouveau genre dans les musées qui souhaitent se débarrasser de leur image de « musée poussiéreux » et offrir une expérience plus forte à ses visiteurs.

3 – L'écran comme dispositif privilégié dans les musées de sciences et de sociétés

L'utilisation des dispositifs comportant des écrans se retrouve dans tous les types de musées – qu'il s'agisse des musées des beaux-arts, des musées des sciences et des techniques, ou des musées d'histoire – mais elle est davantage introduite dans les musées présentant une muséologie d'idée comme les musées de sciences et de sociétés, qui s'opposent aux musées présentant une muséologie d'objet comme les musées des beaux-arts.

a – Les musées de sciences

Les musées de sciences modernes, destinés à un large public, apparaissent aux États-Unis au début du XXe siècle. Ils s'inscrivent dans le prolongement de l'apprentissage scolaire par la

48 Schmitt, Meyer-Chemenska, « 20 ans de numérique dans les musées... », *op. cit.* note 42.

49 Frau-Meigs, *Penser la société de l'écran*, *op. cit.* note 17, p. 7.

50 Schmitt, Meyer-Chemenska, « 20 ans de numérique dans les musées... », *op. cit.* note 42.

51 Milad Doueïhi, historien des religions et titulaire de la chaire d'humanisme numérique à l'université de Paris-Sorbonne, parle de « homo numericus » dans l'un de ses ouvrages, *op. cit.* note 6.

sensibilisation aux sciences⁵² de manière plus ludique. En France, ce type de musée apparaît avec l'ouverture du Palais de la Découverte en 1937 et plus tard avec la création de la Cité des Sciences et de l'Industrie à la Villette en 1986. Dans ce type de musées la muséographie est parfois plus importante que le contenu scientifique ou la collection, puisqu'elle facilite le développement des formes interactives qui permettent une meilleure appropriation de contenus⁵³. Ces interactions sont souvent réalisées par des dispositifs multimédia utilisant des écrans, comme des ordinateurs et bornes tactiles afin d'approfondir les contenus, des vidéos expliquant différents concepts ou des jeux interactifs pour un public jeune.

b – Les musées de sociétés

Les musées de sociétés apparaissent dans les années 1980, dans le sillage des avancées faites en Amérique du Nord dans les années 1960⁵⁴ et du mouvement de la nouvelle muséologie* qui met l'accent sur la nécessité du caractère interdisciplinaire et surtout la vocation sociale du musée⁵⁵, avec les notions de participation, d'échange et de partage⁵⁶ qui entrent en muséologie par la porte de l'écomusée⁵⁷. « On passe d'un lieu d'éducation à la parole partagée avec les visiteurs »⁵⁸, rejoignant l'idée du musée-forum⁵⁹, donnant aux visiteurs la possibilité de voir et de partager des points de vues multiples sur leur environnement et leur société. Selon Serge Chaumier la participation au musée se situe entre une expression de soi et un processus d'appropriation⁶⁰, incitant ainsi le visiteur à « reprendre le droit de cité » dans le musée comme espace public⁶¹. Les visiteurs sont de plus en plus sollicités dans ces musées « participatifs » grâce aux dispositifs multimédia, aux multiples

52 Serge Chaumier, « De la conscience des sciences à l'enrichissement des âmes : du musée de sciences au musée de sciences et sociétés », in : *La Fabrique du musée de sciences et sociétés*, Michel Côté (dir.) (Paris : La Documentation Française, collection « Musées-Mondes », 2001), p. 17.

53 *Ibid*, p. 22.

54 Anne Watremez, « Des Approches renouvelées des sociétés et des cultures. 30 ans d'expérimentation pour les musées de société », in : *Métamorphose des musées de société*, Chevallier (dir.), *op. cit.* note 30, p. 21.

55 *Concepts clés de muséologie*, André Desvallées, François Mairesse (Paris : Armand Colin et ICOM, 2010), p. 57. http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Museologie_Francais_BD.pdf

56 Milad Doueïhi fait remarquer que les mots « échange » et « partage » font partie de notre quotidien numérique.

57 *Musée et numérique. Quelles visions du participatif ?*, Florence Andreacola, Marie-Sylvie Poli, Eric Sanjuan, in : Colloque de l'université d'été Ludovia 2013, consultable en ligne : http://culture.numerique.free.fr/publications/ludo13/Andreacola_Poli_Sanjuan_Ludovia_2013.pdf

L'écomusée est un concept inventé par Hugues de Varines et Georges Henri-Rivière.

58 Denis Chevallier, « Introduction. Les musées de société : la grande mue du XXI^e siècle », in : *Métamorphose des musées de société*, Chevallier (dir.), *op. cit.* note 30, p. 16.

59 Duncan Cameron, « The Museum, a Temple or the Forum », *The Museum Journal*, vol. 14, 1971.

60 *Musée et numérique. Quelles visions du participatif ?*, *op. cit.* note 57.

61 Joëlle Le Marec citée dans Serge Chaumier, « Musées, encore un effort pour être participatifs ! », in : *Métamorphose des musées de société*, Chevallier (dir.), *op. cit.* note 30, p. 117.

écrans très présents dans les muséographies récentes, particulièrement dans les musées de sociétés, où les expôts ont une place secondaire par rapport aux idées. De plus, leur interdisciplinarité et la diversité de leurs contenus – artefacts, moulages, textes, entre autres – nécessitent une plus grande contextualisation : « le parcours non linéaire du musée de sciences et de sociétés est semblable à la logique hypertextuelle multimédia »⁶², et pour cela l'usage des écrans est particulièrement adapté.

c – L'écran dans les musées de sciences et de sociétés

Depuis les années 1970, les enjeux sociétaux, traités à une échelle locale par les musées de sociétés, sont fortement liés aux développements scientifique, technique et industriel et à leur démocratisation. Les responsables des musées de sciences ont pris conscience que leur rôle n'était pas seulement d'expliquer les phénomènes, mais d'ouvrir leurs portes aux débats et proposer des solutions et des alternatives aux problématiques devenues désormais mondiales avec la globalisation. Cette métamorphose cherche ainsi à transformer le statut des visiteurs en celui de citoyens invités à agir. « Les médias de masse ne transmettant souvent que des informations superficielles, les musées de sciences se doivent de les compléter. » Ainsi, des musées auparavant tournés vers un discours strictement scientifique, se sont progressivement tournés vers une mission pluridisciplinaire, en mettant à profit leurs collections scientifiques au service d'un discours plus « sociétal », sensibilisant ainsi davantage les nouveaux visiteurs-citoyens à leur propre société.⁶³

L'utilisation des dispositifs comportant des écrans est liée au triple défi⁶⁴ de ce type de musées, à savoir la prise en compte d'un monde en constante transformation et l'illustration de celle-ci par des médias modernes pouvant en rendre compte ; la diffusion et la transmission des contenus matériels et immatériels véhiculée par le multimédia – palliant ainsi la pauvreté de l'information transmise par les médias de masse comme la télévision ; et enfin, les publics, qu'il faut intéresser en privilégiant de nouveaux modes d'approche notamment l'interaction par des outils qui lui sont familiers ou nouveaux, comme c'est le cas avec les nouvelles technologies et la mobilisation des écrans. La muséographie participative incluant les NTIC en lien avec ces objectifs invite le visiteur à s'appropriier le contenu.

62 Chaumier, in : *La Fabrique du musée de sciences et sociétés*, Côté (dir.), *op. cit.* note. 52, p. 24.

63 Pour ce paragraphe et la citation, voir Bruno Jacomy, « Musées des sciences et techniques », Encyclopædia Universalis [en ligne], consulté le 27 mars 2016. <http://www.universalis.fr/encyclopedie/musees-de-sciences/>

64 Bruno Suzzarelli, « Préface. Quels musées de civilisations pour l'avenir ? », in : *Métamorphose des musées de société*, Chevallier (dir.), *op. cit.* note 30, p. 9.

Conclusion

Au sein du musée de l'Homme, qui se positionne comme un musée de sciences et de sociétés présentant « l'évolution de l'Homme et des sociétés en croisant les approches biologiques, sociales et culturelles »⁶⁵, la pertinence de l'utilisation de dispositifs numériques ne peut être remise en cause. L'usage de l'écran comme dispositif au sein d'une telle institution est tout à fait justifié, les exemples similaires sont d'ailleurs nombreux sur le territoire français, comme c'est le cas au sein de deux autres musées de sociétés, le Musée des Confluences à Lyon et le MuCEM à Marseille qui utilisent abondamment des écrans dans leur muséographie, utilisant l'animation et l'interactivité comme mode de présentation et de médiation en lien avec les collections et les thématiques exposées.

C'est pour cette raison que pour l'étude de l'écran comme dispositif mon choix s'est porté sur le Musée de l'Homme, qui peut représenter cette « nouvelle génération de musées axés sur cette dialectique de l'identité et de l'altérité, du local et du global, qui caractérise nos sociétés à l'heure de la mondialisation et de l'ère numérique »⁶⁶ définie par Bruno Suzzarelli. Le Musée de l'Homme utilise l'écran comme support de médiation et de présentation de contenus sous diverses formes alliant mémoire, transmission et invention. La présence de ces dispositifs marque ainsi ce que Geneviève Vidal définit comme « une ambition d'autonomisation de l'accès au patrimoine »⁶⁷ par les multiples fonctions et possibilités d'interactions qu'ils offrent aux visiteurs.

65 <http://www.museedelhomme.fr/fr/musee/histoire-musee-homme>

66 Suzzarelli, in : *Métamorphose des musées de société*, Chevallier (dir.), *op. cit.* note 64, p. 9.

67 Geneviève Vidal, « La médiation numérique et les musées : entre autonomie et prescription », in : *Développer la médiation documentaire numérique*, Xavier Galaup (dir.), 2012 publié en ligne : <http://mediationdoc.enssib.fr/>

Partie 2. Le projet de rénovation du Musée de l'Homme et le programme muséographique multimédia

L'utilisation de l'écran au sein des musées s'inscrit pleinement dans le cadre du projet du nouveau Musée de l'Homme. Après une présentation générale du projet de rénovation de cette institution, tel qu'il a été imaginé dès le début des années 2000, je détaillerai l'élaboration du projet multimédia.

A – Le Musée de l'Homme, de l'ouverture de 1938 à la réouverture en 2015⁶⁸

1 – Les objectifs du Musée de l'Homme

« Manifestation, laboratoire et école, le Musée de l'Homme a incarné la nouvelle science de l'Homme, l'ethnologie, dont il se voulait à la fois le temple et le principal outil, consacré à la production et à la transmission du savoir. »⁶⁹ Depuis son ouverture en 1938, le Musée de l'Homme poursuit des objectifs nobles de diffusion du savoir scientifique et artistique au public le plus large possible. Ces objectifs n'ont jamais été remis en question et la structure et la muséographie du musée ont été entièrement mises au service de ses principes.

a – Le Musée de l'Homme à son ouverture en 1938⁷⁰

Remplaçant l'ancien Musée d'Ethnographie du Trocadéro, le Musée de l'Homme ouvre ses portes au public en 1938 sous l'impulsion de son directeur Paul Rivet qui souhaite en faire un

68 Pour cette partie, se référer à la thèse de Fabrice Grognet, *Le concept de musée : la patrimonialisation de la culture des "autres" d'une rive à l'autre, du Trocadéro à Branly histoire de métamorphose*, 2 vol. (Paris : thèse de doctorat, EHESS, 2009).

69 Benoît De l'Estoile, *Le Goût des Autres. De l'exposition coloniale aux Arts premiers* (Paris : Flammarion, collection « Champs essais », 2010), p. 39-40.

70 Pour cette partie, consulter le mémoire d'étude de Bertin, Marion, *Penser soit et penser l'autre à travers les dispositifs de présentation du Musée de l'Homme et de leur évolution*, Cécilia Hurley-Griener (dir.) (Paris, Ecole du Louvre, 2015), p. 19-22 et 37-41.

véritable centre de recherche et de diffusion des connaissances, un « musée-laboratoire ». Ce projet s'inscrit dans une double volonté d'éducation populaire et de recherche scientifique. Placé sous la tutelle de l'Instruction Publique, le musée accueille le laboratoire d'anthropologie du Muséum, l'institut d'ethnologie, l'institut d'anthropologie et des sociétés savantes⁷¹. D'un autre côté, l'ambition principale du musée selon Paul Rivet est « de rendre la plus humaine des sciences accessible à un grand public qui n'a pas l'occasion de découvrir la diversité humaine en général. »⁷².

Une trame narrative muséographique crée différentes unités de sens qui structurent le propos du musée. Des vitrines synthétiques aérées et bien éclairées sont conçues comme des ensembles significatifs qui présentent des objets phares. D'autres vitrines, plus détaillées sont là pour une étude plus approfondie. A cela s'ajoutent de nombreuses photographies, cartes et panneaux de textes. Cette présentation à la fois spectaculaire et pédagogique par sa diversité emprunte beaucoup au langage de la publicité, présentant ainsi un caractère avant-gardiste⁷³.

Il y a en plus de l'exposition permanente une bibliothèque et une photothèque accessibles au public. Dès le départ, le Musée de l'Homme a été imaginé par ses créateurs comme « le musée le plus moderne qui soit », utilisant les moyens de recherche et de médiation les plus novateurs afin de diffuser le savoir sur l'Homme au plus grand nombre⁷⁴.

b – Le Musée de l'Homme à sa réouverture en 2015

A sa réouverture en octobre 2015, le musée a voulu réaffirmer avec force le concept de « musée-laboratoire » si cher à Paul Rivet. Pour ce faire, le musée s'est donné pour mission de présenter toutes les facettes scientifiques, sociales et culturelles de l'Homme, réaffirmant ainsi sa volonté d'être un musée universel et accessible à tous. Dans ce sens, le comité de rénovation a choisi une muséographie moderne et à la pointe de la technologie tout en reprenant les mêmes principes muséographiques : une trame narrative – désormais en trois parties : « Qui sommes-nous ? D'où venons-nous ? Où allons-nous ? » –, de grandes vitrines thématiques regroupant parfois jusqu'à une centaine d'objets, des vitrines-alcôves plus détaillées. L'ensemble est adapté à la fois aux publics

71 Claude Blanckaert, « Les héritages naturalistes de la science de l'Homme », in : *Le Musée de l'Homme, histoire d'un musée-laboratoire*, Claude Blanckaert (dir.) (Paris : Artlys, 2015), p. 91.

72 Pour ce paragraphe, voir Alice L. Conklin, « 1878-1945 : Le paradoxe colonial du Musée de l'Homme », in : *Le Musée de l'Homme...*, *Ibid*, p. 32.

73 Benoit de l'Estoile, « À quoi sert un Musée de l'Homme ? Vies et destins d'une utopie », in : *Le Musée de l'Homme...*, *Ibid*, p. 239.

74 « Postface. La refondation du Musée de l'Homme », Cécile Aaufaure, Evelyne Heyer, in : *Le Musée de l'Homme...*, *Ibid*, p. 261.

pour une visite optimale, et aux objets pour une conservation et une protection idéales.

En plus des collections permanentes, le nouveau Musée de l'Homme s'est muni d'un centre de ressources, d'un auditorium ainsi que d'un Balcon des Sciences⁷⁵ accessibles à tous. Ce sont les nouveaux outils participant à la diffusion de savoirs et de découvertes scientifiques actuelles du musée. D'autres espaces sont dédiés à la recherche et à l'enseignement : un laboratoire employant des techniques de pointe, des réserves, les bureaux des nombreux scientifiques travaillant sur place, une bibliothèque spécialisée réservée aux chercheurs, entre autres. Au total, 20% de la surface des locaux actuels du musée est dévolue à la recherche et à l'enseignement⁷⁶. Il y a donc une continuité dans la muséographie et dans la diversité des espaces du musée, d'où émane une volonté de conserver la grandeur qui a fait la réputation internationale de cette institution.

2 – Les raisons de la rénovation du Musée de l'Homme

Le projet de rénovation de l'emblématique Musée de l'Homme découle de trois événements dont la conjonction a amené l'institution à fermer ses portes durant six années pour repenser complètement ses objectifs et se transformer profondément de l'intérieur.

a – Remaniement des collections nationales d'ethnographie

Au début des années 2000, le projet du Musée de l'Homme doit être entièrement repensé suite à une décision à la fois politique et culturelle de remaniement des collections nationales d'ethnographie, réparties à ce moment-là entre quatre institutions nationales : le Musée de l'Homme – dépendant du MNHN et héritier des collections de l'ancien Musée d'Ethnographie du Trocadéro –, le Musée national des Arts d'Afrique et d'Océanie qui ferme ses portes en 2003, le Musée National des Arts et Traditions Populaires, qui ferme ses portes au public en 2005 et enfin le Musée national de la Marine, situé dans le même bâtiment que le Musée de l'Homme, toujours ouvert au public mais qui va fermer pour un grand chantier de rénovation entre 2017 et 2020⁷⁷.

75 Dans le projet de rénovation initial du musée de l'Homme, une médiathèque et une « cyber-salle » étaient prévues. Voir *Le Nouveau Musée de l'Homme*, Jean-Pierre Mohen (dir.) (Paris : Odile Jacob, 2004), p 93.

76 Dossier de presse du Musée de l'Homme (Paris : MNHN / DICAP, septembre 2015), p. 7.

77 Un communiqué de presse du Ministère de la Défense datant de 2014 annonçait la rénovation du musée à partir de cette année (2016) <http://www.defense.gouv.fr/salle-de-presse/communiqués/ministre/renovation-du-musee-de-la-marine> consulté le 27 mars 2016.

Cette réorganisation nationale a conduit le Musée de l'Homme à se séparer de deux tiers de ses collections : les collections d'ethnographie extra-occidentale ont été transférées au Musée du Quai Branly qui a ouvert ses portes en 2006 suite à une convention signée⁷⁸ entre les deux musées. Quant aux collections d'ethnographie européenne, elles ont été transférées au Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranéenne (MuCEM) ouvert à Marseille en 2013.

b – Réorganisation du MNHN

Un autre événement intervient dans cette décision, il s'agit de la profonde réorganisation du MNHN décidée par décret du 3 octobre 2001, qui se divise désormais en départements de recherche et de diffusion non hiérarchisés. Dans le cadre de cette restructuration, le Muséum a redéfini son positionnement scientifique en se recentrant sur les problématiques liées à la biodiversité, à l'environnement, au développement durable et au rôle joué par l'Homme dans l'évolution de la nature et de la société⁷⁹, tendant vers des objectifs propres aux musées de sciences et de sociétés.

Le Musée de l'Homme, dépossédé d'une grande partie de ses collections a dû ré-élaborer son discours à partir des collections qui lui restaient et en fonction des nouvelles orientations du MNHN. Deux des nouveaux départements créés, « Préhistoire » et « Hommes, natures, sociétés » se sont unis pour poursuivre les objectifs entrepris naguère par le Musée de l'Homme⁸⁰, dont la vocation est « la diffusion des connaissances, l'action éducative et culturelle dans les domaines scientifiques relatifs à l'espèce humaine ». L'homme doit être reconsidéré dans ses dimensions culturelle et biologique, ainsi que par ses relations avec son environnement⁸¹.

78 La convention a été signée le 1er août 2000, et fut mal accueillie par les scientifiques du Musée de l'Homme qui se sont sentis dépossédés de leurs outils de recherche. La promulgation du décret n° 2004-1350 a permis d'opérer une cession de la collection du Musée de l'Homme au futur Musée du Quai Branly : « Les biens culturels et les collections affectés au Muséum national d'histoire naturelle qui, à la date du 1er janvier 2005, sont mis en dépôt auprès de l'Etablissement public du musée du quai Branly, sont affectés à ce dernier et inscrits sur son inventaire à compter de cette même date. »

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000005927306&dateTexte=20110322> consulté le 27 mars 2016.

79 Serge Bahuchet, « Hommes, natures et sociétés : la construction de l'interdisciplinarité », in : *Le Musée de l'Homme...*, Blanckaert (dir.), *op. cit.* note 71, p. 136.

80 *Ibid.*

81 *Le Nouveau Musée de l'Homme*, Mohen (dir.), *op. cit.* note 75, p 37.

c – Le rôle de la loi musées du 4 janvier 2002

Cette décision découle également de la mise en application de la loi musées du 4 janvier 2002⁸², qui contraint tous les musées labellisés « musée de France » à prendre en compte les nouvelles exigences muséographiques, et donc à la rédaction d'un Projet Scientifique et Culturel qui explicite les missions permanentes du musée et les moyens mis en œuvre pour leur accomplissement, à savoir la conservation, la restauration, l'étude et l'enrichissement des collections ; l'accessibilité de celles-ci au public le plus large ; la mise en œuvre d'actions éducatives et de diffusion dans un but d'accès de la culture à tous ; la contribution aux progrès de la connaissance et de la recherche ainsi qu'à leur diffusion⁸³.

d – Un nouveau Musée de l'Homme

Ces trois événements conjugués, le Musée de l'Homme, vidé d'une grande partie de ses collections, doit se réinscrire dans le nouveau projet du Muséum tout en étant conforme aux directives de la nouvelle loi. De plus, la mission de rénovation du musée, qui débute dès 2003 avec la rédaction du PSC*, s'inscrit dans un développement culturel d'ampleur dans l'axe de la Seine⁸⁴. En 2009, les travaux de rénovation du musée sont lancés, il ferme alors ses portes jusqu'à sa réouverture en octobre 2015.

3 – Le Projet Scientifique et Culturel du Musée de l'Homme⁸⁵

a – Un PSC entièrement tourné vers les publics

Le Musée de l'Homme doit établir son Projet Scientifique et Culturel afin de définir ses objectifs. Une commission préparatoire aux travaux de rénovation a participé à l'élaboration du PSC avec à sa tête Jean-Pierre Mohen de 2003 à 2008. Le but du PSC est de valoriser les atouts déjà présents du musée et d'en développer d'autres. Une attention particulière est portée sur les publics,

82 Consultable sur le site de Legifrance :

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000769536&categorieLien=id>

83 *Ibid.*

84 *Le Nouveau Musée de l'Homme*, Mohen (dir.), *op. cit.* note 75, p 15.

85 Pour cette partie, voir l'ouvrage *Le Nouveau Musée de l'Homme*, Mohen (dir.), *op. cit.* note 75.

avec la promotion de nouveaux modes d'accès pour les primo-visiteurs et les publics spécifiques, tout en fidélisant davantage les visiteurs déjà habitués⁸⁶. L'idée est de leur faire vivre une expérience enrichissante lors de la visite et leur donner envie de revenir en suscitant chez eux de la curiosité et du plaisir. Pour cela, en plus du parcours permanent, des espaces de diffusion, de repos et de recherche sont prévus, comme la médiathèque, la « cyber-salle », un café et un restaurant, ainsi qu'un vaste hall d'accueil. L'idée est d'inciter les publics à venir pour plusieurs raisons au musée, en leur proposant une offre diversifiée et de qualité.

b – Une muséographie moderne

L'attention accordée aux différents publics se traduit dans le parcours permanent du musée par la volonté de créer des espaces à la fois agréables et motivants. L'équipe du projet souhaite opérer une véritable métamorphose du musée par le biais d'une muséographie innovante suscitant surprise et découverte⁸⁷. Pour y parvenir, l'équipe a imaginé un parcours décloisonné présentant différentes typologies de vitrines alternant un éclairage à la lumière naturelle et un éclairage artificiel afin de créer diverses ambiances, mais aussi différents niveaux de lecture, laissant le public libre dans ses choix de visite.

Concernant la médiation, de nombreux dispositifs présentent les thématiques abordées, notamment des multimédia et des supports virtuels à vocation pédagogique⁸⁸. A ce propos, le comité de rénovation s'est inspiré de la Cité des Sciences et de l'Industrie qui a « préféré diversifier [ses] moyens audiovisuels et techniques au profit d'une démonstration didactique plus en accord avec les recherches actuelles »⁸⁹. Il y a donc une volonté de modernisation des dispositifs de présentation et de médiation en se référant aux exemples les plus récents ayant du succès. Ce parti pris montre que le musée souhaite satisfaire les attentes du public par les moyens les plus modernes.

c – Une volonté de s'adapter au mieux aux nouveaux besoins des publics

Il était prévu, avant la réouverture du musée, de « tester la pertinence du nouveau concept du

86 *Ibid*, p 76-77, 84.

87 *Ibid*, p 58.

88 *Ibid*, p 66-70.

89 *Ibid*, p 64-65.

Musée de l'Homme » en réalisant une vaste étude des publics et des non-publics par des entretiens, des questionnaires et des études marketing⁹⁰. D'autre part, la conception d'expositions préfiguratives à l'ouverture du nouveau Musée de l'Homme était également envisagée⁹¹. Le but de ces actions était de réajuster le PSC et de l'adapter au mieux aux exigences des futurs visiteurs du musée, car le comité de rénovation avait bien conscience que le projet élaboré par une équipe restreinte ne peut être totalement en accord avec les attentes des nombreux visiteurs potentiels. Bien que toutes ces actions n'aient été réalisées que partiellement par manque de temps, on constate une volonté manifeste de la part de l'équipe du musée de s'adapter au mieux à un public le plus large possible en le questionnant sur ses attentes et ses envies.

4 – La réouverture du Musée de l'Homme

La réouverture du musée le 17 octobre 2015 a donc été un événement majeur qui s'inscrit dans le cadre du programme de rénovation des différents sites du MNHN. Y est réaffirmé le concept novateur de musée-laboratoire, au service de la société et de son développement⁹², qui fit du Musée de l'Homme sa spécificité et sa force dès son ouverture en 1938. Le musée a repensé ses objectifs à travers des collections mises au service d'un nouveau propos orienté vers le présent et l'avenir. Pour cela, l'équipe du musée a conçu une présentation employant les nouveaux moyens technologiques répondant ainsi à sa vocation de modernité.

B – La conception du projet multimédia du Musée de l'Homme⁹³

Le projet multimédia du Musée de l'Homme a été un enjeu majeur pour l'équipe qui souhaitait revivifier un musée en l'inscrivant dans la modernité. La conception des multimédia a donc été réalisée concomitamment au programme muséographique global de rénovation.

90 *Ibid*, p 82-83.

91 On peut citer l'exposition de préfiguration *La Saga de l'Homme (épisode 1 : l'Homme exposé)*, qui a eu lieu au Musée de l'Homme de 2007 jusqu'à sa fermeture en 2009. <http://www.museedelhomme.fr/fr/musee/expositions-passees/saga-homme-episode-1-homme-expose>

92 Référence à la définition du musée de l'ICOM.

93 Pour cette partie, voir l'entretien avec Alexis Amen, responsable multimédia du Musée de l'Homme, Annexe 5.

1 – Le programme muséographique global du Musée de l'Homme

a – La conception du projet

La conception d'un parcours permanent tel que celui de la Galerie de l'Homme est un long travail de réflexion qui est mené par le comité d'orientation. Celui-ci est constitué d'une équipe pluridisciplinaire qui répond à la vocation universelle d'un musée de sciences et de sociétés. La première étape consiste à penser l'exposition de manière théorique, « sur papier »⁹⁴, afin de dégager des concepts et des idées qui sont traités par thèmes. Ensuite, il faut transformer ces idées en un parcours muséographique où elles sont envisagées selon un ordre précis, avec des objets disponibles dans les collections et des dispositifs de présentation et de médiation soigneusement choisis⁹⁵. Dès le départ, la volonté du comité d'orientation a été d'imaginer des choses très disparates – en matière d'expôts et de présentation – pour illustrer un même thème. Chacune des trois parties du musée – « Qui sommes-nous ? », « D'où venons-nous ? » et « Où allons-nous ? » – a été dirigée par un concepteur principal⁹⁶ qui avait pour mission d'élaborer un discours.

La deuxième étape de réalisation est la mise en vitrine de ces concepts, avec la transposition des idées à traiter en contenus matériels, textuels et multimédia. Une sélection plus précise des objets des collections est faite pour illustrer chaque idée avec des exemples venant de diverses cultures et sociétés ainsi que de notre société occidentale. Pour concevoir les différents dispositifs de présentation et de médiation – les mobiliers, les multimédia, ou encore les panneaux dactylographiés – des appels d'offres sont passés. Quand à l'élaboration des discours scientifiques, des rendez-vous avec divers spécialistes sont pris pour les faire intervenir sur les thématiques choisies et en tirer des trames narratives à utiliser ensuite dans les textes, les multimédia et les vitrines d'objets.

Enfin, la troisième phase du projet muséographique est le montage de l'exposition à proprement parler, qui est l'étape la plus courte mais la plus mouvementée puisqu'elle se déroule quelques semaines avant l'ouverture du musée au public. Durant cette ultime phase, l'équipe du projet constate et corrige un grand nombre d'incohérences. Ce qui semblait fonctionner en théorie ne s'accorde pas avec la réalité : certains objets prévus pour être exposés ensemble se font de l'ombre, certaines vitrines n'ont pas les dimensions souhaitées, des dispositifs interactifs censés enrichir le

94 Alexis Amen, voir Annexe 5, p. 33.

95 Dans l'exposition temporaire *Chroniques d'une renaissance*, visible au Musée de l'Homme jusqu'en juin 2016 est exposée une maquette de la galerie permanente avec l'emplacement de chaque idée et concept.

96 Cette partie repose sur l'intervention de Marie Merlin lors de l'atelier « Fabrique d'un musée » le 10 février 2016. Elle a été en charge de la conception de la partie 1 de l'exposition permanente.

propos ne font que le dissiper. De nombreux ajustement sont faits durant cette dernière étape, ce qui peut modifier parfois de manière assez sensible certains éléments du projet initial.

b – Une muséographie sur mesure

Pour la conception de la scénographie du parcours permanent, l'agence Zen+dCo⁹⁷ dirigée par Zette Cazalas a été choisie⁹⁸ pour imaginer les espaces dans lesquels les visiteurs et les objets allaient se rencontrer⁹⁹. Le parti pris a été de réaliser un parcours totalement décloisonné présentant une grande variété de vitrines avec des dispositifs de présentation spectaculaires, comme les typologies des grandes vitrines thématiques ou des vitrines-alcôves plus intimes, ou encore des gestes muséographiques forts comme l'envolée de bustes ethnographiques située en fin de partie 1. Chaque dispositif a été conçu sur mesure, intégrant toutes les techniques nécessaires à la médiation et à la conservation des expôts.

Ce parcours peut être qualifié de non linéaire car il invite le visiteur à choisir ce qu'il veut découvrir, avec des perspectives et des mises en scène qui invitent à se diriger vers plusieurs endroits à la fois. Aucun itinéraire précis n'est prédéfini, ce qui laisse le choix au visiteur d'explorer les vitrines dans l'ordre qu'il souhaite et même de revenir sur ses pas. Les dispositifs de présentation – textes, multimédia, manipulations, reconstitutions – suivent la même logique thématique que les vitrines, ce qui permet aux visiteurs de ne pas être obligés de lire l'ensemble, ni de le faire dans un ordre imposé. Les supports de médiation ponctuent le parcours de manière régulière créant ainsi un espace où s'enchaînent les objets, les idées et les « expériences décalées »¹⁰⁰ de façon dynamique et didactique. Aucune primauté n'est donnée à tel ou tel type de dispositif, ce qui rend le parcours riche et varié, avec beaucoup d'*unica* en matière de dispositifs, susceptibles de satisfaire un très large public.

2 – Le projet muséographique multimédia

Le Musée de l'Homme se définit comme un musée du XXIe siècle, où la technologie est au

97 <http://zendco.com/>

98 Cette agence s'est déjà illustrée dans la création de parcours muséographiques innovants et immersifs, par exemple au Musée des Confluences, au Fort Saint-Jean du MuCEM ou encore au Mémorial de la paix de Caen.

99 Bertin, *Penser soit et penser l'autre...*, *op. cit.* note 70, p. 57-59.

100 Dossier de presse du Musée de l'Homme, *op. cit.* note 76, p. 21.

service de la médiation et de la présentation des objets, qui s'expriment ainsi autrement. De ce fait « la diffusion des connaissances s'appuie sur des mises en scène, des dispositifs de haute technologie, des outils numériques qui permettent d'offrir aux visiteurs différents niveaux d'information, de lui donner à choisir ce qu'il lui plaît d'explorer. »¹⁰¹ Ainsi l'écran est le dispositif privilégié pour la présentation des contenus.

a – L'inscription du projet multimédia dans le projet muséographique global

Le choix d'un parcours fortement enrichi de dispositifs multimédia, avec de nombreux écrans, fut évident pour le Musée de l'Homme, qui est un musée de sciences et de sociétés qui se veut à la fois ludique et didactique. Un propos est construit en amont des objets des collections, qu'il faut illustrer autrement que par des artefacts. L'usage des dispositifs numériques a permis d'illustrer et de compléter le discours scientifique de ce musée qui a pour vocation première de rendre ses collections compréhensibles pour le public le plus large. C'est pourquoi le multimédia occupe une place essentielle au sein du Musée de l'Homme et surtout dans sa galerie permanente. La conception de ce projet multimédia a été pensée en même temps que le projet muséographique global, rendant cette dimension du projet centrale et non annexe.

L'ensemble des multimédia du Musée de l'Homme est supervisé par Alexis Amen, ingénieur en informatique multimédia, qui a rejoint l'équipe de conception en 2013. Il n'y en a pas que dans le parcours permanent mais aussi dans les autres espaces dédiés aux publics comme le Balcon des Sciences ou le centre de ressources qui ont fait des supports numériques visuels leur mode de diffusion privilégié.

b – La conception du projet multimédia

Dans un premier temps, la conception du projet multimédia consiste à définir le choix du type de support pour chaque contenu : vaut-il mieux une animation, un film, ou un jeu interactif ? Les raisons du choix des multimédia sont définies en fonction de leur utilisation dans le parcours : pour multiplier les exemples les jeux interactifs sont un bon moyen, alors que pour expliciter la

¹⁰¹*Ibid*, p. 10.

construction du langage, un court film documentaire réalisé avec un scientifique convient mieux. Par la suite, il s'agit de concevoir ces multimédia plus précisément en réalisant des croquis et des fiches détaillant leur fonctionnement, les messages à transmettre, la mise en espace de ces dispositifs, tout en déterminant le nombre de personnes pour qui ils sont prévus. L'aboutissement de cette étape a été la réalisation du plan muséographie multimédia¹⁰² à partir du programme muséographique écrit.

La deuxième étape importante est celle de l'élaboration des multimédia. Un premier travail est mené avec la maîtrise d'œuvre, qui conçoit les différents dispositifs à partir des informations rassemblées lors de la première étape de conception ; il s'agit de l'aspect matériel de l'élaboration du projet. Le mobilier imaginé pour ces outils est défini avec les scénographes afin de s'intégrer au mieux au reste du parcours. Parallèlement à ce travail, il y a celui de l'élaboration des contenus scientifiques et pédagogiques des dispositifs, c'est-à-dire l'aspect intellectuel. Pour cela l'équipe s'adresse à des scientifiques (notamment des généticiens, des paléoanthropologues, des cartographes, des ethnomusicologues) qui aident à créer un scénario de jeu ou un synopsis de vidéo ou d'animation avec un contenu pédagogique accessible au plus grand nombre afin de pouvoir être compris et apprécié par tous les publics. Il est nécessaire de bien coordonner le contenu scientifique défini par les chercheurs et la conception matérielle pour obtenir des dispositifs cohérents dans la forme et le contenu, donnant des informations complémentaires et pertinentes par rapport aux objets et aux panneaux de salle.

La conception du projet multimédia nécessite donc une grande coordination entre différents acteurs que sont l'équipe du projet muséographique, la maîtrise d'œuvre et les scientifiques. L'objectif est de créer des supports pleinement intégrés à l'ensemble du parcours et utilisables par tous avec facilité et plaisir, conciliant savoir, ergonomie et pertinence.

c – Le budget et les appels d'offre

En ce qui concerne la réalisation technique des dispositifs de présentation et de médiation multimédia, après la conception, il faut établir un cahier des charges afin de l'envoyer aux prestataires. Un budget de 800 000 euros a été prévu pour la réalisation des multimédia du Musée de l'Homme et près de 400 000 euros ont été dédiés aux différents mobiliers¹⁰³, ce qui est assez

102 Voir Annexe 2.

103 Voir Annexe 6, p. 54.

conséquent concernant un investissement dans le numérique pour un musée. Une dizaine d'entreprises différentes ont été sollicitées pour créer les dispositifs en fonction de la spécificité des multimédia, divisés en six lots¹⁰⁴ :

- Lot 1 : installations interactives ;
- Lot 2 : installations audiovisuelles ;
- Lot 3 : animations graphiques, motion design*, cartographies ;
- Lot 4 : multimédia ludo-éducatif ;
- Lot 5 : petits films de 2 à 3 minutes ;
- Lot 6 : design sonore ;

A cela s'ajoute un Lot LSF (langue des signes française)¹⁰⁵ ainsi que des réalisations à part¹⁰⁶. Le choix de faire appel à plusieurs sociétés est venu du fait qu'« aujourd'hui il y a une culture de l'audiovisuel et une culture de l'interactivité, et [ce ne sont] pas les mêmes. »¹⁰⁷ Par conséquent, le choix s'est porté sur plusieurs entreprises spécialisées dans divers domaines afin de mettre leurs compétences au service du musée. La sélection s'est faite en fonction de la pertinence des propositions des entreprises à la fois du point de vue du contenu, du point de vue esthétique et ergonomique et de la motivation de l'équipe. Le travail avec les prestataires représente quatre à six mois de réalisation.

3 – Conclusion sur l'élaboration du projet multimédia

Le projet multimédia du Musée de l'Homme est un long projet de maturation qui a été conçu pendant plusieurs années en même temps que le programme muséographique. Les supports numériques, constitués majoritairement de dispositifs avec écrans, sont donc les vecteurs des objectifs du nouveau musée que sont la diffusion, le didactisme, la recherche, l'aspect ludique, l'apprentissage et la modernité.

Conclusion

Ainsi, les nombreux écrans du Musée de l'Homme participent à la volonté du musée de

104 *Ibid*, p. 50.

105 Réalisé par Art'Sign.

106 C'est le cas par exemple du théâtre optique, situé en Partie 2, section I, entièrement réalisé par Sim & Sam.

107 Voir Annexe 5, p. 35.

poursuivre ses objectifs premiers d'éducation, de recherche et de diffusion. La modernité de ces dispositifs inscrit le musée à la pointe de l'innovation muséographique et technologique qui est mise au service de la pédagogie et du plaisir de la visite muséale. La richesse et la variété des supports de la Galerie de l'Homme peuvent s'apparenter à une véritable écriture narrative permettant de répondre de manière ludique à la triple question universelle de l'humanité que le musée invite à explorer à travers son parcours¹⁰⁸.

108 Voir Annexe 5, p. 44.

Partie 3. L'écran comme dispositif privilégié du Musée de l'Homme

Afin d'étudier les dispositifs comportant des écrans au Musée de l'Homme, j'ai souhaité rendre compte de ce que le musée faisait en matière de multimédia avant sa fermeture, et ce qu'il a élaboré après son ouverture. Ainsi, cette partie me permet rendre compte de l'ampleur du projet muséographique multimédia du Musée de l'Homme actuel.

A – Les dispositifs de présentation et de médiation multimédia au Musée de l'Homme avant sa fermeture en 2009

Depuis sa réouverture, le Musée de l'Homme offre à son public une multitude de dispositifs multimédia utilisant diverses technologies modernes. Je me suis d'abord penchée sur les outils précurseurs de ces dispositifs, depuis les années 1970 et jusqu'à sa fermeture pour rénovation en 2009. Peu de sources détaillent précisément les dispositifs de présentation et de médiation du Musée de l'Homme avant 2009 : les catalogues d'exposition se concentrent surtout sur les objets, les photographies des salles mettent également en avant les artefacts, et les nouvelles équipes du musée en charge du multimédia n'ont pas réellement connu les anciennes salles d'exposition.

1 – L'enjeu des dispositifs de présentation au Musée de l'Homme

a – De l'éducation populaire à la médiation culturelle

L'utilisation de supports de présentation et de médiation a été faite essentiellement pour pouvoir répondre à la nécessité de rendre attrayante et accessible¹⁰⁹ la collection du musée, donc dans un but d'éducation populaire selon la volonté de Paul Rivet : « le but sera de donner au visiteur des idées claires et précises, de dégager pour lui des faits essentiels sans le fatiguer par une documentation trop touffue. » L'expression d'« éducation populaire » utilisée dans les années 1930 a

¹⁰⁹Paul Rivet, « Ce que sera le Musée de l'Homme », *L'Oeuvre*, 14 juin 1936 cité par Christelle Patin dans « Le musée vivant face au défi de l'éducation populaire », in *Le Musée de l'Homme...*, Blanckaert (dir.), *op. cit.* note 71, p. 215.

été remplacée dans les années 1960 par l'appellation « animation sociale et culturelle », puis à partir de la décennie 1980 par « médiation culturelle »¹¹⁰, ce qui s'est traduit par « l'utilisation de nouveaux outils, comme aides à la fois complémentaires et supplémentaires à l'approche et à la connaissance des œuvres »¹¹¹. Cela répond à un besoin du musée de devenir accessible, attractif, et de rendre facile un savoir complexe¹¹².

b – Des dispositifs modernes au service des publics

En 1969, le rapport diagnostic interne au Musée de l'Homme de Jean Favière, donnant des propositions sur la conservation et l'exposition des collections, a insisté particulièrement sur l'importance du public au musée¹¹³. Cette prise en compte des publics s'est traduite durant la décennie suivante par une modification de la muséographie, et a ouvert des pistes de réflexion sur de nouveaux éléments de présentation¹¹⁴. Ceci a été réalisé grâce à la contextualisation par des dispositifs tels que les mannequins, les photographies et les vidéos, ces deux dernières étant considérées comme des nouveaux outils de communication. L'utilisation de ces derniers est l'« une des principales manifestations de la modernité du Musée de l'Homme »¹¹⁵, qui se dote à la même époque de sa salle de cinéma ainsi que d'une photothèque. « Il faut imaginer l'insertion d'une photographie dans une vitrine comme l'équivalent de ce qui est pour le visiteur contemporain un écran multimédia : elle vise à rendre l'objet "vivant" en suggérant au visiteur de se le représenter "en action". »¹¹⁶ L'emploi de ces médias peut donc s'apparenter à l'emploi qui est fait aujourd'hui au Musée de l'Homme des dispositifs de présentation et de médiation comportant des écrans.

110 *La Médiation culturelle*, Serge Chaumier, François Mairesse (Paris : Armnd Colin, 2013).

111 Brigitte Chapelain, « De nouvelles médiations numériques au service de la culture augmentée », *Hermès*, 2011/3, no. 61, p. 106.

112 Christelle Patin, « Le musés vivant face au défi de l'éducation populaire », in : *Le Musée de l'Homme...*, Blanckaert (dir.), *op. cit.* note 71, p. 212.

113 *Ibid.*, p. 222.

114 Fabrice Grognet, « 1938-2009 : Un voyage dans les galeries du Musée de l'Homme », in : *Le Musée de l'Homme...*, Blanckaert (dir.), *op. cit.* note 71, p. 198.

115 de l'Estoile, in : *Le Musée de l'Homme...*, Blanckaert (dir.), *op. cit.* note 73, p. 246.

116 *Ibid.*, p 239.

2 – Le multimédia dans les expositions du Musée de l'Homme avant sa fermeture en 2009

a – L'audiovisuel

Déjà dans la décennie 1970, les expositions temporaires utilisent l'audiovisuel pour présenter leurs contenus¹¹⁷. C'est le cas notamment des expositions *Origines de l'homme* qui a lieu en 1975, et *Rites de la mort* qui s'est tenue en 1979. L'audiovisuel y est utilisé pour diffuser des contenus par le biais d'un moyen de communication moderne, qui attire notamment les publics : ces deux expositions ont été un grand succès au Musée de l'Homme. En 1992 s'ouvre l'exposition *Tous parents, tous différents*, où une vingtaine de dispositifs muséographiques, dont plus de la moitié comportent des écrans, évoquent les concepts mis en évidence.

L'exposition semi-permanente *6 milliards d'hommes*, qui se déroule du 21 septembre 1994 au 31 décembre 1995, est une exposition pivot pour la muséographie du Musée de l'Homme. En refondant complètement la galerie d'anthropologie biologique où elle a lieu, le musée bascule vers une nouvelle muséographie, passant d'une muséologie d'objet, dont la présentation est fondée sur les objets de collection, à une muséologie d'idée dont la présentation est tournée davantage vers les concepts¹¹⁸. S'opère ainsi une « distanciation entre le "musée", lieu de préservation des collections, et l'"exposition", "espace de communication scientifique", ce qui questionne le principe du "musée-laboratoire", érigé comme précepte et garant de l'identité du Musée de l'Homme. »¹¹⁹ A partir de ce moment-là le musée met en avant la diffusion des recherches scientifiques plus que les artefacts accumulés depuis des dizaines d'années, ce qui se traduit par l'usage de dispositifs modernes.

b – Les autres dispositifs multimédia

Dès les années 2000, lorsque le multimédia interactif entre dans les musées, le Musée de l'Homme ne tarde pas à l'employer dans ses expositions temporaires. Ainsi, l'exposition *Naissances : gestes, objets et rituels* datant de 2005 offre une large place aux dispositifs numériques participatifs afin de permettre au public de s'approprier les contenus scientifiques de manière

117Pour ce paragraphe, voir Patin, in : *Le Musée de l'Homme...*, Blanckaert (dir.), *op. cit.* note 112, p. 228-232.

118Peter Van Mensch, cité dans Jean Davallon, « Le musée est-il vraiment un média ? », *Publics et Musées*, 1992, Vol. 2, Numéro 1, p. 111-112.

119Grognet, in : *Le Musée de l'Homme...*, Blanckaert (dir.), *op. cit.* note 114, p. 202.

ludique. L'utilisation du multimédia pour cette exposition va encore plus loin avec la création d'une base de données documentaire multimédia pouvant être consultée avant et après la visite¹²⁰.

Toutefois, les multimédia sont encore traités par le musée comme des dispositifs annexes : aucun service n'est dédié à leur conception au Musée de l'Homme ou au MNHN, qui ne dispose que d'un petit service multimédia essentiellement lié à la communication. Pour la réalisation de ces dispositifs, le musée fait appel à des prestataires extérieurs¹²¹, ce qui rend leur présence non systématique et accessoire.

B – Les dispositifs multimédia dans la Galerie de l'Homme actuelle

1 – Un musée de son temps qui privilégie le ludique

A son ouverture, le Musée de l'Homme a mis en avant sa muséographie moderne¹²², comportant beaucoup de dispositifs multimédia. Ces données étaient présentes dans le dossier de presse¹²³ ainsi que sur le site internet du musée comme l'un des éléments phares de la réouverture. Ce parti pris de mettre le programme muséographique multimédia en avant du projet a pour but d'inscrire le musée dans la modernité et d'en faire « un musée du moment »¹²⁴, au fait des innovations techniques et muséographiques. De ce fait, à l'inauguration officielle du musée le 15 octobre 2015, en présence de nombreuses personnalités culturelles et politiques, le président de la République François Hollande a noté la foisonnante présence des multimédia dans ce nouveau musée, par rapport à l'ancienne muséographie¹²⁵.

Les dispositifs multimédia sont aussi un moyen d'intégrer « une part de ludisme plaisant pour les familles »¹²⁶, public privilégié du nouveau Musée de l'Homme, ainsi que les scolaires. En effet, objets du quotidien et de fascination, les écrans sont très attirants pour les jeunes publics qui sont de plus en plus familiarisés avec les nouvelles technologies en lien avec ce support que sont le tactile, la reconnaissance faciale, qui permettent « au visiteur de s'engager dans une dynamique de production de savoirs. »¹²⁷ Ainsi, de nombreuses discussions se sont tenues entre le service des

120 Elisabeth Caillet, *Accompagner les publics. L'exemple de l'exposition "Naissances" au Musée de l'Homme* (Paris : l'Harmattan, 2007) p. 83-86.

121 Voir Annexe 5, p. 34.

122 Grognet, in : *Le Musée de l'Homme...*, Blanckaert (dir.), *op. cit.* note 114, p. 204.

123 Dossier de presse du Musée de l'Homme, *op. cit.* note 76, p. 7.

124 Fabrice Grognet cité dans Bertin, *Penser soit et penser l'autre...*, *op. cit.* note 70, Annexe 1, p. 27.

125 Voir Annexe 5, p. 34.

126 Agnès Parent citée dans Bertin, *Penser soit et penser l'autre...*, *op. cit.* note 70, Annexe 2, p. 31.

127 Serge Chaumier, *Traité d'expologie* (Paris : La Documentation française, collection Musées-Monde, 2013), p. 47.

publics, dirigé par Émeline Parent, et celui de la muséographie afin d'adapter au mieux la muséographie aux publics principalement visés.

2 – Recensement des dispositifs multimédia comportant des écrans

La Galerie de l'Homme est divisée en trois parties, qui sont elles-mêmes divisées en plusieurs sections¹²⁸. Dans chacune d'elles se trouvent des dispositifs utilisant les écrans de diverses manières. Il m'a semblé important de dresser une liste de tous ces dispositifs par ordre chronologique de visite, pour mieux rendre compte de leur quantité et de leur diversité.¹²⁹

a – Partie 1, « Qui sommes-nous ? »

Cette partie comporte 11 dispositifs différents utilisant des écrans, avec 25 écrans au total :

- Section A, « Un être de chair ? » : Teaser introductif de l'exposition sur 6 grands écrans, 2 cartels numériques, soit 2 dispositifs, 8 écrans.
- Section B, « Un être de pensée ? » : 2 cartels numériques, 1 vitrine interactive sur les cerveaux, soit 2 dispositifs, 3 écrans.
- Section C, « Un être de liens ? » : 2 cartels numériques, 3 jeux différents répartis sur 6 écrans tactiles, soit 4 dispositifs, 8 écrans.
- Section D, « Un être de parole ? » : Jeu interactif « Tous différents ! » sur 2 écrans, 3 écrans tactiles pour regarder des films sur le langage, 1 écran pour le dispositif sonore « voix du monde », soit 3 dispositifs, 6 écrans.
- Section E, « Des êtres pluriels » : pas d'écrans.

b – Partie 2, « D'où venons-nous ? »

La deuxième partie du Musée de l'Homme comporte 18 dispositifs comportant 21 écrans :

- Section F, « Émergence de la lignée humaine (-60 à -4 MA¹³⁰) » : 1 écran dans une vitrine

128Un plan du musée est disponible en Annexe 1.

129En Annexe 3, un recensement de ces dispositifs est présenté sous forme de tableau.

130« MA » signifie millions d'années.

- pour expliciter les objets, 1 écran pour le dispositif « Temps long », 1 grand écran vertical avec animation « Suivre le fil de l'histoire », 1 jeu « Les procédés de datation » avec 2 écrans, 1 jeu « la tracéologie avec 1 écran, soit 5 dispositifs, 6 écrans.
- Section G, « Le berceau africain et tropical (-4 à -2 MA) » : 1 grand écran vertical avec animation « Suivre le fil de l'histoire », soit 1 dispositif, 1 écran.
 - Section H, « Les Hommes sortent d'Afrique (-2 MA à -200 000 ans) » : 1 grand écran vertical avec animation « Suivre le fil de l'histoire », 1 écran dans une vitrine pour expliciter les objets, soit 2 dispositifs, 2 écrans.
 - Section I, « Une humanité encore plurielle (-300 000 à -10 000 ans) » : 2 écrans dans une vitrine pour expliciter les objets, 1 grand écran vertical avec animation « Suivre le fil de l'histoire », 1 théâtre optique, 1 jeu morphing* Neandertal, sur la mezzanine, 2 rétro-projecteurs diffusant 1, 2 ou 3 vidéos distinctes, soit 6 dispositifs, 6 écrans.
 - Section J, « Depuis 10 000 ans » : 4 cartels numériques, 2 écrans de jeu tactiles, soit 4 dispositifs, 6 écrans.

c – Partie 3, « Où allons-nous ? »

La dernière partie du Musée de l'Homme est celle qui comporte le plus de dispositifs avec des écrans. Il y en a 13 au total dénombrant 37 écrans :

- Section K, « La mondialisation en marche » : Animation « Histoire de la mondialisation » sur 6 écrans vidéo, 1 écran multi-touch* avec jeu, soit 2 dispositifs, 7 écrans.
- Section L, « Un monde globalisé dans la diversité » : 3 écrans vidéo dans le car rapide sénégalais, 1 écran tactile avec vidéos sur car rapide, 2 cartels numériques, 2 écrans vidéo dans la yourte, soit 5 dispositifs, 8 écrans.
- Section M, « Des ressources à préserver et à partager » : 10 écrans dans la vitrine présentant cinq modes de vie, le Cyclo 360°, 1 borne numérique reliée à 2 autres écrans, soit 3 dispositifs, 14 écrans.
- Section N, « Vers un monde toujours plus artificiel » : 2 cartels numériques, soit 1 dispositif, 2 écrans.
- Section O, « Le monde de demain : comment le voyez-vous ? » : 5 écrans où l'on peut sélectionner pour le regarder un message laissé par les participant au projet « 6 milliards

d'hommes » et des visiteurs + 1 écran pour laisser un message soi-même, soit 1 dispositif, 6 écrans.

Cela représente un total de 41 dispositifs différents utilisant 84 écrans pour l'ensemble de la Galerie de l'Homme. Ce nombre peut sembler élevé, mais il n'est pas propre au seul Musée de l'Homme. Un autre musée de société, ouvert récemment en France, comporte sensiblement le même nombre de dispositifs utilisant des écrans. Il s'agit du Musée des Confluences à Lyon, inauguré en décembre 2014, moins d'un an avant l'ouverture du Musée de l'Homme. Le parcours de ce musée est composé de quatre parties, sa la muséographie a été en partie réalisée par la même agence que celle de la Galerie de l'Homme, le studio Zen+dCo. Le Musée des Confluences propose à ses visiteurs des dispositifs très différents utilisant des écrans et en totalise de plus de quatre-vingts¹³¹.

C – Caractéristiques des dispositifs à écrans

1 – Les différents usages des dispositifs à écrans au musée

a – Les dispositifs multimédia au service des contenus du musée

Selon le programme muséographique du Musée de l'Homme, les supports multimédia du musée ont pour vocation de servir à « l'interprétation des objets, à la présentation de sujets qu'on ne peut présenter avec les objets ainsi qu'à investissement du visiteur dans le propos »¹³², c'est-à-dire « à la compréhension des artefacts et à la représentation de leur part d'immatérialité »¹³³ grâce à la contextualisation¹³⁴. Les écrans le permettent via trois types de médiation : la médiation écrite, par diffusion d'information sous forme de textes ; la médiation par l'image, par la diffusion de contenus visuels comme les images, les cartes ou les vidéos ; la médiation propre au numérique, par les techniques comme le tactile, les détecteurs de mouvements ou la reconnaissance faciale.

Le projet muséographique multimédia a été conçu de sorte à servir et enrichir le propos du musée tenu avant tout par les collections. Les dispositifs multimédia, bien que leur nombre soit important et qu'ils soient privilégiés, n'ont pas vocation à remplacer les artefacts. Au contraire, chaque multimédia a été conçu pour que le public puisse comprendre les objets, et le propos qu'ils

131 Un recensement de ces différents dispositifs est présente en Annexe 4.

132 Programme muséographique, mai 2014, document de travail.

133 Agnès Parent citée dans Bertin, *Penser soit et penser l'autre...*, op. cit. note 70, Annexe 2, p. 31.

134 Chevallier, in : *Métamorphose des musées de société*, Chevallier (dir.), op. cit. note 58, p. 13.

enrichissent.

b – L'intégration des écrans dans le parcours de la Galerie de l'Homme

Une étude¹³⁵ montre que « des écrans de taille différente peuvent entraîner des jugements et des types de mémorisation différents ». C'est également le cas pour le positionnement physique des écrans par rapport aux autres objets, aux autres écrans, à l'espace. La taille et le placement influent donc fortement sur le comportement des visiteurs, ainsi que leur attention et leur mémorisation. A cela, on peut ajouter l'utilisation « passive » ou « active » de l'écran, c'est-à-dire la possibilité ou non d'interaction avec le public, ce qui peut se révéler déterminant pour l'appréhension des collections.

Si plus de la moitié des dispositifs du musée utilisant des écrans sont interactifs¹³⁶, néanmoins aucun dispositif ne possède d'écouteurs pour un emploi individualisé comme c'est le cas dans de nombreuses expositions. Les douches sonores sont privilégiées, afin de ne pas isoler le visiteur de l'environnement ambiant. D'un autre côté, certains dispositifs multimédia sont très prenants puisqu'ils « mobilise[nt] intensément le corps de l'utilisateur. La pratique de la lecture en général, s'en trouve modifiée », ce n'est plus une technique propre à l'œil, le geste des mains rentre désormais en compte, « cela s'exprime dans les termes "explorer", "découvrir", "naviguer" »¹³⁷ créant un mode de présentation dynamique, une utilisation interactive plus que contemplative¹³⁸, rendant le visiteur actif et créateur.

Toutefois, d'autres écrans du musée sont des médias destinés à être consommés de manière passive, sans possibilité d'interaction avec les visiteurs. Cela permet aussi de structurer le parcours car « nous sommes fatigables. Alors, il faut nous ménager des rythmes et des pauses dans un parcours, alterner moments de perception et moments d'acquisition, moments de passivité et d'activité. »¹³⁹ Pour pallier la fatigue muséale, des zones de repos avec des assises sont aménagées devant certains écrans, et ces espaces sont pour les visiteurs des moments d'échange et de relance de la visite.

135 Cette étude a été réalisée par l'université de Stanford. Elle est mentionnée dans : Frau-Meigs, *Penser la société de l'écran...*, *op. cit.* note 12, p. 107-108.

136 Voir tableau de classement, Annexe 3.

137 Nicole Pignier, « De l'expérience multimédia aux expériences multimédia », in : *De l'expérience multimédia...*, Pignier (dir.), *op. cit.* note 8, p. 207.

138 Allard, in : *La muséologie, champ de théories et de pratiques*, Meunier (dir.), *op. cit.* note 7, p. 123-124.

139 « Pour qui conçoit-on une exposition ? », Martine Thomas-Bourgneuf, Michel Côté, in : *La Fabrique du musée de sciences et sociétés*, Côté (dir.), *op. cit.* note 52, p. 151.

Ainsi, le parcours est ponctué de dispositifs multimédia divers qui se succèdent et se complètent créant ainsi un « parcours avec des temps forts et des transitions [ce qui] permet de gérer le rythme de la visite. »¹⁴⁰ Les écrans offrent une grande diversité de présentation et de médiation, tout en se subordonnant à la primauté du discours scientifique véhiculé par les objets.

2 – Classement des dispositifs à écrans du Musée de l'Homme selon les catégories établies par Gob et Drouguet

Dans leur manuel *La Muséologie, histoire, développements, enjeux actuels*, André Gob et Noémie Drouguet proposent trois grandes catégories d'utilisation pour les nouvelles technologies¹⁴¹ :

- la diffusion, c'est-à-dire la visualisation d'images avec ou sans son sur un écran ou sur un support où est projetée un média visuel ;
- l'information, c'est-à-dire lorsque « le dispositif technologique sert à donner au visiteur des informations verbales, scripturales ou sonores, et joue le rôle de cartel ou de panneau de texte. Textes ou commentaires sonores peuvent être diffusés dans la langue de l'utilisateur ; c'est là un des grands atouts de ces dispositifs. »¹⁴²
- et enfin l'interactivité, c'est-à-dire lorsque l'utilisateur a la possibilité « d'intervenir sur le déroulement d'une séquence, d'opérer des choix, de répondre à des questions. [...] L'interactivité exige un ordinateur ou un système informatique portable avec lequel le visiteur va dialoguer via une interface classique (clavier, écran tactile, manette) ou spécialement développée. »¹⁴³

Ces trois caractéristiques se trouvent souvent associées entre elles au sein des dispositifs technologiques. Les différents écrans du Musée de l'Homme servant des dispositifs très divers, il m'a semblé impertinent de les classer, au risque d'être confrontée à beaucoup de dispositifs « inclassables » compte tenu du nombre d'*unica*. J'ai donc choisi de m'appuyer sur les trois catégories évoquées par Gob et Drouguet pour les appliquer aux différents dispositifs à écrans du Musée de l'Homme¹⁴⁴. L'ample classification qu'ils proposent définit le type d'utilisation des

140 *La signalétique patrimoniale, principes et mise en œuvre*, Daniel Jacobi, Maryline Le Roy, (Paris : OCIM / Errance-Actes Sud, 2013), p. 85

141 *La Muséologie, histoire, développements, enjeux actuels*, op. cit. note 1, p 152-157. Ils décrivent des dispositifs comportant des écrans mais aussi d'autres technologies, comme par exemple la diffusion de sons et d'odeurs. Je me contente ici de donner les caractéristiques propres aux dispositifs avec écrans.

142 *Ibid*, p. 153.

143 *Ibid*, p. 155-156.

144 Pour le détail, Annexe 3.

dispositifs. Cette méthode peut également permettre de déterminer le degré d'implication qu'offre le dispositif à écran aux visiteurs, selon qu'il s'agit simplement de diffusion d'images et sons – consommation « passive », demandant peu d'efforts de compréhension ou d'intégration –, de dispositifs véhiculant de l'information textuelle ou sonore – consommation avec apprentissage, plus « active » car demande de lire ou d'écouter une information –, ou de dispositifs interactifs – impliquant une consommation inter-active de la part du visiteur.

D – Focus sur différents types de dispositifs à écrans du Musée de l'Homme

Comme l'ont remarqué les deux auteurs, les trois catégories se complètent et parfois se recoupent toutes les trois dans un seul et même dispositif. De ce fait, plus de la moitié des écrans du Musée de l'Homme sont interactifs, utilisant une technologie impliquant le corps du visiteur comme la caméra kinect* ou l'écran tactile. Pour chacune des trois catégories élaborées par Gob et Drouguet, j'ai choisi un type de dispositif représentatif au sein du musée.

1 – L'écran comme dispositif d'information : l'exemple des cartels numériques

Les cartels numériques¹⁴⁵ sont d'une part le type de multimédia le plus présent au musée, avec 14 occurrences (7 paires), et d'autre part ils constituent le seul dispositif en rapport direct avec les artefacts qui sont la base matérielle et cognitive d'une musée¹⁴⁶. De plus, ce type de support est déjà mentionné par Harley Parker lors du colloque au musée de la ville de New York en 1967¹⁴⁷. Selon la description de Gob et Drouguet, ce dispositif technologique délivre de l'information tout en laissant le visiteur choisir le contenu souhaité grâce à l'interactivité de l'écran tactile. Diffusant également des images, mais dans le simple but de désigner les objets présentés, j'ai choisi de ne pas le classer comme support de diffusion.

Les cartels numériques se situent face aux grandes vitrines thématiques¹⁴⁸, il y en a deux par

145 Voir visuels Annexe 7, p. 55.

146 Mazé, in : *Métamorphose des musées de société*, Chevallier (dir.), *op. cit.* note 30, p. 79.

147 *Le musée non linéaire*, *op. cit.* note 28, p. 74.

148 Il faut noter l'existence d'une alternative plus « classique » à ces cartels numériques au sein même des vitrines, avec un cartel technique pour chaque œuvre et une description de groupes d'objets. Mais les supports écrits des vitrines ne

vitrine. L'interface se présente comme un écran tactile de 32 centimètres sur 23. Les cartels sont disposés sur des socles inclinés de manière à pouvoir être utilisés par tous, qu'il s'agisse de personnes assises ou debout, d'enfants, d'adultes, ou de personnes en fauteuil roulant. Le fonctionnement est intuitif grâce à l'utilisation de graphismes simples, d'une identité colorée, de la clarté typographique et des photographies fidèles des objets. Ils permettent d'aborder les grandes vitrines en approfondissant au niveau que l'on souhaite, afin de comprendre les logiques ainsi que les thématiques qui lient les différents objets exposés.

Après avoir sélectionné la langue – le visiteur a le choix entre le français, l'anglais, l'espagnol, ou bien la LSF¹⁴⁹ –, tous les objets exposés dans la vitrine apparaissent sur l'écran sous forme de photographies miniatures dans l'ordre de disposition. Les artefacts sont divisés en thématiques délimitées par des plages colorées¹⁵⁰ et présentées par un court texte. Il y a quatre niveaux de lecture et pour accéder à chacun d'eux on procède de la même manière, en cliquant sur le groupe, le sous-groupe et enfin sur l'objet souhaité. On pourrait comparer ce fonctionnement à une table des matières thématiques avec un système hypertexte. A tout moment lors de l'exploration des objets sur le cartel numérique il est possible de revenir en arrière en cliquant sur une flèche située en bas à gauche, ou bien à l'écran d'accueil du cartel en cliquant sur une icône en forme de maison en bas au centre de l'écran.¹⁵¹

Concernant le graphisme du cartel, l'utilisation d'images très fidèles aux œuvres permet au visiteur de se repérer facilement. Les polices utilisées sont caractéristiques de leur fonction : une typographie en majuscules « sans MS »¹⁵² pour les titres des groupes d'objets, une police plus classique (Times New Roman) pour les textes et les cartels. Quand aux pictogrammes¹⁵³, leur utilisation est facilitée par le fait qu'ils sont semblables à ceux qu'on rencontre sur tous les ordinateurs, panneaux visuels et smartphones. Ce sont une flèche pointant vers la gauche pour le retour, une maison schématique (un rectangle avec un toit en triangle) pour revenir à l'ensemble de la vitrine, ce qui est l'équivalent du bouton « accueil » sur les smartphones et tablettes, et enfin un cercle quadrillé représentant un globe avec ses fuseaux horaires pour le changement de langue, pictogramme qu'on retrouve également sur bon nombre d'appareils modernes¹⁵⁴. Enfin, le son court qui résonne à l'apparition de chaque objet rappelle le bruit qui survient à l'arrivée de notifications

fournissent pas autant d'informations que les cartels numériques.

149Actuellement, seul le français et la LSF sont disponibles.

150*La signalétique patrimoniale...*, *op. cit.* note 140, p. 159-171.

151J'ai réalisé une vidéo de l'utilisation du cartel numérique, consultable ici : <https://vimeo.com/159069330>.

152*La signalétique patrimoniale...*, *op. cit.* note 140, p. p. 127-147.

153*Ibid.*, p. 147-157.

154Si ce dernier pictogramme peut être incompris, on le retrouve dès le début de l'utilisation du cartel pour le choix de la langue, sa signification est donc rapidement explicitée.

sur les tablettes et smartphones, ce qui attire l'attention du visiteur.

Dans le programme muséographique datant de 2014¹⁵⁵, l'utilisation des cartels numériques est mentionnée seulement pour les premières vitrines mais pas pour le reste des sections du musée ; seuls des cartels classiques étaient prévus. L'aspect pratique de ces supports, l'économie de place qu'ils offrent, leur fonctionnement intuitif et accessible à tous¹⁵⁶ sont les principales raisons pour lesquelles ce mode de médiation pour les collections a été choisi pour l'ensemble du parcours.

2 – L'écran comme dispositif de diffusion à travers deux exemples : le film « L'art pariétal » et l'animation « Histoire de la mondialisation »

Deux dispositifs de diffusion comportant des écrans et dont l'utilisation est prévue pour un grand nombre de visiteurs – 10 à 20 personnes – ont été choisis pour cette partie. Il s'agit du film sur l'art pariétal projeté sur la mezzanine, partie 2 section I , ainsi que de l'animation « Histoire de la mondialisation » projetée en début de partie 3, section K¹⁵⁷.

Le premier de ces dispositifs se situe au niveau de la mezzanine, dans la deuxième partie « D'où venons-nous ? », section I. Face à une vingtaine d'assises, deux vidéoprojecteurs diffusent sur le mur des photographies en haute définition d'art rupestre des différentes grottes d'Europe. La projection entière dure 11 minutes. Les images sont parfois accompagnées de sons et de commentaires textuels sommaires en français, anglais et espagnol. Le film, conçu comme une installation¹⁵⁸, procure un effet d'immersion dû à la grande dimension de la surface de projection, située à même le mur blanc de la salle, et formant tantôt un, tantôt deux, et parfois trois écrans distincts selon les séquences. Ces projections montrent ce qui ne peut être exposé au sein du Musée de l'Homme, c'est-à-dire l'art pariétal *in situ*, qui marque un tournant dans l'histoire de l'Homme aussi bien que l'histoire de l'art. Ce dispositif était prévu pour le nouveau Musée de l'Homme depuis le début du projet de rénovation, bien que la forme ait quelque peu changé. Au départ, « une salle installée comme une géode[,] équipée d'un système de projection en haute technologie pour plonger les spectateurs dans les ambiances magiques des grottes peintes »¹⁵⁹ était envisagée. La forme de la géode n'a pas été retenue pour cette installation mais a été reprise dans un autre dispositif de

155Programme muséographique, *op. cit.* note 132.

156« De façon contradictoire les usagers désirent être guidés mais ne souhaitent pas lire un mode d'emploi. » Geneviève Vidal, *Contribution à l'étude de l'interactivité, les usages du multimédia de musée* (Bordeaux : Presses universitaires de Bordeaux, collection "Labyrinthes", 2006), p 109.

157Voir visuels Annexe 7, p. 56.

158Dans le plan des dispositifs multimédia (Annexe 2), le dispositif est nommé « film installation ».

159*Le Nouveau Musée de l'Homme*, Mohen (dir.) *op. cit.* note 75, p. 105.

diffusion, le « Cyclo »¹⁶⁰, que j'ai choisi de ne pas traiter en détails.

Le deuxième dispositif de diffusion choisi est une animation diffusée sur six écrans plats de tailles différentes et disposés de manière non linéaire. Elle conte « la mondialisation en marche », depuis le Néolithique (-10 000 ans av. J.-C.) jusqu'à nos jours, et même au-delà, allant jusqu'aux années 2050¹⁶¹. Au centre se situe le plus grand écran, de très haute définition, diffusant des cartographies. A gauche, trois écrans de taille similaire sont disposés en triangle : celui qui est situé le plus à gauche diffuse une bande chronologique. Au-dessus et en-dessous de celui-ci, sont disposés deux autres écrans diffusant des documents visuels – images, photographies – en rapport avec la période évoquée. A droite du grand écran central, deux écrans plus petits diffusent respectivement une courbe démographique et des explications textuelles sommaires en rapport avec les événements mentionnés. Ces six écrans sont parfaitement synchronisés entre eux et l'animation multi-écrans dure au total 8 minutes. A l'origine, ce dispositif était prévu sous la forme d'un film¹⁶².

Pour les deux dispositifs, il s'agit de visionner une vidéo – un film ou une animation –, d'une durée de plusieurs minutes, avec des assises prévues pour accueillir de nombreux visiteurs. La particularité de ces dispositifs est qu'ils marquent l'espace, tout d'abord en prenant une place considérable au sein du parcours, mais aussi en invitant les visiteurs à occuper cet espace, créant ainsi des points de repos rythmant la progression dans le parcours. Ces multimédia correspondent à la première caractéristique énoncée par Gob et Drouguet, à savoir la diffusion d'images, avec en plus un effet d'immersion créé par la taille et le nombre d'images diffusées, qui ne permettent pas aux visiteurs de les appréhender d'un seul coup d'œil. Le visiteur est invité à s'asseoir et à contempler les images qui défilent devant ses yeux, ne lui donnant pas de ligne directrice pour concentrer son regard, ce qui entraîne un effet de dispersion de la part du visiteur, et donc un mode de consommation « passif », puisque la quantité d'images ne permet pas de les analyser en profondeur. Pour ces raisons, il n'y a pas d'interactivité entre ces dispositifs et les visiteurs, d'autant plus que les deux séquences sont diffusées en boucle, libre choix laissé aux visiteurs commencer à les visionner en cours de route, de rester jusqu'à la fin, ou de les regarder plusieurs fois.

160Le Cyclo est un espace en forme de géode de 9 mètres de diamètre, utilisant un écran à 360°, situé dans la partie 3 « Où allons-nous ? », section M. Il se veut être un « véritable centre de réflexion sur notre impact sur l'environnement » <http://www.museedelhomme.fr/fr/musee/projet/projet-museographique> consulté le 28 février 2016.

1612050 est considéré comme « le futur de l'écriture muséographique » par Thomas-Bourgneuf, in : *La Fabrique du musée de sciences et sociétés*, Côté (dir.), *op. cit.* note 132, p. 163.

162Fabrice Grognet cité dans Bertin, *Penser soit et penser l'autre...*, *op. cit.* note 70, Annexe 1, p. 29.

3 – L'écran comme dispositif d'interaction à travers deux exemples : le jeu « Tous différents » et le Morphing Neandertal

Pour illustrer la dernière catégorie définie par Gob et Drouguet, deux dispositifs demandent une grande interaction avec le corps des visiteurs : le jeu « Tous différents », partie 1, section C, et le Morphing Neandertal, partie 2 section I. Le premier dispositif est constitué de deux grands écrans verticaux munis chacun d'une caméra kinect. Les visiteurs doivent se positionner à un endroit précis indiqué par les marquages au sol et reproduire les positions proposées à l'écran afin d'obtenir des informations sur les différences physiques entre les Hommes. Il y a sept personnages à débloquent et le jeu complet dure environ 6 minutes¹⁶³.

Le morphing Neandertal est un dispositif qui traite de l'histoire de nos ancêtres de manière ludique, en transformant le visage de deux visiteurs, assis devant deux caméras, en visage d'hommes de Neandertal. L'histoire est contée sur un ton d'enquête policière et dure environ 3 minutes. On y explique comment cette espèce s'est mélangée à la nôtre, et comment se trouvent en nous des gènes Neandertal.

Ces deux dispositifs sont intéressants parce qu'ils utilisent des technologies récentes présentes dans des outils utilisés par les jeunes générations, c'est-à-dire les jeux vidéos pour la caméra kinect et les appareils photo pour la reconnaissance faciale utilisée dans le morphing Neandertal. Du fait du succès de ces dispositifs, des files d'attente se créent régulièrement devant ces multimédias interactifs. D'ailleurs, un espace a été prévu pour les (nombreux) observateurs : les deux jeux suscitent beaucoup d'enthousiasme et de rires de la part des publics car ils invitent les usagers à être actifs et à se mettre en scène.

De plus, ces dispositifs présentent également les caractéristiques des deux autres catégories : la diffusion d'images, avec un contenu visuel riche diffusé sur des écrans de grande taille, et de l'information, bien que parfois relayée au second plan au profit de l'amusement suscité par le côté ludique. Ainsi, ces dispositifs impliquent une intensité d'usage maximale de la part des visiteurs qui reçoivent de l'information sous forme textuelle¹⁶⁴ et visuelle et qui est produite grâce à leurs corps avec le choix des positions du corps pour « Tous différents », et la possibilité de tourner la tête pour le morphing Neandertal.

¹⁶³La durée peut varier en fonction du temps que mettent les visiteurs à reproduire les bonnes postures.

¹⁶⁴Également sonore pour le morphing Neandertal.

Conclusion

J'ai souhaité dégager une vision synthétique de l'utilisation des écrans au Musée de l'Homme hier et aujourd'hui, pour une présentation de ses dispositifs multimédia anciens et actuels. A travers le détail d'un ou deux exemples phares pour chaque typologie de multimédia comportant des écrans, j'ai tenté de cerner les différents usages qui en sont faits. Suit à cela une réflexion sur les limites et les améliorations possibles de ces dispositifs.

Partie 4. Les limites de l'écran comme dispositif de présentation et de médiation au Musée de l'Homme

La muséographie moderne et innovante de la Galerie de l'Homme a été saluée par le public et les professionnels, comme en témoignent les nombreux articles élogieux sur Internet, les réseaux sociaux, les magazines et périodiques spécialisés, et également les enquêtes des publics¹⁶⁵. En revanche, si l'on se penche plus en profondeur sur les dispositifs de présentation et de médiation étudiés dans ce mémoire, nous pouvons remarquer certaines lacunes, sur lesquelles je souhaite revenir dans cette dernière partie en analysant différentes situations que j'ai pu constater sur place ou qui ont été mentionnées par les professionnels ou les visiteurs du musée.

A – Les limites techniques des écrans au Musée de l'Homme

1 – Le retard pris dans la mise en route de certains dispositifs multimédia

a – Le manque de temps

A l'ouverture du Musée de l'Homme, de nombreux écrans ne comportaient pas la totalité des contenus qui devaient y être présents, certains dispositifs n'étaient même pas mis en place, comme les dix écrans retraçant les cinq modes de vie (partie 3, section M)¹⁶⁶. Cela est dû au fait que le projet, comme la plupart des ouvrages de cette envergure, a été retardé dans sa réalisation. Pour la conception des multimédia, l'équipe de réalisation a été contrainte de lancer des appels d'offre assez tôt, avant d'avoir le détail précis du projet¹⁶⁷, afin d'intégrer rapidement les prestataires dans le projet et de pouvoir ajuster les budgets. Les cahiers des charges pour ces dispositifs devaient être rédigés alors même que les synopsis ou les graphismes n'étaient pas définis. Ainsi, la réalisation des nombreux écrans s'est faite parfois quelques semaines avant l'ouverture, et certains n'étaient pas achevés pour la réouverture. Alexis Amen a négocié avec l'équipe pour qu'il y ait quelque chose à

165L'une a été réalisée par le Musée de l'Homme, l'autre a été réalisée par mes soins sur un petit échantillon et présente en Annexe 9.

166Ceux-ci n'ont été installés qu'en janvier 2016.

167Annexe 5, p. 39.

consulter sur chacun des écrans installés¹⁶⁸ afin de ne pas donner une impression d'inachèvement au public. La force du projet muséographique multimédia du Musée de l'Homme est d'être très riche, ce qui a fait qu'à l'ouverture la grande quantité de dispositifs numériques a pallié le fait que certains d'entre eux étaient incomplets.

Le manque de temps n'a pas permis de demander aux prestataires de réaliser des prototypes ni de tester les dispositifs numériques¹⁶⁹. Par conséquent, à l'ouverture, les premiers visiteurs ont été les « premiers testeurs »¹⁷⁰ de ces nombreux dispositifs. Pour comprendre comment ceux-ci étaient appréhendés par le public, les membres de l'équipe projet ont réalisé de nombreuses observations des utilisations des multimédia par les visiteurs. Cela a permis de cerner les faiblesses de certains dispositifs, comme le manque de consignes pour aborder le support, le manque de clarté dans le propos ou encore le manque d'interaction. Par la suite, des corrections ont été apportées, avec l'ajout de consignes, le réajustement de scénarios de certains jeux, la réduction du temps d'utilisation de certains dispositifs, mais aussi des ajouts qui n'interviennent pas directement sur les écrans comme la signalétique au sol, qui a été clarifiée pour le jeu « Tous différents ».

La Galerie de l'Homme n'est pas encore totalement terminée à l'heure actuelle. Régulièrement depuis l'ouverture, des enrichissements du parcours muséographique ont lieu. La dernière session s'est déroulée le 26 avril¹⁷¹. Des textes dactylographiés ont été ajoutés sur les murs pour certains dispositifs, quelques objets dans les vitrines ont été disposés différemment. D'autres interventions de ce type auront lieu dans le parcours permanent jusqu'à la fin du mois de juin, et les dispositifs multimédia en bénéficieront pour s'adapter au mieux aux attentes des publics.

b – Problèmes de compréhension et de création de sens

Le retard pris pour la mise en route de certains dispositifs multimédia a pu créer des problèmes de compréhension ou de contre-sens lors de l'utilisation de ces supports. Ainsi, l'absence du quatrième niveau de lecture sur les cartels, concernant chaque artefact, fait que les œuvres ne sont traitées que comme des constituantes d'un groupe d'objets. Cela minimise le pouvoir de l'expôt envisagé dans son individualité. Toujours concernant les cartels, on constate encore aujourd'hui l'absence de langues étrangères – l'anglais et l'espagnol –, qui ne permet pas d'approfondir la visite

168 *Ibid.*

169 *Ibid.*, p. 42.

170 *Ibid.*, p. 46.

171 C'est la dernière session avant l'achèvement de ce mémoire d'étude.

aux visiteurs non-francophones. L'usage des langues étrangères est pourtant préconisé depuis la fin du XXe siècle par le Ministère de la Culture et de la Communication¹⁷², et est indispensable à l'ouverture au tourisme et à l'altérité¹⁷³.

Le cas particulier de la vitrine multimédia interactive des cerveaux empêche également l'accès à l'information sur les expôts présentés. Cette vitrine, située en partie 1, section B, présente des cerveaux de plusieurs espèces animales – rat, humain, dauphin, etc. – présentés dans des bocaux remplis d'un liquide bleu. L'équipe de muséographie, pour rendre la présentation attrayante, a choisi de concevoir une vitrine interactive¹⁷⁴ sur laquelle, en appuyant du doigt, les visiteurs pouvaient afficher les différentes informations sur les cerveaux. Le système imaginé est assez complexe : la paroi transparente de la vitrine est à différents endroits recouverte de peinture conductrice sur laquelle le visiteur pourrait appuyer comme sur un écran tactile. L'information est alors transmise par un capteur capacitif*, via un fil de cuivre jusqu'à la carte électronique qui ferait alors apparaître sur la paroi arrière de la vitrine, qui est un très grand écran reproduisant les connexions nerveuses du cerveau, une vidéo explicative de quelques minutes sur le cerveau concerné. Ce système a mis longtemps à être configuré à cause de problèmes techniques. De plus, une fois fonctionnel, il n'a été utilisable que trois jours : en ouvrant la vitrine pour effectuer la maintenance sur les objets exposés, le câble de la carte électronique s'est arraché, ce qui a détérioré le dispositif. Actuellement, le problème de cette vitrine n'est toujours pas résolu. L'absence des vidéos sur les cerveaux crée d'une part un manque d'information sur ces objets, et d'autre part une incompréhension de la part des visiteurs concernant cette vitrine : la paroi, enduite de plages de peinture noire sur lesquelles le visiteur est invité à appuyer, ne fonctionne pas.

Un dernier cas à citer qui a engendré un problème de compréhension et de création de sens de la part des visiteurs, est un jeu sur écran tactile sur la parenté (partie 1, section C). Il s'agit d'un multimédia interactif qui explique que nous avons des ancêtres communs dès le XIIIe siècle. La version initiale était trop longue et les graphismes trop abstraits pour transmettre le message. Il a fallu repenser les graphismes et la durée de l'interaction avec les joueurs par deux fois pour obtenir un résultat satisfaisant.

Le manque de temps dans la conception des dispositifs multimédia a donc pu créer des lacunes concernant les informations que doivent délivrer les dispositifs multimédia aux visiteurs. L'écran ne donnant pas l'information souhaitée, les visiteurs se trouvent démunis au sein du parcours

172Muséofiche du Ministère de la Culture et de la Communication sur l'accueil et le confort du visiteur <http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/57177/442715/version/2/file/EQUIPMU1.pdf>

173Françoise Rigat, « Pourquoi et jusqu'où traduire les textes dans un musée et une exposition ? », *La Lettre de l'OCIM*, 132 | 2010, <http://ocim.revues.org/389>

174Voir Annexe 5, p. 40.

muséal. De là peut émerger une frustration ou un rejet des supports technologiques et de l'écran comme dispositif de médiation.

2 – La maintenance des écrans du Musée de l'Homme

Une équipe de maintenance au sein du musée est en charge de tous les dispositifs multimédia, à la fois ceux de la galerie permanente, mais aussi du Balcon des Sciences, ainsi que de l'ensemble du matériel audiovisuel et informatique des espaces publics, comme les ordinateurs du centre de ressources. L'équipe est constituée de trois personnes et au moins une ou deux sont présentes sur place chaque jour. Chaque membre de l'équipe possède une tablette mobile connectée à un réseau local qui permet de réaliser la maintenance sur tous les dispositifs multimédia. Cet outil a été spécialement conçu pour être le plus performant et le plus facile d'utilisation¹⁷⁵. Il permet, via une interface simple de redémarrer les supports multimédia sans avoir à se connecter à eux avec des câbles ; tout est en réseau. Si un dysfonctionnement est constaté, il suffit de redémarrer le dispositif et le contenu s'affiche de nouveau à l'écran de manière normale.

Cet outil permet également de régler la puissance sonore de tous les dispositifs audio, principalement les dispositifs sensoriels situés le long de la baie vitrée sur les deux niveaux, ainsi que le dispositif de la langue (partie 1, section D), mais aussi les dispositifs à écran comportant des pistes audio ou émettant des sons. Un réglage est prédéfini pour chaque journée, heure par heure en fonction de l'affluence constatée pour la plage horaire choisie. Cette manière de procéder à la maintenance est novatrice par rapport à ce qui se fait généralement dans les musées qui n'ont pas un service dédié au multimédia. Bien souvent, lorsqu'un multimédia ne fonctionne pas correctement, il est nécessaire de pénétrer dans la machine de manière physique en branchant une clé USB. Le système de maintenance avec la tablette mobile a été l'un des grands enjeux du projet multimédia, et auquel une part de budget assez conséquente a été consacrée.

L'équipe dédiée à la maintenance est supervisée par Alexis Amen qui familiarise les techniciens à l'utilisation des dispositifs afin que chacun puisse constater les éventuels dysfonctionnements. Plusieurs tournées sont effectuées chaque jour par l'équipe dans la galerie permanente afin de vérifier le bon fonctionnement des multimédia. D'autres personnes de l'équipe du musée vérifient également l'état de marche de ces dispositifs. C'est le cas des scientifiques du

¹⁷⁵*Ibid*, p. 46.

musée qui convient chaque jour les visiteurs à une « visite à l'improviste »¹⁷⁶. Lors de leur passage dans la Galerie de l'Homme, ils consultent certains dispositifs pour s'assurer de leur bon fonctionnement.

3 – L'obsolescence de l'écran comme dispositif pour le Musée de l'Homme ?

A moyen et à long terme, on peut s'interroger sur ce qu'il adviendra des nombreux dispositifs multimédia du Musée de l'Homme. La très grande rapidité d'évolution des NTIC rend rapidement certains outils obsolètes, que ce soit en termes de puissance, de fonctionnalité ou bien d'esthétique¹⁷⁷. Bien que les dispositifs du parcours permanent n'ont pas cherché à tout prix à être novateurs mais à utiliser des technologies déjà bien ancrées dans la culture numérique¹⁷⁸, ce mode de médiation pourra paraître démodé et obsolète dans quelques années. C'est le cas aujourd'hui des écrans ancienne génération, comme les télévisions cathodiques encore utilisés dans les musées, mais davantage pour créer une certaine ambiance¹⁷⁹.

L'utilisation de nombreux multimédia et notamment d'une grande quantité d'écrans dans un musée « implique un renouvellement indispensable des produits »¹⁸⁰, ce qui entraîne des coûts conséquents qu'il faut prévoir. Le budget pour le renouvellement n'a pas été clairement défini lors du projet muséographique multimédia. Or, le changement d'une lampe de vidéoprojecteur coûte près d'un millier d'euros, ce qu'il faut faire tous les six mois ; le Musée de l'Homme possède au sein de sa galerie permanente une dizaine de vidéoprojecteurs. Le choix du musée d'utiliser les écrans numériques davantage que les projections vidéo a été orienté par le budget. Néanmoins, le renouvellement à moyen terme – sur cinq ou dix ans – des écrans tactiles doit être envisagé.

Enfin, l'écran étant actuellement le dispositif de présentation et de médiation principal du Musée de l'Homme, on peut se demander si dans une dizaine ou une quinzaine d'années, les écrans ne seront pas supplantés par une nouvelle génération de NTIC, ce qui entraînera une obsolescence « sociale » des dispositifs de ce musée, qui cherche pourtant à être un musée de son temps. A l'aube de sa réouverture, le parti pris d'une muséographie moderne à la pointe de la technologie pour le

176 Celle-ci a lieu tous les jours à 14 heures au sein du parcours permanent.

177 *La Muséologie, histoire, développements, enjeux actuels*, op. cit. note 1, p. 151.

178 Le jeu « Tous différents » avec la caméra kinect est une technologie familière des jeunes publics qui l'utilisent dans les jeux vidéos, quant au morphing Neandertal, la reconnaissance faciale est déjà présente depuis quelques années sur les appareils photos et les réseaux sociaux.

179 Un écran de télévision cathodique est présent au Musée de l'Homme, dans la Yourte, partie 3, section L. Y est diffusée une vidéo sur les modes de vie en Mongolie. L'utilisation de ce type d'écran peut être interprétée comme une clin d'oeil à l'absence des nouvelles technologies dans des environnements comme la yourte mongole.

180 *La Muséologie, histoire, développements, enjeux actuels*, op. cit. note 1, p. 151.

Musée de l'Homme n'est-il pas prendre le risque de se figer dans une présentation propre au début du XXI^e siècle et qui perdra de son efficacité dans quelques années, devenant rapidement aussi obsolète que les galeries du musée avant sa rénovation ? Le Musée de l'Homme est-il condamné à rester bloqué dans un cycle qui dure soixante ans¹⁸¹ et qui le contraint à se repenser sans cesse afin de satisfaire le public actuel en constante évolution dans ses critères d'appréciation et ses modes de communication ? Seul le temps pourra donner raison ou non à l'utilisation de l'écran comme dispositif majeur au Musée de l'Homme.

B – Les limites sociales de l'écran au musée : la réception du public

L'utilisation de l'écran comme dispositif au sein d'un parcours permanent de musée entraîne des problèmes d'ordre technique ainsi que des réflexions sur le devenir de ces dispositifs dans un futur plus ou moins proche. Mais il y a aussi à prendre en compte la réception des écrans au musée par les publics. Tout d'abord, les NTIC utilisant des écrans ne sont pas familières à tous les visiteurs. Si leur utilisation est aisée pour les générations nées après les années 1980 et dotées d'une culture numérique¹⁸², avec l'avènement de l'ordinateur présent dans de nombreux foyers, les personnes nées à une époque où la télévision était la seule NTIC de la sphère privée, sont moins familiarisées avec les nouvelles possibilités d'utilisation qu'offrent les écrans, comme l'interaction grâce à la surface tactile.¹⁸³ Elles nécessitent du temps et des explications pour apprivoiser ces outils qui sont nouveaux pour eux. D'autres personnes, bien qu'ayant grandi dans une culture numérique, n'éprouvent pas le besoin d'utiliser ces outils, se soustrayant ainsi partiellement à la « société de l'écran » qu'évoque Divina Frau-Meigs dans son ouvrage¹⁸⁴. De ce fait, les technologies au musée leur paraissent être « gadget », ou superflues, par rapport à des contenus habituels d'un musée, à savoir les expôts et les textes dactylographiés qui les introduisent.

En se penchant plus en détails sur les dispositifs à écrans du Musée de l'Homme, il apparaît que l'équipe n'a pas encore trouvé de solutions à de nombreux problèmes. Pour cerner ces lacunes,

181 « Fin observateur, Fabrice Grognet note que les musées du Trocadéro sont soumis à un cycle de métamorphoses tous les 60 ans, entraînant une redéfinition de leur rôle social. » Fabrice Grognet, « La Réinvention du Musée de l'Homme au regard des métamorphoses passées du Trocadéro », in : *Les Musées d'ethnologie : culture, politique et changement institutionnel*, Camille Mazé, Frédéric Poulard, Christelle Ventura (dir.) (Paris : CTHS éditions, 2013), p. 61. Cité dans Bertin, *Penser soi et penser l'autre...*, *op. cit.* note 70.

182 Geneviève Vidal, « La médiation numérique et les musées : entre autonomie et prescription », in : *Développer la médiation documentaire numérique*, Xavier Galaup (dir.), 2012 publié en ligne : <http://mediationdoc.enssib.fr/>

183 Vidal, Contribution à l'étude de l'interactivité..., *op. cit.* note 156 p. 113.

184 Frau-Meigs, *Penser la société de l'écran...*, *op. cit.* note 12.

j'ai réalisé des observations des publics¹⁸⁵ concernant les cartels numériques (dispositifs d'information) et mené une étude des publics¹⁸⁶ via un questionnaire concernant les dispositifs de diffusion et d'interaction.

1 – Les cartels numériques : l'écran comme dispositif d'information remis en question

Le but des cartels numériques est de donner accès à des informations sur les objets exposés dans les grandes vitrines thématiques, remplaçant ainsi en partie les cartels traditionnels dactylographiés. Cependant, certains utilisateurs – particulièrement les enfants mais aussi les adultes –, utilisent ce dispositif non pas comme un complément aux artefacts mais comme un outil indépendant. Ils parcourent les différentes œuvres du cartel sans regarder ni avant ni après les objets dans les vitrines¹⁸⁷. Cet outil, parce qu'il n'est pas encore généralisé dans les musées, crée une sorte d'attraction pour la technologie numérique utilisée et diffusée par l'écran mais perd ainsi son but d'information sur les collections. Harley Parker évoque déjà le fait que l'utilisation d'un tel outil peut susciter une fascination chez les enfants¹⁸⁸. Cette situation est souvent observée au Musée de l'Homme où « plusieurs utilisateurs oublient le fonds du musée, sans doute aveuglés par une représentation du potentiel de puissance du numérique. »¹⁸⁹ Bien qu'il y a un contact avec les objets découverts via l'écran tactile, il s'apparente davantage à une visite virtuelle, ce qui réduit le contact sensible propre aux musées.

2 – L'écran comme dispositif de diffusion : le problème de la durée

Les deux ensembles d'écrans servant de dispositifs de diffusion choisis présentent l'inconvénient majeur d'être trop longs selon les visiteurs interrogés¹⁹⁰ : seuls 29% d'entre eux ont visionné entièrement le film sur l'art pariétal, et 63% des visiteurs ont regardé complètement l'animation sur le monde globalisé, mais 54% l'ont trouvée trop longue. Même si le contenu des

185 Voir Annexe 8.

186 Voir Annexe 9.

187 Voir Annexe 8.

188 *Le musée non linéaire*, op. cit. note 28, p. 74.

189 Vidal, in : *Développer la médiation documentaire numérique*, Galaup (dir.), op. cit. note 182.

190 Voir Annexe 9.

dispositifs présente un intérêt pour les visiteurs, souvent, ils sont découverts alors que l'animation ou la vidéo a déjà commencé, et à la fin de la projection, les visiteurs ne restent que très rarement pour revoir le début (un visiteur pour chaque dispositif parmi tous ceux interrogés). La durée des deux dispositifs (11 et 8 minutes) demande du temps de la part du visiteur qui a souvent un délai imparti pour visiter le musée, ce qui ne lui permet pas d'accorder dix minutes à un seul dispositif. Ce sentiment de manque de temps pour un dispositif particulier est renforcé lorsqu'il s'agit de vidéos, qui sont souvent estimées trop longues dans les musées¹⁹¹. Par ailleurs, la durée n'est pas indiquée à côté des deux projections, comme c'est le cas pour certaines œuvres vidéo dans d'autres musées. De plus, la grande offre du Musée de l'Homme incite à poursuivre sa visite et à découvrir le reste du parcours.

Le problème principal de ces dispositifs pourrait être leur « linéarité » avec une trame narrative trop présente. En effet, chacun de ces dispositifs est divisé en plusieurs chapitres ou parties¹⁹². On peut se demander si cette partition n'est pas un frein à l'utilisation par le visiteur. Celui-ci, arrivant devant le dispositif de diffusion et découvrant ce qui lui semble être une « nouvelle » séquence pourrait être découragé parce qu'il a marqué un « début », qui lui aurait donné des clés pour mieux appréhender le contenu. En comparaison, le MuCEM utilise l'écran quasi-exclusivement comme dispositif de diffusion¹⁹³ : l'absence de séquences dans les vidéos et les animations est peut-être susceptible de favoriser le visionnage pas les visiteurs car ils n'ont pas l'impression de manquer un début ou une fin, puisque les contenus ne sont pas faits de manière linéaire. Des études plus poussées dans ce sens seraient les bienvenues pour mener une réflexion approfondie sur l'emploi de séquences ou de leur absence au sein des dispositifs de diffusion de contenus visuels.

Un autre point concernant l'écran comme dispositif de diffusion doit être pris en compte, c'est son environnement. L'emplacement des vidéos dans le parcours, l'environnement qu'ils offrent aux visiteurs¹⁹⁴ et ce qui se trouve avant et après joue beaucoup sur l'aptitude du visiteur à vouloir rester ou au contraire à poursuivre son chemin. Ainsi, la projection de la mezzanine occupe quasiment le tiers de ce niveau, ce qui la rend imposante aux yeux des visiteurs et semble être une étape obligatoire lors de la visite¹⁹⁵.

191 Vidal, in : *Développer la médiation documentaire numérique*, Galaup (dir.), *op. cit.* note 182.

192 c'est également le cas du Cyclo.

193 Voir Annexe 4.

194 *Le musée non linéaire*, *op. cit.* note 28, p. 96-97.

195 Alexis Amen mentionne que ce dispositif, par sa forte présence dans l'espace, masque parfois aux yeux des visiteurs la présence de la salle située derrière où est exposée la Vénus de Lespugue, voir Annexe 6, p. 51.

3 – L'écran comme dispositif interactif : la création de sens reléguée au second plan

Pour le jeu « Tous différents » et le morphing Neandertal, on peut constater que l'interaction prenant à parti le corps du visiteur ne permet pas dans tous les cas de participer à la création de sens. Si pour le morphing Neandertal tous les visiteurs interrogés sont satisfaits à l'issue de l'interaction et disent avoir appris quelque chose, le jeu « Tous différents » avec la caméra kinect semble laisser les visiteurs plus perplexes. Rarement utilisé du début à la fin à cause de son rythme assez lent, ce jeu ne semble pas satisfaire les publics d'un point de vue pédagogique. Seulement un peu plus de la moitié des visiteurs interrogés déclarent avoir tiré du contenu pédagogique¹⁹⁶.

De ce fait, de telles technologies qui engagent le corps du visiteur devraient être pensées différemment avec une attention toute particulière portée au contenu pédagogique. Les concepteurs du jeu kinect ont bien conscience que l'information que le musée souhaite passer à travers ce dispositif n'est pas pleinement reçue par les visiteurs¹⁹⁷, et que l'interaction ludique prime au détriment de l'éducation. Ces technologies doivent être « subsidiaires par rapport au message, [...] elles ne peuvent être exposées pour elles-mêmes. »¹⁹⁸, mais le dispositif interactif semble primer sur son contenu dans le jeu « Tous différents ».

C – Les limites de l'écran comme dispositif à nuancer

1 – Des limites à étudier davantage

Les lacunes que présentent les différents types d'écrans au Musée de l'Homme sont prises en compte par l'institution. Elles sont majoritairement dues au manque de temps dédié à l'élaboration et donc à l'impossibilité de tester les dispositifs avant l'ouverture du musée. Des phases de réajustements sont prévues pour certains dispositifs. Peut-être qu'à plus long terme, après une étude des publics ciblée sur les dispositifs multimédia, le Musée de l'Homme pourra faire évoluer certains de ses dispositifs phares. Néanmoins, ces manques sont à prendre en compte pour de futurs projets multimédia, que ce soit pour les expositions temporaires ou permanentes du Musée de l'Homme ou dans d'autres musées, ou encore pour d'autres institutions de sciences et de sociétés. La prise en

196 Voir Annexe 9, p. 71.

197 Voir Annexe 6, p. 70.

198 *La Muséologie, histoire, développements, enjeux actuels*, op. cit. note 1, p. 151.

compte de la trop grande modernité ou bien de la présence superflue de certains écrans dans le parcours permanent qui peut détourner l'attention du public est un fait à étudier et à approfondir davantage.

2 – Des faiblesses à nuancer

Malgré tout, l'emploi de ces dispositifs est loin d'être un échec au Musée de l'Homme. Les cartels numériques, source d'information sur les artefacts exposés, peuvent supplanter l'impact de ces derniers sur les visiteurs, mais leur ergonomie et leur clarté en font des outils qui, lorsqu'ils sont bien utilisés, confèrent aux visiteurs un pouvoir d'action. Ces cartels d'un nouveau genre, propres à notre ère du numérique, peuvent certes paraître prépondérants par rapport aux expôts, mais ils ont aussi l'avantage de fournir un nouveau mode d'accès aux sources documentaires. Ces modes d'accès alternatifs sont importants à développer, notamment vis-à-vis des personnes qui ne sont pas habituées à lire – et a fortiori à lire dans les musées –, et ainsi renforcer dans certains cas les liens entre les collections et les publics¹⁹⁹.

En ce qui concerne les écrans comme outils de diffusion, considérons le film sur l'art pariétal ainsi que l'animation concernant le monde globalisé. L'information fournie par la diffusion des images n'est pas toujours pleinement assimilée par les visiteurs, qui ne visionnent les dispositifs que partiellement ou qui poursuivent leur visite sans même s'arrêter²⁰⁰. En revanche, leur ancrage dans le parcours et la manière dont ils occupent l'espace en font des étapes-clés de la visite, la rythmant et servant ainsi de points de repère.

Enfin, les dispositifs interactifs, où l'amusement et le ludique prennent le pas sur l'éducation, sont très appréciés par les visiteurs, car ils donnent des modes d'accès nouveaux aux contenus. Même si l'information véhiculée par ces dispositifs est succincte, la manière originale de la délivrer attise la curiosité des visiteurs. Ces dispositifs ont un certains succès au Musée de l'Homme où l'on constate lors de périodes d'affluence des files d'attente devant le jeu « Tous différents » et le Morphing Neandertal.

¹⁹⁹Vidal, in : *Développer la médiation documentaire numérique*, Galaup (dir.), *op. cit.* note 182.

²⁰⁰79% des visiteurs n'ont pas visionné le film sur l'art pariétal en entier. Voir Annexe 9, p 62.

3 – Les limites des écrans compensées par leur attrait et leur modernité

Plus que jamais, l'écran comme dispositif rend le musée accessible puisqu'il utilise des modes d'accès diversifiés à l'information, avec diffusion et interaction via ces objets du quotidien. Ce support, très souvent présent dans le quotidien des visiteurs, génère dans une majorité de cas une sorte de promiscuité de la part du public, qui est attiré par ces outils susceptibles de leur délivrer une information correspondant à leur attentes de « homo numericus ».

L'écran comme dispositif transforme le Musée de l'Homme en musée-forum, où le public participe lui-même à l'élaboration de contenus via les supports interactifs. Ce processus de production de sens est plus important que le résultat, c'est-à-dire l'information obtenue, car il intègre le visiteur à la production de savoirs. Ainsi, l'écran suscite la curiosité et le sentiment de participation et de proximité avec le discours scientifique, donnant envie aux visiteurs de s'intéresser²⁰¹ aux contenus diffusés via l'écran et par extension aux autres contenus du musée.

4 – Les écrans omniprésents au Musée de l'Homme

En outre, les écrans sont présents au centre de ressources, dans les espaces d'accueil, sur le Balcon des Sciences²⁰². L'écran est également utilisé lors de la médiation humaine, que ce soit lors des « visites à l'improviste » ou lors des présentations « un chercheur au Balcon » au Balcon des Sciences. Les médiateurs ou les scientifiques font usage des écrans présents dans le parcours permanent mais également de tablettes mobiles pour enrichir leur discours²⁰³.

Enfin, une dernière utilisation est faite de l'écran au Musée de l'Homme. Depuis février 2016, une application pour smartphone, « Allen l'Alien »²⁰⁴, a été lancée pour la découverte du parcours permanent, elle a pour cible les enfants âgés de 8 à 12 ans. Les applications mobiles pour découvrir le musée, surtout celles destinées aux enfants, sont un moyen de médiation mis en place

201Chaumier, in : *Métamorphose des musées de société*, Chevallier (dir.), *op. cit.* note 61, p. 118-119.

202Dans cet espace, la scénographie a été conçue avec des modules interchangeable. Les types de modules utilisés sont les panneaux dactylographiés, les écrans et les vitrines. Le nombre d'écrans est donc variable dans cet espace.

203Ceci peut être mis en lien avec ce que mentionne le sociologue Dominique Wolton : « devant la croissance exponentielle et ingérable des données [multimédia], nous avons plus que jamais besoin d'intermédiaires professionnels et culturels, de guides aguerris pour nous aider à "faire le tri", bref de médiateurs. » in *Internet et après ?* (Paris : Flammarion, 1999) cité Gautrand, *L'Empire des écrans...*, *op. cit.* note 10, p. 153.

204<http://www.museedelhomme.fr/fr/musee/actualites/decouvrez-nouvelle-application-ludo-educative-gratuite-allen-mene-enquete> consultée le 21 mars 2016.

par les musées depuis les années 2010 afin de sensibiliser le jeune public à ces institutions²⁰⁵. Le Musée de l'Homme n'a pas hésité à employer également cette méthode qui a du succès auprès des enfants, car elle remplace le traditionnel livret de jeux pour les jeunes publics par un support bien plus moderne qu'est l'écran de smartphone.

L'écran au Musée de l'Homme a été choisi comme moyen privilégié pour attirer des publics et les familiariser de manière ludique aux contenus du musée. Il est utilisé comme une clé de lecture et d'interprétation, et ceci est très bien illustré au Musée de l'Homme dans l'exposition temporaire actuelle *Chroniques d'une renaissance*. La dernière salle de l'exposition présente une scénographie originale : dans une pièce sombre, des lettres de l'alphabet en trois dimensions et de très grande taille comportent des écrans qui traitent d'une thématique qui commence par la lettre choisie. L'alphabet – composante du langage –, lié à l'écran démontre l'importance de ce média au Musée de l'Homme, qui se présente comme une composante de son langage muséographique.

205 Nous pouvons citer pour exemple le Louvre, qui a lancé son audioguide sur une console portable familière aux enfants, la Nintendo 3DS.

Conclusion générale et perspectives

Ainsi, bien que des limites techniques sont encore à pallier, et que certains multimédia peuvent être optimisés pour une meilleure utilisation par les publics, les dispositifs numériques du Musée de l'Homme séduisent globalement les visiteurs²⁰⁶, qui estiment qu'ils ont leur place dans le musée²⁰⁷. Une étude approfondie et généralisée des publics ciblée sur ces outils permettrait de tirer des conclusions plus précises et donnerait des pistes d'amélioration et de réflexion plus poussées. Des progrès sont encore à faire afin de mieux intégrer les écrans et l'information virtuelle qu'ils véhiculent au sein de musées qui présentent un grand nombre d'artefacts. En effet, il ne faut pas oublier que les visiteurs viennent au musée pour voir des objets, des vraies choses²⁰⁸, et que les outils de présentation et de médiation doivent être au service de ceux-ci et ne pas les supplanter, comme c'est le cas dans certains musées : « à voir certaines salles surchargées d'écrans, il semble que s'estompe le souci de légèreté des présentations et de clarté du propos qui a conduit à éviter l'accumulation des objets. »²⁰⁹ Les écrans ainsi que les autres dispositifs multimédia doivent servir à la muséalisation* des expôts – c'est-à-dire à les faire rentrer dans la sphère du champ muséal et les y valoriser –, et non à leur muséification – c'est-à-dire à les pétrifier dans le musée, sans leur donner de deuxième vie.

Par le biais de l'écran, le Musée de l'Homme a su développer une approche esthétique, pédagogique et ludique qui séduit les nouveaux publics ciblés, à savoir les familles. Ces outils, dont les publics jeunes sont familiers et friands, ont la capacité de générer des usages collaboratifs entre les visiteurs²¹⁰, et particulièrement une coopération entre les parents et les enfants, ce qui participe à la création de sens et à une meilleure intégration de l'information. Toutefois, les publics non familiers de ces outils vivent l'expérience d'une manière moins pédagogique et davantage ludico-esthétique, ce que ne réduit pas pour autant l'impact des dispositifs. « Finalement l'introduction des dispositifs numériques au sein des musées suppose [...] que les professionnels de la médiation acceptent de donner une place aux visiteurs dont la réflexion associée aux outils de médiation tout comme elle suppose qu'ils acceptent *in fine* que ceux-ci deviennent [...] les médiateurs de la

206C'est ce qui ressort de l'enquête auprès des publics menée par le Musée de l'Homme entre janvier et mars 2016.

207Durant l'enquête des publics réalisée (Annexe 9), aucune personne interrogée n'a estimé que les dispositifs concernés n'avaient pas leur place dans un musée.

208Cameron, « Viewpoint : the museums as a communication system... », *op. cit.* note 34.

209La Muséologie, histoire, développements, enjeux actuels, *op. cit.* note 1, p. 156-157.

210Juliette Dalbavie, « La table interactive du musée d'Histoire Naturelle de Lille », *La Lettre de l'OCIM* [En ligne], 152, 2014 <http://ocim.revues.org/1339>

visite. »²¹¹ En effet, la présence de dispositifs familiers aux visiteurs leur permet d'en faire usage en revalorisant le statut de leur savoir par rapport à celui de l'institution muséale.

La fréquence d'utilisation de ces dispositifs, malgré leur relative nouveauté, invite à se questionner davantage sur les nouveaux modes de médiation et de présentation dans les musées. La « nébuleuse »²¹² des dispositifs numériques, du multimédia et des possibilités qu'offre le seul outil qu'est l'écran est assez difficile à cerner. C'est pour cela que « le musée a besoin des travaux des chercheurs et de l'engagement de ses professionnels dans des démarches de médiation innovantes pour connaître finement les nouveaux rapports que le participatif numérique introduit entre les citoyens d'une part, et une société de la connaissance globalisée d'autre part »²¹³, particulièrement dans les musées de sciences et de sociétés tels que le Musée de l'Homme. En réalisant ce travail de première année de second cycle j'ai essayé d'entamer une réflexion dans ce sens.

La logique participative liée aux nouvelles technologies et se manifestant à travers le dispositif de l'écran est peut-être l'un des grands défis des institutions muséales et plus largement du secteur patrimonial en ce début de XXI^e siècle²¹⁴. La diffusion des savoirs et du patrimoine est l'un des objectifs principaux de ces institutions, et avoir recours à de nouveaux modes de médiation et de présentation est indispensable afin de sensibiliser le public contemporain grâce à des outils de monstration de son temps, et dont le pouvoir d'action mérite des recherches considérables, encore peu explorées²¹⁵.

211 *Ibid.*

212 « Musée et numérique. Quelles visions du participatif ? », Florence Andreacola, Marie-Sylvie Poli, Eric Sanjuan, http://culture.numerique.free.fr/publications/ludo13/Andreacola_Poli_Sanjuan_Ludovia_2013.pdf, p. 11.

213 *Ibid.*

214 Vidal, in : *Développer la médiation documentaire numérique*, Galaup (dir.), *op. cit.* note 182.

215 « Éléments d'expologie... », Mairesse, Hurley, *op. cit.* note 27, p. 26-27.