les passés dans le présent
LABEX

L'Atelier n° 4, jeudi 10/04/2014.
Quels enjeux numériques pour les médiations scientifiques et culturelle du passé?

Les musées comme espaces de reterritorialisation à l'ère numérique :

entre publicisation des connaissances et communication institutionnelle

Brigitte Juanals
brigitte.juanals@orange.fr
MoDyCo, Université Paris Ouest Nanterre La Défense
Labsic, Université Paris 13

LabSIC
modyco Modèles, Dynamiques, Corpus UMR 7114

Les musées comme espaces de reterritorialisation à l'ère numérique

1. Questionner les environnements numériques comme des espaces de reterritorialisation de la publicisation des connaissances
2. L'adaptation des musées, entre marketing et médiation culturelle
3. La reconfiguration de la fonction d'intermédiation
4. des modes de médiation aux œuvres et aux connaissances en reconfiguration dans un espace public international et fragmenté

>>> reconfigurations des rapports de pouvoir dans les processus de communication et de diffusion culturelle et scientifique

Les musées comme espaces de reterritorialisation à lœre numérique

- La médiation culturelle (Caillet, 2000 ; Caune, 1999, 2000 ; Davallon, 2000) : des enjeux, culturels, professionnels et politiques (Dufrêne, Gellereau, 2004).
- des formes de publicisation (Pailliart, 1995)
- Les politiques institutionnelles des musées en matière de médiation culturelle >> une conception sous-jacente de la culture, de la science, des publics, des dispositifs, des pratiques légitimés.
- Enjeux sociaux et politiques de la publication numérique des connaissances par les musées >> redéfinition des relations entre science, culture et société ?
- Déplacement des lieux de prise de parole, reterritorialisation (Schiele, 2005).

Les musées comme espaces de reterritorialisation à lœre numérique

Les environnements numériques envisagés comme des espaces de reterritorialisation

- Auctorialité
- Intermédiation

- politiques de communication
- stratégies et discours des acteurs
- pratiques éditoriales
- Pratiques média-tiques/culturelles
- Écosystème informationnel numérique

Médiation socio-technique et innovations (Akrich, 1993 ; Jouet, 1993 ; Latour, 1993)

Pratiques culturelles et médiatiques des publics (Donnat, 2009)

Industries culturelles et de la communication (Bouquillion, 2012)

Les musées comme espaces de reterritorialisation à lère numérique

- Méthodologie associe lanalyse de publications professionnelles à celle des politiques et des productions éditoriales numériques dune sélection detablissements.

2 corpus:

- Publications professionnelles du secteur : rapports 2012 et 2013 «The NMC Horizon Report, Museum Edition», enquête «Museum & Mobile Survey 2013», Museum Analytics, rapports sur les tendances devolution en France et dans le Monde (Lochon, 2014) et sur les pratiques culturelles en France (Donnat, 2009 ; Bigot et al., 2012).
- Production éditoriale numérique de plusieurs institutions / entretiens avec les personnes en charge de la conception des publications numériques dans ces institutions.

Les musées comme espaces de reterritorialisation à lère numérique

- Période: déc. 2012-2014
- présence dune politique affichée de développement numérique innovant a été le principal critère de sélection des musées

Lôadaptation des musées, entre marketing et médiation culturelle

Lôengagement dans une politique de médiation numérique: Les rapports (Johnson et al., 2012, 2013; Lochon, 2014; Bigot et al., 2012) et entretiens:

- Lôadaptation aux techniques et aux outils de communication actuels, en phase avec ceux récemment commercialisés.
- Lôadaptation aux outils et aux habitudes de communication dôun public cible,
- Stratégie marketing de lôinstitution culturelle (Tobelem, 2005) / médiation culturelle.

Lôadaptation des musées, entre marketing et médiation culturelle

Lôengagement dans une politique de médiation numérique:

- Constat de lôusage généralisé par les musées des applications pour mobile et des réseaux sociaux ; lôusage de la réalité augmentée et des données ouvertes est prévue à un horizon de deux à trois années. (NMC Report 2012)

Evolutions récentes majeures (entretiens):

- Nouvelles formes de médiation en association avec les outils de communication mobiles (téléphones et tablettes) et les plateformes de réseaux sociaux.
- conception interactive, personnalisée et hypermédia des dispositifs de publication et de communication.

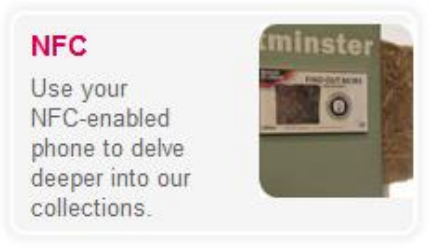
La reconfiguration de la fonction dôintermédiation

- Utilisation croissante dôoutils de communication électroniques et de technologies informatisés

>> modification des conditions dôaccès aux ressources culturelles

>> déstabilisation les formes de diffusion

- Rôle croissant joué par les industriels de la communication et les acteurs de lôinternet



La reconfiguration de la fonction d'intermédiation

Centralité et agencement de la diversité dans l'écosystème informationnel numérique

- « écosystème informationnel numérique » : site web, base de données, logiciels multimédia et interactifs, conception en 3D, environnements immersifs, blogs, outils mobiles

La reconfiguration de la fonction d'intermédiation

- Usage, par le public, de terminaux électroniques nomades (téléphones et ordinateurs portables, tablettes): téléphones et des tablettes de marque *Apple* (GM, SFSOMA) ou de marques diverses (MQB, MoL, AIC, DAM)
- Nouvelles formes de contenus: applications, podcasts
- Usage de technologies sans contact: NFC, RFID, QR code
- Magasins en ligne des firmes *Apple* et *Google*

La reconfiguration de la fonction dôintermédiation

Les plateformes de production et de diffusion des connaissances, entre confrontation et partenariat

- Dôautres catégories dôacteurs, externes aux musées et en dehors de leur contrôle éditorial, sont engagées dans la production et la diffusion de contenus en relation directe avec les ressources culturelles des musées.
- question de la légitimation sociale des énonciateurs et des institutions (Bourdieu, 1982), stratégies industrielles

La reconfiguration de la fonction d'intermédiation

Les plateformes de production et de diffusion des connaissances, entre confrontation et partenariat

Réseaux sociaux:

- L'échec de la plateforme de réseau social du musée du Louvre
- Préoccupations marketing, pression du baromètre mondial *Museum Analytics*
- Censure idéologique (compte facebook de la galerie du *Jeu de Paume*, mars 2013)
- Stratégies de contournement des musées

La reconfiguration de la fonction d'intermédiation

Musée virtuel *Google Art Project,* réseau social de vidéos *Art Babble* :

- Stratégies d'amélioration de la visibilité en ligne, communication institutionnelle, redirection vers le site web du musée.

Utilisation de la base de connaissances *Wikipédia* :

- Prises de positions divergentes
- Négociation de collaborations institutionnelles dans le cadre du projet GLAM-Wiki depuis 2009

Questions de droit d'auteur sur la reproduction des œuvres du domaine public

Politiques d'*open data* culturel

Conclusion

- Constitution d'un écosystème informationnel numérique porteur, dans les formes de la médiation culturelle et scientifique, de permanences et de tensions.
- Redistribution partielle des modalités de contrôle des contenus, des supports et des circuits de diffusion
- Evolutions des modes de médiation aux œuvres et aux connaissances sous-tendues par des modèles de communication en reconfiguration dans un espace public international et fragmenté (Miège, 2010).
- Confrontation et combinaison de politiques publiques, de stratégies institutionnelles, de logiques industrielles d'entreprises et de contributions du public.