

Trouver sa « voix » ou la valorisation du patrimoine à l'ère du numérique

Face à une archive (ou un artefact dans un musée), le sens n'est pas toujours évident. Sans compréhension du contexte, elle reste « muette ». Les médiateurs vont donc devoir lui redonner sa voix. Mais quelle voix ?

Qu'allons-nous lui faire dire et comment ?

Le cas du Louvre Abu Dhabi



Borne présente dans la salle d'exposition légèrement en dehors du passage

Si on veut que le contenu soit intelligible au grand public, il faudra le toucher par les mots justes qui lui parleront, des images fortes qui seront **en complément à l'archive** et il lui faudra un son identifiable. Paroles, images, sonorités : grâce à la **synesthésie**, l'information va à la fois plus facilement être comprise par une grande partie du public car chacun apprend à sa façon : les visuels, les auditifs, les kinesthésiques... Transmettre une information *via* différents sens favorise aussi sa mémorisation, car elle s'ancrera un peu partout dans différentes zones de notre cerveau.

En cela le numérique est un outil formidable ! Il apporte à la fois l'audio-visuel et le toucher, le multimédia et l'interactif. Et les musées l'ont bien compris. Le numérique devient un dispositif central dans la stratégie de médiation des musées.

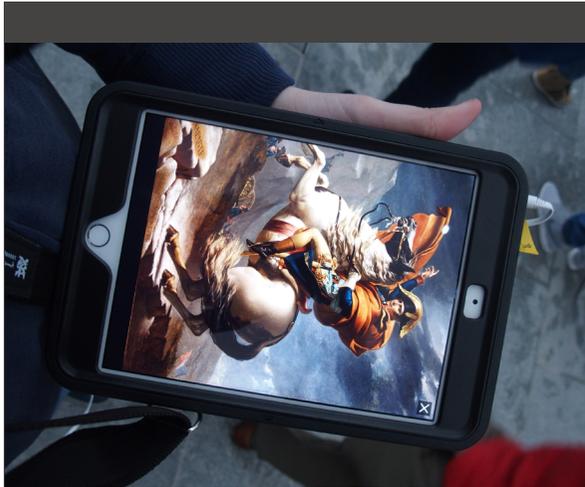
Prenons le cas du Louvre Abu Dhabi. C'est un nouveau musée, construit par Jean Nouvel et ouvert en novembre 2017. **Le numérique fait partie « des murs » du musée**, au sens propre comme au sens figuré. En effet, à chaque début de pièce - qui marque l'entrée dans un nouveau « chapitre de la grande histoire de l'humanité » racontée par le musée - **un écran intégré au mur** présente dans une chronologie succincte des grands événements. Il y a aussi **les bornes** présentes dans les salles d'exposition qui développent le sens d'une œuvre par juxtaposition d'images, d'animation et de texte.



Louvre Abu Dhabi, vue depuis l'intérieur du musée



Écran de présentation sur les murs du musée en début de salle



Guide multimédia



Dispositif avec Kinect pour mélanger les couleurs avec le mouvement

Et enfin, entre chaque salle, il y a un couloir qui permet de marquer un « changement » temporel et qui donne aussi un temps de respiration. On retrouve dans ces couloirs - qui rompent le rythme de la visite - **des tables tactiles** qui permettent de revenir sur les chefs-d'œuvre de la période précédente.

En plus des dispositifs numériques fixes, il y a aussi la possibilité de prendre le **guide multimédia**. On peut s'équiper d'une tablette qui nous accompagne tout au long de la visite. Autour de notre cou : toute la connaissance et les explications de ces chefs-d'œuvre qui nous font face. Il est possible de choisir la durée de la visite que l'on souhaite (1h, 40 min) et en fonction la tablette nous guide voir les œuvres « incontournables ». Il y a aussi des parcours de visite « les œuvres mises en regard » qui proposent des comparaisons entre plusieurs œuvres.



Table interactive présente entre deux salles

En plus de tout cela, le Louvre Abu Dhabi a prévu une salle dédiée aux enfants où les enfants (et les parents) sont acteurs de leurs découvertes. Il y a plusieurs espaces conviviaux où les enfants peuvent jouer ensemble et le numérique y est omniprésent. Plusieurs bornes permettent de colorer, répondre à des questions... Je pense aussi à ce dispositif où le corps et le numérique se mêlent à l'apprentissage : les personnes déplacent les couleurs primaires avec des gestes et, par un système de reconnaissance de mouvements, les couleurs se mélangent et en créent d'autres.

Le Louvre Abu Dhabi est donc équipé numériquement pour produire un discours de médiation fort. La scénographie est elle aussi construite selon une trame narrative efficace avec des introductions, des focus, des respirations et des bilans. Cependant si le « plan » du discours est idéal, sa tonalité reste très académique. La « marque » Louvre se fait ressentir sur l'explication des œuvres.

Je prends au hasard l'explication sur la tablette de Thésée retrouvant les armes de son père par Laurent de La Hyre (1639-1641). « *Au premier plan de ce grand tableau, un homme est en plein effort : cette scène relate un épisode de la vie du héros grec Thésée, fils du roi d'Athènes, Egée. Elevé dans le secret de son ascendance, elle ne lui sera révélée que lorsqu'il retrouvera l'épée et les sandales cachées par son père. Il sera temps pour lui de devenir roi. Cette représentation du mythe antique particulièrement apprécié au XVIIe siècle est une commande du cardinal de Richelieu, ministre de Louis XIII, roi de France, pour orner une salle de son palais.* »

La présentation reste trop descriptive, pas assez problématisée. Il aurait pu être intéressant, alors que ce mythe est souvent représenté, d'expliquer en quoi cet artiste a voulu se différencier, ce qu'il a voulu souligner, le message qu'il a voulu faire passer. Il faudrait trouver des angles d'attaque dans l'explication des œuvres et oser utiliser des figures de style comme les orateurs pour faire passer leur message.

En effet, la médiation est la production d'un discours qui, comme l'explique Cicéron dans son *De Oratore*, doit combiner l'organisation d'arguments ou idées (*inventio* et *dispositio*) avec leur mise en forme par le style et le langage corporel (*elucotio* et *actio*). **La médiation est un storytelling avec ses procédés narratifs et ses figures de style**, et à l'époque du numérique, elle devient de plus en plus un transmédia storytelling. **Ces styles narratifs ne se contentent pas de donner des clefs de lecture, ils complètent même l'œuvre qu'on a sous les yeux.**

Pour faire le bilan de mon article, je dirai que **la forme, le style et la tonalité d'un dispositif ont une importance primordiale dans une stratégie de médiation et de valorisation du patrimoine.** L'approche froide et académique reste à mon sens un frein pour une médiation ouverte au grand public. Le langage scientifique n'est pas celui de la médiation. Il convient pour la théorie mais pour la médiation il faut une approche plus créative, « fantaisiste », qui touche à nos sens et à nos émotions. Charlotte Riou, conservatrice du musée des Augustins, musée des beaux-arts de Toulouse, m'a dit un jour « qu'un musée doit être provoquant ». Une œuvre provoque toujours quelque chose chez le visiteur, que ce soit de l'admiration, du dégoût, du rêve. Le but de la médiation est de réussir à donner du sens à cette émotion sans la briser.

Pour cela, le Louvre Abu Dhabi est idéalement équipé du point de vue architectural, scénographique et numérique mais il lui reste encore à trouver sa « voix ».

Zoé Schmit