
Innover au musée : imaginaires et pratiques

Nicolas Doduik

**Aix Marseille Univ, CNRS, LAMES, Aix-en-Provence
Mucem**

Sociologie

nicolas.doduik@gmail.com

MOTS-CLES :

Musées, Numérique, Jeux, Ludique, Médiation

RESUME :

Les musées, comme l'école, sont des institutions qui subissent des injonctions à l'innovation pour diverses raisons (rajeunissement du public, revalorisation d'une image poussiéreuse, archaïsme supposé, etc.). Les dispositifs numériques et ludiques de musée (par exemple, les applications numériques) sont alors souvent la réponse institutionnelle à cette demande d'innovation. Or il n'y a pas d'un côté des institutions éternelles et de l'autre des processus d'innovation salvateurs, mais au contraire une dialectique qui produit des innovations bien particulières dans chaque institution. L'étude de la production puis de la réception de dispositifs supposés innovants au Mucem (musée national de société qui a ouvert à Marseille en 2013) produit des connaissances sur le fonctionnement normal de l'institution : l'innovation oblige à expliciter ce qui est habituellement fait de manière implicite.

1 INTRODUCTION : L'IMPOSSIBLE INNOVATION DANS LES MUSEES ?

1.1 Innover pour éviter le déclin du musée

Dans le domaine culturel comme dans celui de l'éducation, les discours sur la « révolution numérique » sont récurrents depuis plusieurs années. Ils s'accompagnent de représentations sociales sur les bienfaits du « numérique » qui serait forcément facteur d'innovation et dont les institutions culturelles et notamment les musées auraient grandement besoin. Rajeunissement d'un public vieillissant et d'une image poussiéreuse, individualisation d'une offre culturelle trop peu ciblée, ouverture sur le monde extérieur aux institutions culturelles, liens tissés avec les « acteurs de l'économie », rapidité d'adaptation à une société instable : les arguments en faveur de l'utilisation du numérique dans les mondes éducatifs sont semblables à ceux qui promeuvent des « solutions numériques » pour les musées.

Ces discours positifs valorisant l'innovation (action d' « *introduire quelque chose de nouveau pour remplacer quelque chose d'ancien dans un domaine quelconque* »¹) s'inscrivent dans un contexte historique de déclin des institutions (Dubet, 2002) : institutions scolaires mais aussi culturelles. Mais comme le dit François Dubet, ce ne sont pas tant les institutions que les programmes institutionnels qui tendent à disparaître : l'école a perdu sa capacité d'instituer seule des sujets (les élèves) et doit composer avec des attentes et exigences extérieures à l'école qui peuvent passer, entre autres, par le prisme du discours sur la « révolution numérique ». Bien que les publics des mondes éducatifs et culturels ne soient pas identiques, l'école publique et certains musées partagent une question commune : comment une institution qui cherche à appliquer son programme (transmettre par la pédagogie, éveiller la curiosité par la médiation culturelle) peut-elle continuer d'exister dans un environnement qui la dépasse de ce programme ?

1.2 Un regard objectif sur l'innovation

Un des objectifs de ce colloque est d'étudier la relation entre institution et innovation de manière objective, sans tomber dans un dualisme simpliste qui réduirait l'institution à un mastodonte inébranlable (par exemple, le musée poussiéreux) et l'innovation au processus salvateur de ces institutions dépassées (par exemple : des œuvres d'art numérisées en très haute définition, accessibles sur un célèbre moteur de recherche).

Or comme l'a bien montré Eva Sandri dans sa thèse en 2016 (Sandri, 2016), ce discours de l'innovation numérique, même lorsqu'il est accepté et revendiqué par les institutions culturelles, subit en pratique de nombreuses résistances qui conduisent à des adaptations locales. De la même façon dans ma thèse, j'essaie d'étudier ce qui se passe au cours de ce processus d'innovation, de la production à la réception de certains dispositifs jugés « innovants » par les professionnels du musée.

Mon hypothèse est que lors de ce processus d'innovation, on se pose des questions qu'on ne se pose plus, ou de manière moins explicite, dans les procédures de travail routinières d'un musée : par exemple, quand on met en place une application numérique au musée, les attentes de nouveauté et les procédures parfois inédites obligent à expliciter ce qui va normalement de soi dans des productions éprouvées comme la création d'une exposition.

¹ Dictionnaire Larousse en ligne consulté le 17 janvier 2019 : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/innover/43197>

L'innovation supposée oblige à expliciter ce que l'on fait habituellement de manière implicite.

En réalité, ces dispositifs supposés innovants révèlent quelque chose du fonctionnement normal de l'institution : c'est bien face à l'innovation que l'institution (ses professionnels comme ses usagers et usagères) exprime très explicitement ce qui est attendu d'un musée, et donc par extension le rôle supposé de la culture institutionnalisée. Par les réactions qu'elle suscite, l'innovation est une épreuve qui produit des connaissances sur la marche normale des institutions : elle passe par plusieurs étapes qui sont autant de tests révélant sa grandeur au regard des critères de l'institution (Boltanski et Thévenot, 1991).

Cette idée s'illustre à travers l'étude de quelques dispositifs pensés pour être innovants au Mucem, musée national de société qui a ouvert à Marseille en 2013. J'en détaille ci-dessous le développement de manière chronologique, à travers la production puis la réception de ces dispositifs par les publics du musée.

2 LE PROCESSUS DE PRODUCTION

2.1 Dispositifs innovants

Dans leur fonction de diffusion et de valorisation de leurs collections, les expositions des musées constituent a priori leur cœur de métier. Les musées proposent cependant aujourd'hui, en accompagnement ou en parallèle de leurs expositions, des « dispositifs de médiation » variés (visites guidées, ateliers, audioguides, dispositifs numériques, etc.) qui ont tous pour vocation de faciliter la transmission des contenus du musée en s'adaptant à chaque type de public.

Ma présence au Mucem au service des publics (chargé de la médiation culturelle et du lien entre le musée et ses publics) m'a permis d'observer la conception et la mise en place de différents dispositifs de médiation. Dans le cadre d'une thèse CIFRE (cofinancée par le musée), j'ai coordonné la création d'un dispositif pensé pour être innovant : un parcours de jeu à travers une application numérique qui s'intitule « Mμ : plongée au cœur du Mucem », s'adressant aux adultes et jeunes adultes. Je reviens tout d'abord sur la production de cette application puis sur la réception de ce type de dispositifs au Mucem, pensés pour être innovants.

2.2 Trois étapes clés lors de la production de l'application numérique

Tout au long de la production de l'application « Mμ : plongée au cœur du Mucem », l'innovation a été rendue possible grâce à un cadre de référence qui servait de repère commun : la « médiation numérique » à laquelle mes collègues se sont souvent référés. Intuitivement, elles et ils parlaient de « médiation culturelle » (cœur de métier d'un service des publics d'un musée) réalisée avec des « outils numériques ». Mais la force d'un cadre de référence est que personne n'en a la même définition (Star et Griesemer, 1989)² : et c'est précisément parce que la définition de cette « médiation numérique » est équivoque et mouvante que différents acteurs ont pu se coordonner.

² Dans leur article sur la coordination entre professionnels d'un musée de vertébrés, Star et Griesemer montrent qu'un cadre de référence commun, la préservation d'échantillons pour le musée, permet de répondre aux intérêts parfois contrastés des différents acteurs (conservateur, gestionnaire, trappeur et administration universitaire).

Ce tableau résume cette évolution en trois étapes clés détaillées ci-dessous :

Etape de l'innovation (Flichy, 1997)	Nom du projet	Définition du cadre « médiation numérique »	Contre-exemple
1 : Mondes sociaux éloignés	« Dispositif numérique innovant »	Dans l'enceinte physique du musée	Communication et marketing en ligne
2 : Objet-valise	« Compagnon numérique »	Produit fini	Projet évolutif
3 : Objet-frontière	« Μμ : plongée au cœur du Mucem »	Le jeu et le numérique au service de la médiation culturelle	Jeu vidéo pour s'amuser

2.2.1 Du dispositif numérique innovant au compagnon numérique

Ma mission de doctorant CIFRE consistait à coordonner la mise en place d'un dispositif de médiation numérique pour tester de nouvelles formes de médiation muséale. L'intention de départ était bien d'« innover » : le projet portait sur un « dispositif numérique innovant » aux contours flous et sans définition précise.

Après quelques mois de veille et de comparaisons avec d'autres projets, j'ai proposé à ma direction différentes formes que pourrait prendre ce projet de « dispositif numérique innovant ». C'est finalement le développement d'une application numérique pour téléphone portable qui a été choisi, avec pour fonction de faire découvrir le musée aux visiteurs et visiteuses et de les accompagner pendant leur découverte des lieux.

A cette occasion, des propositions de dispositifs sur internet (sans forcément de présence physique dans le musée) ont été écartées. La « médiation numérique » a donc pris un sens plus précis : elle devait forcément correspondre à une expérience matérielle dans l'enceinte du musée et non en ligne, ce qui n'était pas évident étant donné l'importance d'internet dans ce qui est socialement entendu par « numérique ». La présence du musée en ligne est en effet réduite à la communication et au marketing, moins valorisés par le service des publics que la médiation culturelle : c'est précisément le contre-exemple que les professionnels de ce service veulent éviter en faisant de la « médiation numérique ». Le dispositif a alors pris le nom de « compagnon numérique », qui reste à ce stade une coquille vide de contenus.

Dans la théorie de l'innovation de Patrice Flichy (Flichy, 1997), les mondes sociaux différents qui vont produire l'innovation ne se sont pas encore rencontrés lors de cette première étape.

2.2.2 De l'appel d'offre au choix du prestataire

Lors de la deuxième étape, les mondes sociaux en question entrent en contact : il s'agit ici d'une équipe de musée d'un côté et d'un studio de jeu vidéo de l'autre. Mais cette rencontre a lieu pour Flichy sur un mode imaginaire : c'est la phase de l'« objet-valise ». Les deux communautés de pratique imaginent chacune ce que l'autre peut lui apporter à travers ce dispositif commun : les projets envisagés sont au mieux juxtaposés, au pire tout à fait opposés.

Suite à une procédure de marché public, une dizaine de structures ont répondu à l'appel d'offres du musée pour réaliser ce « compagnon numérique », avec des propositions assez

contrastées qui s'expliquent par un cahier des charges très ouvert. C'est donc lors du choix du prestataire final que cette ambiguïté sur ce qu'attendait le Mucem d'un « compagnon numérique » s'est résolue. La « médiation numérique » a donc à nouveau servi de cadre au choix du prestataire, en même temps que sa définition s'affinait.

Le service des publics a notamment décidé de ne pas retenir un des candidats dont le projet avait plu au premier abord au motif qu'il proposait un projet numérique évolutif : celui-ci laissait une grande place aux utilisateurs et utilisatrices et se donnait la possibilité de changer radicalement au fur et à mesure de sa prise en main par les publics. Or les méthodes de production classique d'un musée national, qui propose souvent une offre culturelle aboutie à ses visiteurs et visiteuses, ne cadrerait pas avec la prise de risque que représentait un projet évolutif. La « médiation numérique » se réalise donc dans un produit fini. Pourtant, une des caractéristiques des dispositifs numériques est de pouvoir évoluer au cours de leur production en tenant compte des utilisateurs et utilisatrices (selon les méthodes « agiles » en vogue dans le développement informatique).

2.2.3 La coopération avec le studio de jeu vidéo

La rencontre entre les deux mondes sociaux a enfin lieu avec le choix du prestataire qui réalise l'application numérique. Le dispositif devient alors un objet-frontière : les ambiguïtés inhérentes au projet sont levées lorsque les désaccords sont abordés de front. Si la coordination était jusqu'ici fondée en partie sur des malentendus et des accords implicites, ce n'est désormais plus le cas.

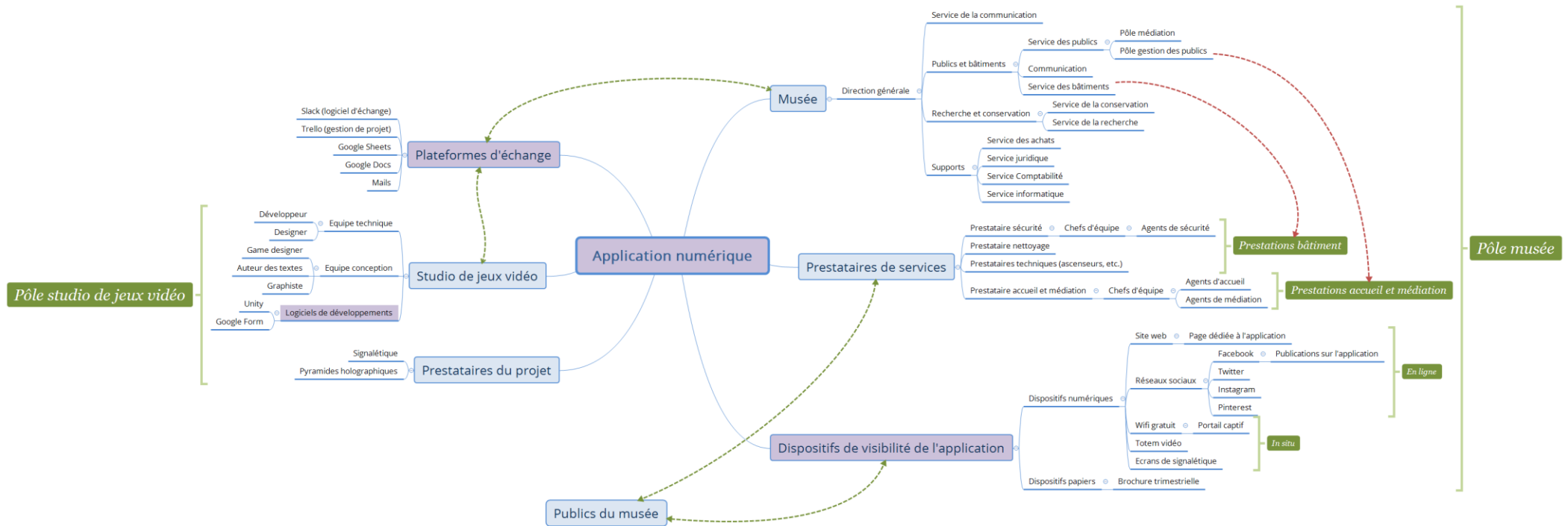
Une controverse classique dans le cas des « jeux sérieux » a alors eu lieu : la difficile conciliation entre l'aspect ludique du dispositif et l'objectif de médiation culturelle qu'il est censé remplir. A nouveau, la définition de la « médiation numérique » s'affine : le jeu et le numérique sont bien au service de la médiation culturelle. Les acteurs et actrices du musée rappellent régulièrement à ceux du studio de jeu vidéo le cadre institutionnel du projet : la médiation culturelle est bien l'objectif et la fin, l'aspect ludique du dispositif ne doit rester que l'outil et le moyen d'y parvenir.

Ces frictions et dissonances entre deux univers professionnels qui ne sont pas habitués à travailler ensemble ne sont pas des obstacles à la coordination : au contraire, ces controverses sont productives (Stark, 2011) et peuvent même être considérées comme des épreuves nécessaires par lesquelles l'application de musée doit passer pour justifier de sa forme définitive (Boltanski et Thévenot, 1991).

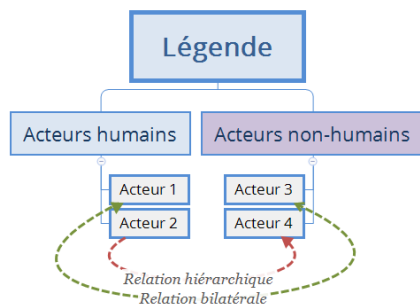
Le musée a jusqu'à présent été présenté comme une institution monolithique et uniforme qui rencontrerait dans le processus d'innovation des acteurs extérieurs : ce schéma reste simpliste, et on peut en réalité différencier les multiples acteurs et actrices qui composent l'institution.

2.3 Ouvrir la boîte noire de l'institution

La carte suivante s'inscrit dans une perspective « acteur-réseau » : il représente l'ensemble des acteurs humains (en bleu) et non-humain (en violet) (Latour, 1989) et les liens qu'ils entretiennent entre eux et avec le dispositif (l'application numérique), objet-frontière au centre du réseau :



On voit s'organiser différents pôles d'acteurs : à droite ceux qui appartiennent au pôle musée, à gauche ceux qui sont dans le pôle studio de jeu vidéo. Dans le détail sont représentés les multiples acteurs ayant participé de près ou de loin à la conception et à l'exploitation du dispositif.



Voici donc ce qu'est l'institution « musée » à l'échelle de ce dispositif : un enchevêtrement d'acteurs humains et non-humains, et notamment de métiers et de statuts très différents. On oublie souvent des acteurs essentiels au fonctionnement de l'institution et de ses dispositifs : par exemple les personnels de ménage et de sécurité, sans qui le dispositif ne serait pas accessible dans les mêmes conditions et sans qui l'institution ne pourrait pas fonctionner normalement. Les théories de l'acteur-

réseau permettent de souligner la contribution de tous les acteurs à la conception d'un dispositif, au-delà de l'inventeur/auteur qui est souvent le seul à être mis en avant.

L'institution musée n'est donc pas monolithique, en particulier dans le cas de « grands musées » comme le Mucem, dans lesquels une variété de métiers cohabitent. Malgré ce constat que n'importe quel employé du musée peut faire, la représentation sociale du musée est bien souvent celle d'une institution qui dépasse la somme de ses parties, inébranlable et éternelle. Lorsqu'il faut prendre une décision, beaucoup de salariés font référence à l'institution « musée national », un cadre souvent considéré comme une contrainte qui impose des choix (réputation à tenir, discours qui doit être généralisable à l'ensemble du pays, représentation d'Etat) : « on ne peut pas se permettre de faire cela car un musée national ne peut pas le faire ».

Cette représentation d'une institution monolithique qui dépasse toutes ses composantes est répandue jusqu'aux dernières strates hiérarchiques : l'argument de l'institution qui contraint la liberté d'action de ses agents vient étayer l'impossibilité de faire autrement que ce que l'on fait par habitude et tradition.

On observe bien pourtant à l'échelle d'un projet comme celui-ci que chaque acteur a une certaine autonomie dans son travail, que les relations de hiérarchie sont parfois distribuées, que des dispositifs non-humains servent d'appuis aux décisions, et qu'il y a à chaque étape du projet une médiation ou transformation opérée par des acteurs particuliers. La conception du dispositif est donc partagée (même si certains agents ont davantage de pouvoir de décision que d'autres : il ne s'agit pas ici de nier les relations de domination), et le musée n'est finalement rien d'autre que cet entrelacs d'acteurs qui incarnent tous, d'une certaine façon, l'institution.

Le principe de l'innovation (faire autrement, renouveler, inventer...) va donc à l'encontre de cette représentation sociale d'une institution éternelle. Pourtant, certains de ses acteurs estiment qu'elle peut innover dans certaines conditions.

3 L'INNOVATION EST-ELLE PERÇUE COMME TELLE ?

3.1 Protocole

Au-delà du seul projet d'application « Mμ », j'observe la mise en place de tous les dispositifs conçus pour être « innovants » dans ce musée (dispositifs techniques, visites guidées originales, programmation exceptionnelle, expositions insolites, etc.). J'interroge les professionnels qui travaillent de près ou de loin sur ces dispositifs et je compare leurs réponses à celles des visiteuses et visiteurs qui ont fait l'expérience d'un de ces dispositifs. L'objectif est de comparer les représentations sociales de l'innovation, des musées et de la culture en général, et de situer ces discours relativement à des profils professionnels et sociaux.

3.2 Production puis réception : un schéma trop simpliste

En sociologie des usages et en sciences de l'information et de la communication, il est courant aujourd'hui de donner une grande place à la réception des dispositifs et œuvres étudiés. Si l'on s'intéresse par exemple à un livre, on n'étudiera pas seulement le point de vue de l'auteur, mais celui de ses lecteurs et lectrices en partant du principe qu'un livre ne prend sens qu'à sa lecture. Cette attention à la réception de la culture (Jauss, 1978) contrebalance le fait que l'on s'est longtemps intéressé uniquement à la création des œuvres, c'est-à-dire au versant production plutôt qu'au versant réception.

Mais dans le cadre de créations collectives (comme celle d'un dispositif de médiation numérique dans un musée), on peut avant même de parler de réception prêter attention aux multiples strates de créateurs et créatrices : c'est l'objectif de la carte ci-dessus qui ne s'intéresse qu'au versant production et détaille donc ses moindres acteurs, alors qu'un seul acteur « Publics du musée » représente le versant réception. La friction entre mondes sociaux qui n'ont pas les mêmes références culturelles, productive de l'innovation, a certes lieu à la frontière de ces univers : dans le cas étudié, elle s'opère dans les conflits productifs entre un musée et un studio de jeux vidéo. Mais cette friction se joue également au sein même des institutions.

Cela s'observe tout particulièrement dans les rapports qu'entretiennent les agents de l'institution avec des agents permanents mais externalisés : au Mucem comme dans d'autres structures, les agents d'accueil, de médiation, de nettoyage et de sécurité ne sont pas employés directement par le musée mais par une structure intermédiaire.

Les statuts de ces agents sont donc différents de ceux des salariés du musée, et souvent plus précaires. Or tous ces agents représentent l'institution musée pour l'essentiel des visiteuses et visiteurs, puisqu'ils sont tous face au public (front office). On voit sur la carte ci-dessus les relations directes entre ces acteurs et les publics du musée (flèches vertes), mais également les relations hiérarchiques de client à prestataire qui les relient aux personnels du musée (flèches rouges).

Ces multiples strates de producteurs révèlent alors des tensions latentes internes à l'institution. Par exemple, de nombreux agents de médiation expriment un manque de reconnaissance professionnelle et d'autonomie dans leur travail. Ce manque de reconnaissance est d'autant plus fort avec des dispositifs supposés innovants, souvent accompagnés de technologie et perçus par les agents de médiation comme une négation de leurs compétences professionnelles de médiation culturelle.

A propos d'un autre « dispositif numérique innovant » pour le jeune public (3-12 ans) (parcours dans une exposition accompagné d'une tablette numérique) que les médiateurs doivent présenter et animer, j'ai demandé aux enquêtés si selon eux l'activité était innovante : la majorité des visiteurs et visiteuses interrogés répond par l'affirmative, tandis que la majorité des agents de médiation répond par la négative.

Mais c'est dans les justifications qui suivent que ressortent les tensions, par exemple :

« Je trouve que tout est figé [...]. Moi en tant que médiatrice, c'est difficile d'ouvrir vers d'autres imaginaires. L'innovation, ce serait qu'il y ait encore plus de portes à ouvrir. On prend les enfants pour des débiles, un peu [...]. Tout est donné, l'imaginaire n'est pas possible. »

(Médiatrice culturelle, 25 ans)

« Oui [c'est innovant], mais sans que ce soit un point positif. C'est nouveau. Mais « innovant » pour avancer, je ne suis pas sûr. [Et] les années 60-70 étaient riches, ça a dû se passer quelque part [à cette époque-là]. »

(Médiateur culturel, 28 ans)

L'innovation est décriée notamment parce qu'elle ne permet pas d'exprimer ses compétences professionnelles.

3.3 Une réception qui reprend le cadre de production

Enfin, du point de vue des visiteurs et visiteuses, on retrouve le même fonctionnement que lors du processus de production de l'application numérique : un cadre général donne du sens à l'innovation présumée. Si du côté des professionnels c'est la « médiation numérique » qui servait de cadre, ce sont chez les usagers et usagères du musée les pratiques culturelles préexistantes qui cadrent la manière de recevoir le dispositif.

Ainsi, pour juger du caractère innovant, on compare souvent le dispositif non pas aux dernières technologies en vogue, mais à ce qui se fait habituellement de semblable au musée : visites d'expositions et audioguides. C'est pourquoi même lorsqu'il y a une volonté d'innovation de la part du musée suivie de la production d'un dispositif inédit, celui-ci peut être dans un premier temps intégré par ses utilisateurs et utilisatrices à des habitudes existantes dans l'institution.

On le voit dans ces déclarations parmi ceux qui considèrent que le dispositif est « innovant » :

« Par rapport aux vieux audioguides, oui ! »

(Responsable de formation, femme, 47 ans)

« Je vais à beaucoup d'expos, c'est la première fois que je vois ça. »

(Étudiante, 19 ans)

« [C'est une] innovation appliquée à un musée. Après, je sais pas si c'est innovant. J'ai pas assez de connaissance des applications et jeux pour savoir si c'est innovant. »

(Journaliste, femme, 32 ans)

« « Innovant », c'est « nouveau » c'est ça ? Dans le cadre d'un musée, oui, c'est nouveau. »

(Étudiante, 23 ans)

L'innovation est évaluée non pas pour elle-même mais en regard de ce qu'on suppose de l'institution et des pratiques existantes qu'elle accueille. Cela s'observe également chez les professionnel.les :

« Dans son sens technologique pur, non [ce n'est pas innovant]. Mais plus... [...] pour moi l'innovation c'est [...] c'est quand même une offre à part, intéressante par rapport au paysage muséal existant. »

(Chargée de publics, 35 ans)

Par ailleurs, quand je demande aux professionnel.les si le dispositif en question leur fait penser à quelque chose qu'on ne trouverait pas dans un musée, la plupart répond « non », ce qui indique peut-être qu'ils et elles n'arrivent pas à penser des dispositifs de musée en dehors des cadres du musée. Mais du point de vue des visiteurs et visiteuses, si l'essentiel répond que le dispositif dont ils ont fait l'expérience leur fait bien penser à quelque chose ailleurs que dans un musée, les exemples donnés sont pour l'essentiel des dispositifs culturels ou artistiques, et donc restent dans le cadre culturel du musée.

4 CONCLUSION

Le cadre institutionnel fait sens aussi bien tout au long du processus de production que lors du processus de réception. Loin de la représentation répandue d'institutions incapables d'innover, c'est-à-dire de remettre en cause des manières de fonctionner routinières, l'exemple des dispositifs numériques et ludiques de musée montre que des éléments extérieurs peuvent être intégrés à l'institution, pour peu qu'ils passent par des étapes d'adaptation et de justification.

Contrairement à ce qu'affirment les discours vantant les bienfaits du numérique au musée, l'innovation n'est donc pas une solution aux problèmes supposés de l'institution, solution qui serait empêchée d'advenir à cause de la lenteur d'un mastodonte inébranlable. Il y a bien au contraire un processus dialectique entre innovation et institution : c'est le cadre institutionnel qui permet à l'innovation d'avoir lieu. Mais ce cadre produit des innovations particulières qui donne souvent aux personnes extérieures à l'institution ce sentiment d'une lenteur institutionnelle et d'une incapacité de l'institution à innover radicalement. Une application de musée de la fin des années 2010 reste en décalage technologique avec l'ensemble des applications numériques contemporaines.

Ce cadre institutionnel permet par ailleurs de replacer les éléments de nouveauté dans le cœur de métier de l'institution : aussi bien pour les professionnel.les qui chacun à leur niveau partagent la représentation d'une institution qui les dépasse et leur impose ce cadre, que pour les usagers et usagères, présents et futurs, qui peuvent identifier à partir de ce cadre les dispositifs innovants comme faisant bien partie de l'institution : l'audioguide, parce qu'il ressemble à une visite guidée, fait bien partie du musée.

Une innovation venue d'un autre monde social, sans la médiation cadrée que produit le processus d'innovation dans l'institution, n'aboutira pas forcément car elle sortira du cadre capable de l'accueillir : c'est probablement pourquoi les innovations dans des institutions comme les musées donnent le sentiment d'un retard technologique par rapport aux usages contemporains. A l'ouverture du Mucem en 2013 par exemple, les traditionnels audioguides avaient été remplacés par des baladeurs vidéos qui diffusaient les mêmes contenus mais sous une forme audiovisuelle : ce remplacement était une tentative d'innovation par rapport aux pratiques usuelles des musées. Pourtant, ces dispositifs n'ont pas été identifiés comme remplissant la fonction des audioguides : la partie du public qui demandait systématiquement

un audioguide, habituée aux contenus sonores, n'a pas accepté les nouveaux dispositifs. Bien que la vidéo soit un médium plus répandu et usuel que l'audio en 2013, le dispositif créé sortait du cadre institutionnel du musée et a finalement été abandonné.

D'une manière plus générale, l'innovation revendiquée est souvent supposée *a priori*, avant d'avoir lieu, par le simple fait d'appliquer des éléments venant de mondes sociaux réputés plus modernes à d'autres mondes jugés archaïques. Outre le fait que la nouveauté procède souvent de la combinaison d'éléments préexistants, on ne peut réellement constater l'innovation qu'une fois qu'elle a eu lieu, notamment concernant ses usages sociaux qui supposent réceptions et adaptations par ses usagers et usagères (comme le montrent de nombreuses études de sociologie des usages). Il y a donc toujours une médiation qui transforme le geste supposé innovant en des usages pérennes, que ce soit dans une institution ou dans d'autres mondes sociaux.

Enfin, mon hypothèse est qu'à l'occasion de la production de dispositifs conçus pour être innovants, l'institution (à travers ses actrices et acteurs) définit plus explicitement ce qu'elle a toujours fait, et exprime donc à cette occasion son rôle et ses fonctions sociales. Dans le cas étudié, c'est à travers les réticences à produire un jeu vidéo et le souci que celui-ci transmette bien les contenus du musée que se révèle la manière précise par laquelle l'institution musée entend transmettre du savoir : par un rapport à ses collections et par un discours scientifique assumé par les conservateurs du musée.

Mais l'institution n'a pas pour autant un fonctionnement « normal » qui empêcherait toute innovation radicale. C'est bien l'innovation qui est en réalité le processus courant et normal : l'institution est toujours en évolution. Il y a cependant des persistances de concepts et de procédures dans certaines institutions : la culture des musées nationaux en est un bon exemple.

BIBLIOGRAPHIE

Boltanski Luc et Thévenot Laurent (1991), *De la justification : les économies de la grandeur*, Gallimard.

Dubet François (2002), *Le Déclin de l'institution*, Seuil.

Flichy Patrice (1997), « La question de la technique dans les recherches sur la communication », *Sociologie de la communication*, n°1, pages 243-270.

Jauss Hans Robert (1978), *Pour une esthétique de la réception*, Gallimard.

Latour Bruno (1989), *La science en action. Introduction à la sociologie des sciences*, La Découverte.

Sandri Eva (2016), *L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie*, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.

Star Susan Leigh et Griesemer James R. (1989), « Institutional Ecology, 'Translations' and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39 », *Social Studies of Science*, n°19, vol. 3, pages 387-420.

Stark David (2011), *The Sense of Dissonance - Accounts of Worth in Economic Life*, Princeton University Press.