

## Musées 2.0

Les musées s'approprient progressivement les technologies web 2.0, inventant des usages qui concernent l'ensemble de leurs activités. Ainsi, la Tate Modern, qui s'est associée en 2007 à Flickr pour l'exposition photographique « How We Are Now », sollicite les internautes en tant que créateurs, pour soumettre une œuvre que l'institution, après sélection, expose dans ses galeries. Au Brooklyn Museum, les contributions concernent également le commissariat d'exposition, dans le cadre de l'exposition « Click! A Crowd Curated Exhibition » (Une exposition dont la foule est le commissaire). Le processus de création collective s'étend de la production des œuvres à leur sélection, inaugurant un procédé, également collectif, d'évaluation esthétique. Ainsi, les usages de l'Internet muséal dépassent la logique d'accès aux collections, pour embrasser la production, l'évaluation, et l'appropriation de contenus par les usagers contributeurs.

Le pas vers cette interactivité de type contributif n'est toutefois pas aisé à franchir pour un secteur fondé sur une organisation centralisée et sur une conception de l'exclusivité des compétences scientifiques. De plus, les politiques des publics visent de façon privilégiée certaines catégories de publics (étudiants, professionnels et amateurs des arts et des sciences, touristes), perçus comme entretenant un dialogue privilégié avec le musée. Si le musée introduit les technologies web 2.0 dans sa gamme de services, il est conduit non seulement à penser différemment ses relations avec les publics, potentiellement contributeurs, mais également à envisager de nouveaux publics qu'il ne cerne pas encore avec précision, notamment des internautes qui ne fréquentent pas les musées.

Ce processus d'appropriation des outils contributifs, conduisant à une polyphonie des énonciations, provoque des déplacements de l'autorité de l'institution puisqu'elle est amenée à la partager avec des usagers créateurs de contenus. Le Brooklyn Museum adopte un principe de « confiance radicale »<sup>1</sup>, en accordant *a priori* le statut de contributeur et d'évaluateur légitime à la communauté en ligne. Les musées élaborent de nouveaux procédés de validation éditoriale des contenus créés par les internautes, et d'articulation de ceux-ci aux siens



propres. Ainsi, le Fine Art Museum of San Francisco modère les contenus provenant des publics, en indiquant explicitement leur provenance, de façon à gérer la cohabitation avec ceux publiés sur le site institutionnel.

Les publics-internautes peuvent également être invités à nourrir un projet d'exposition, ou à contribuer à un projet artistique, en fournissant, par exemple pour la « Galerie des citoyens » du ZKM, un autoportrait, réalisé au musée ou déposé sur Flickr.

Tout en maîtrisant les contenus qui s'y insèrent, le musée ouvre son espace de publication, et étend le rayonnement de ses ressources, par le relais des sites de partage de contenus. Le catalogue numérique « Diaspora-l'expo » du musée du quai Branly, présent sur MySpace, Dailymotion, Flickr et YouTube, diffuse certaines contributions esthétiques de l'exposition et invite les internautes à apporter leurs témoignages relatifs à la diaspora africaine. Le musée souhaite réaffirmer son engagement social et politique au cœur de la société, en perpétuant son ouverture aux publics qui s'expriment dans son enceinte, réelle ou numérique.

Avec les usages émergents du web 2.0, les musées saisissent, à des degrés divers, et avec des réponses variables, l'opportunité de faire découvrir différemment leurs ressources, pour s'ouvrir à de nouveaux publics. S'il est nécessaire de cerner les craintes de certaines institutions, inquiètes de ne pas maîtriser la participation sur des réseaux exogènes, les internautes qui fréquentent et utilisent ces outils révèlent des potentiels de participation et de contribution notables. Tout l'enjeu réside aujourd'hui dans la manière dont est pensée l'articulation entre expertises des musées et participation des publics.

Les musées conservent par ailleurs leur statut

privilegié de diffuseur légitime de contenus muséaux sur l'Internet : le besoin d'engager des relations avec une institution qui garantit la validité scientifique des données n'est en aucune manière diminué par l'abondance de contenus en ligne. Cependant, outre le fait que de véritables moyens humains et financiers sont indispensables pour la mise en œuvre de ces modalités de l'interactivité, l'institution muséale est-elle prête à engager les formations adaptées dans le secteur du patrimoine et à développer les espaces participatifs et contributifs, conduisant vers un musée 2.0 ?

**Gaëlle Crenn**

Université Nancy 2, CREM

**Geneviève Vidal**

Université Paris 13, LabSci

1. J. Spadaccini et C. Sebastian, « Radical Trust: The State of the Museum Blogosphere ». In "Museums and the Web 2007". <http://www.archimuse.com/mw2007/papers/spadaccini/spadaccini.html>

### Museum 2.0

Museums are gradually adopting Web 2.0 technology, with participatory, collaborative tools that open the door to user-created content at museum sites. Moreover, museums are venturing into the world of social networking. These developments are prompting a reassessment of the relationship between museums and their audience. The authority of the museum as an institution that houses and dispenses knowledge is showing signs of change—without, however, destroying the museum's legitimacy or undermining the relationship of trust established between a museum and the public (both visitors and non-visitors). The new forms of public participation in museum activities go beyond simple browsing of artworks; aimed at establishing a new kind of bond with the public, they are pointing the way towards the emergence of the Museum 2.0.

### Die Museen 2.0

Die Museen übernehmen schrittweise die Web 2.0 Technologien. Diese Beteiligungs- und Zusammenarbeits-tools bieten die Möglichkeit, von den Benutzern erstellte Inhalte in die Websites der Museen einzustellen. Die Museen beteiligen sich übrigens auch an den Sozialnetzen. Diese Entwicklungen haben zur Folge, dass die Beziehungen zwischen den Museen und ihrem Publikum neu überdacht werden müssen. Die Autorität des Museums als Einrichtung, die über Wissen verfügt und es weitergibt, ist im Wandel begriffen, ohne dass jedoch seine Legitimität dadurch in Frage gestellt wird oder die Vertrauensbeziehung zwischen dem Museum und seinem Publikum (Besucher oder andere) hinfällig wird. Die neuen Beteiligungsformen der Öffentlichkeit an den Aktivitäten des Museums gehen über die Anhörungslogik hinaus, fordern dazu auf, neue Beziehungen zu schaffen, und streben nach der Entstehung der Museen 2.0.