



**UNIVERSITÉ  
DE LORRAINE**

**SHS** SCIENCES  
HUMAINES &  
SOCIALES  
METZ

*L2 Information-Communication (Groupe C)*

**Devoir d'atelier d'écriture (UE 403 EC1)**

*Les musées et expositions numériques : de nouvelles propositions muséologiques ou  
simples espaces de divertissements ?*

Sous la direction d'Isabelle Gavillet

Héloïse Thomas (n°32116485)

Année universitaire  
2022-2023



*Les musées et expositions numériques : de nouvelles propositions muséologiques ou  
simples espaces de divertissements ?*

## Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier ma directrice de recherche, Isabelle Gavillet. Sa disponibilité, son écoute attentive et ses précieux conseils ont été d'une importance cruciale pour mon travail. Ses recommandations concernant la rédaction et ses suggestions d'ouvrages pertinents m'ont permis d'approfondir mes recherches et d'enrichir mes réflexions.

Je remercie également mes camarades de l'Université de Lorraine pour m'avoir aidé en m'apportant leurs connaissances personnelles sur mon sujet.

## Table des matières

<i>Introduction</i> .....	5
Contextualisation.....	5
État de l'art.....	11
Hypothèses et problématiques.....	13
<i>Bibliographie</i> .....	14
<i>Travaux/ sources/ articles cités</i> :.....	15
<i>Résumé</i> .....	16

## Introduction

### Contextualisation

Les institutions culturelles, comme les musées, n'échappent pas à l'invasion des nouvelles technologies interactives et immersives. Ces institutions ont dû s'adapter à l'ère du numérique qui a pris une place significative dans notre société. L'avènement du numérique a ouvert de nouvelles perspectives aux musées, leur permettant d'explorer des possibilités inédites en termes d'interaction, de diffusion et de préservation du patrimoine culturel. Grâce à cette transformation, les musées ont su dépasser les contraintes physiques et sont devenus des plateformes universelles, offrant un accès sans frontières à la connaissance et à l'expérience artistique.

L'ancien ministre de la Culture André Malraux, dans son ouvrage « Le Musée imaginaire » (1947), évoque le musée en ces termes : « Le musée est un lieu de contemplation où l'œuvre d'art, libérée de son contexte historique et social, devient un symbole universel, un moyen de communication directe entre l'artiste et le spectateur. » André Malraux a été nommé ministre de la Culture par le président français Charles de Gaulle le 19 juillet 1959. Il a occupé ce poste pendant 10 ans, jusqu'au 24 août 1969. Pendant son mandat, André Malraux a joué un rôle majeur dans la promotion des arts et de la culture en France, mettant en place des politiques de préservation du patrimoine, soutenant les arts visuels comme le théâtre, la musique et la littérature, contribuant également à la création de nouveaux musées tels que le Musée national d'art moderne et le Musée d'Orsay à Paris lequel est aujourd'hui un des lieux les plus visités de France attirant chaque année plus d'un million de visiteurs. Dans cette citation, André Malraux souligne l'importance fondamentale des musées en tant que médiateurs culturels, offrant aux visiteurs une expérience unique qui leur permet de découvrir et d'apprécier le pouvoir émotionnel et intellectuel de l'art. Selon le Ministère de la Culture<sup>1</sup>, l'origine du mot « musée » remonte à l'antiquité classique : du grec « museion », temple des Muses. La définition moderne du mot est : « collection d'œuvres exposée au public ». À l'origine, ces lieux étaient réservés à une élite restreinte, principalement composée de la noblesse et de la haute société. Les premiers musées étaient généralement des collections privées rassemblées par des rois, des princes, des nobles ou des hommes fortunés et éduqués qui y exposaient des peintures, des sculptures, des estampes, des pièces de monnaie, des médailles, des bijoux et d'autres œuvres artistiques de valeur. Ces œuvres étaient principalement conservées dans des cabinets de curiosité ou des salles dédiées ayant pour but de mettre en valeur la richesse, le raffinement et le savoir des propriétaires. Cependant, après des années, l'idée d'ouvrir ces collections au grand public a émergé. Les musées ont commencé à se transformer en institutions publiques au XVIIIème siècle, ouvrant leurs portes à un public plus large, de tout

---

<sup>1</sup> Article « Un peu d'histoire », dans la rubrique « Les musées en France » sur le site Internet du Ministère de la Culture

horizon, qui cherche à s'éduquer, s'inspirer et à se divertir. Cette évolution a conduit à l'émergence des musées comme celui du Louvre à Paris, qui, à partir de 1793, s'est ouvert au public, offrant ainsi un accès général et démocratisé aux œuvres d'art et à d'autres propositions culturelles.

Depuis l'ouverture des premiers musées au public, ces institutions ont dû s'adapter pour répondre aux attentes d'une société de plus en plus connectée, offrant ainsi de nouvelles expériences interactives et virtuelles à leurs visiteurs. L'apparition du numérique avec notamment l'émergence du concept de « Web 2.0 », a marqué un tournant significatif dans notre société. Dans son article « *What is Web 2.0* » (2005), Tim O'Reilly<sup>2</sup> formalise et popularise ce terme de web 2.0 comme un « Internet axé sur les services et la collaboration, où les utilisateurs jouent un rôle actif dans la création et le partage de contenu ». Cette citation témoigne d'une transition du Web statique et centré sur la consultation d'informations vers un Web interactif et participatif. Désormais, l'écriture sur le web sera démocratisée, on ne se contentera plus de lire les informations en ligne, on pourra en produire. Parmi les développements importants, on peut mentionner l'apparition de plateformes de médias sociaux, de blogs, de wikis<sup>3</sup> et d'autres plateformes sur Internet, qui offrent aux utilisateurs la possibilité de créer, partager et collaborer sur du contenu en ligne. Cette rupture du Web a eu un impact significatif sur notre façon d'utiliser Internet et d'interagir avec le monde qui nous entoure. Elle a favorisé une participation importante des internautes, une personnalisation poussée de l'expérience en ligne, ainsi que des possibilités de collaboration et de partage de connaissances facilitées.

Mais ces importantes avancées ont aussi permis une nouvelle opportunité pour les musées et les institutions culturelles d'interagir avec leur public d'une manière plus dynamique, plus directe, mais également de partager du contenu et d'encourager la participation des utilisateurs grâce à des outils et des plateformes interactives. Cette participation peut se faire par le biais des réseaux sociaux en partageant leurs expériences, leurs photos, leurs avis avec des *hashtags*<sup>4</sup> par exemple, mais également des forums de discussions en ligne où les internautes peuvent poser des questions, discuter, partager des connaissances avec d'autres passionnés d'art. Pour encourager cette participation du public face aux institutions culturelles comme les musées, des outils interactifs en ligne se sont développés comme des visites virtuelles, des jeux éducatifs, des quizz ou des applications mobiles qui permettent aux utilisateurs d'explorer et d'interagir avec les collections du musée de manière ludique et éducative. La mise en place de cette nouvelle approche muséologique est une conséquence directe de

---

<sup>2</sup> Tim O'Reilly est un entrepreneur et essayiste irlandais, fondateur de la maison d'édition O'Reilly Media, spécialisée dans l'informatique

<sup>3</sup> Un wiki est une application web qui permet la création, la modification et l'illustration collaborative de pages à l'intérieur d'un site web

<sup>4</sup> Le but d'un hashtag est de classer les publications par catégories ce qui facilite les recherches

la période de pandémie en 2020 que nous avons tous vécue, entraînant une fermeture immédiate des musées et d'autres institutions culturelles.

Selon l'UNESCO<sup>5</sup> (Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture), en 2020, plus de 85 000 musées, soit environ 90% des établissements dans le monde ont été affectés par des fermetures temporaires, dans le cadre des mesures prises pour lutter contre la COVID-19. Ainsi, cette période a incité les musées à mettre en place des initiatives numériques afin de permettre aux visiteurs de poursuivre leur découverte des collections depuis leur domicile. Selon le Ministère de la Culture<sup>6</sup>, les musées auraient réussi à garder le lien avec les publics pendant cette période. De nombreux musées auraient « immédiatement valorisé leur offre numérique pour maintenir l'accès à la culture ». En effet, à titre d'exemple, le Ministère de la Culture indique que le site Internet du Louvre a connu 8,4 millions de visites entre le 12 mars et le 21 avril 2020. De même, l'exposition virtuelle « Les femmes artistes sortent de leur réserve » a vu ses visites augmenter de près de 4000%. Ces statistiques illustrent un véritable engouement pour les musées pendant la période de confinement. Cependant, quels ont été les moyens mis en place par les musées pour rester pertinents? Certains musées ont usé du numérique pour continuer de faire vivre ces lieux culturels comme le château de Versailles qui a su développer une présence numérique dynamique. Ce château faisant plus de huit à dix millions de visiteurs par an, a su s'adapter à la pandémie du COVID-19 avec de nombreux outils interactifs en ligne. Il a été proposé des visites virtuelles permettant aux internautes d'explorer les salles emblématiques du château, notamment la Galerie des Glaces, les grands appartements royaux et les jardins de Versailles. Ainsi, les visiteurs peuvent se déplacer librement dans les différentes pièces et admirer les détails architecturaux et les œuvres d'art. De plus, le musée de Versailles propose une application mobile pour permettre aux utilisateurs d'accéder à des informations détaillées sur les œuvres, les lieux et l'histoire du château. L'application offre également des parcours thématiques, des audioguides et des contenus multimédias pour enrichir l'expérience de visite. Pour finir, le musée de Versailles est très actif sur leurs réseaux sociaux tel que Facebook, Twitter et Instagram. Ils partagent les actualités, les événements à venir, mais aussi des anecdotes historiques et des vidéos pour engager la communauté en ligne. Ces initiatives numériques ont permis pendant le confinement, et encore aujourd'hui, d'offrir aux visiteurs du monde entier la possibilité de découvrir virtuellement ce lieu emblématique et d'approfondir leurs connaissances historiques.

---

<sup>5</sup> Rapport de l'UNESCO en mai 2020, site Internet officiel : « Les musées dans le monde face à la pandémie de COVID-19 »

<sup>6</sup> Article sur leur site officiel : « Succès pour les collections en ligne des musées durant le confinement », 2020

Ces outils numériques ont connu une expansion au cours de la période de la pandémie, mais émergent depuis près de vingt ans. Se sont développées depuis ces années deux types de technologies : les technologies multimédias d'une part, et les technologies immersives, d'autre part. Dans la première catégorie, on retrouve les bornes interactives, les écrans tactiles, les audio guides, les projections cinématographiques ou encore des applications mobiles pour les visites. Certaines d'entre-elles existent depuis les années 1990 avec les audioguides qui servaient d'instrument de diffusion de contenus et marquaient d'une certaine façon le rythme et le temps de la visite. La seconde catégorie comprend les équipements technologiques utilisés dans le cadre de la muséographie immersive, où le visiteur est au cœur du dispositif et en devient même l'acteur principal.

Cette adaptation des institutions culturelles est due à de nombreux changements dans notre société. L'évolution des attentes du public a considérablement changé depuis quelques années, ces derniers étant en quête d'expériences plus interactives, personnalisées et immersives. Certains musées répondent à ces demandes en offrant des interactions dynamiques en permettant aux visiteurs de devenir des réels acteurs de leur visite. L'évolution des technologies a entraîné cet élan d'adaptation en rendant les expositions plus interactives et plus vivantes. Néanmoins il faut souligner un marqueur important de ces changements de proposition de ces institutions qui est la baisse de fréquentation muséale des jeunes. En effet, dans l'ouvrage « Les adolescents et les musées » (2013), Noëlle Timbart nous informe : « Les professionnels de musées se représentent les adolescents comme un public exigeant, extrêmement versatile dans ses goûts, peu intéressé par les musées qu'il juge trop désuets et peu en lien avec ses centres d'intérêt. » Elle rapporte également une étude menée auprès de 109 professionnels de musées d'art<sup>7</sup>, d'histoire et de société mais aussi de sciences en France citant : « il apparaît que ces professionnels ressentent une grande difficulté à attirer et à retenir les adolescents au musée. » Dans son ouvrage, Noëlle Timbart va apporter une réflexion sur la manière dont les musées pourraient au mieux répondre aux besoins et aux attentes des adolescents en apportant des pistes pour favoriser leur engagement. Une de ces pistes serait qu'effectivement, les musées explorent les outils numériques pour engager un public plus large.

Le numérique et les musées interactifs seraient alors une des solutions pour permettre à un plus grand nombre de s'intéresser à la pratique muséologique. À titre d'exemple, l'Atelier des Lumières, un musée interactif renommé, accueille chaque année plus de 60 000 visiteurs par an depuis 2018, et ce nombre ne cesse de croître. Ces chiffres soulèvent des interrogations concernant la nature de l'expérience offerte par l'Atelier des Lumières et sur ce qui y est représenté. Créé en 2018, l'Atelier

---

<sup>7</sup> Timbart N., Les adolescents et les musées : état des lieux et perspective, thèse de doctorat de muséologie, sous la direction de Y. Girault, Muséum national d'histoire naturelle, Paris, 2007.

des Lumières est un lieu d'exposition artistique situé à Paris. Dans cette ancienne fonderie, le musée propose des expositions immersives qui projettent des milliers d'images numérisées inspirées des plus grands tableaux d'artistes reconnus. Sur leur site Internet est même inscrit : « Vivez une expérience unique, explorez des univers sans limite, laissez-vous porter au cœur de l'Art. » Le musée a réussi à transformer l'espace en véritable œuvres d'arts mouvantes avec des projections diffusées sur les sols, les murs et les plafonds, le tout accompagné d'un visuel sonore unique. Cette bâtisse présente des expositions qui mettent en avant des artistes renommés tels que Vincent Van Gogh, Gustav Klimt, Claude Monet etc... Ce musée ne cesse de gagner en popularité attirant un large public : des amateurs d'art, des familles, des touristes et des curieux. Selon Bruno Monnier<sup>8</sup>: « Le rôle d'un centre d'art est de décloisonner, et c'est pourquoi le numérique doit prendre sa place dans les expositions du XXIème siècle. Mis au service de la création, il devient un formidable vecteur de diffusion, capable de créer des passerelles entre les époques, de faire vibrer les pratiques artistiques et culturelles, d'amplifier les émotions, de toucher le plus grand nombre. »

Cette étude de cas nous amène à nous questionner sur le concept de « musée/exposition numérique ». Un musée/exposition numérique est un type de musée ou d'exposition qui utilise la technologie numérique pour offrir une expérience immersive, interactive aux visiteurs. A la différence d'un musée dit « traditionnel », qui expose des objets physiques, les musées/expositions numériques utilisent souvent des dispositifs interactifs tels que des écrans tactiles, des projections vidéo, des casques de réalité virtuelle et des installations sonores pour permettre aux visiteurs d'explorer des collections d'art, des expositions scientifiques, des événements historiques, des phénomènes naturels... Ces musées/expositions numériques offrent de nouvelles possibilités de médiation culturelle, en rendant l'art et la culture plus accessibles, en favorisant l'engagement du public et en créant des expériences plus participatives, captivantes et dynamiques. Ils représentent une évolution significative dans la manière dont nous pouvons découvrir et interagir avec l'art et le patrimoine culturel à l'ère du numérique. Selon Raymond Montpetit<sup>9</sup>, avec ces musées « on ne cherche plus à expliquer, à transmettre, mais à faire vivre. »

Cependant, malgré la popularité de ces musées/ expositions numériques, ce sujet suscite des opinions divergentes. En effet, pour certains ces lieux sont des véritables lieux d'*edutainment*<sup>10</sup>, mais pour d'autres ce n'est qu'un simple lieu d'amusement et voir même d'une disneylandisation de la culture. Ces deux concepts seront cruciaux dans le développement de mon sujet, mais il est essentiel de les

---

<sup>8</sup> Bruno Monnier est le président-fondateur du groupe privé Culturespaces assurant la gestion de monuments historiques et musées, la création de centres d'art et l'organisation d'expositions temporaires et numériques immersives

<sup>9</sup> Raymond Montpetit est un muséologue, historien d'art et de la culture

<sup>10</sup> Mélange des mots « éducation » et « divertissement » et qui en anglais donne « *edutainment* »

définir en premier lieu. Le terme d'*edutainment* est un mot-valise d'origine anglo-saxonne composé sur la base des mots « *education* » (éducation) et « *entertainment* » (divertissement). *L'edutainment* désigne la démarche marketing qui consiste à introduire du divertissement et du ludique dans une activité culturelle ou à dimension pédagogique et/ou éducative. Mathilde Pulh et Rémi Mencarelli <sup>11</sup> (2012) observent sur ce sujet : « L'avènement de ce nouveau secteur intermédiaire ainsi que la tendance des musées à développer des logiques *d'edutainment* ont contribué ainsi à dépasser les frontières mêmes du secteur muséal. » Ces auteurs font référence à d'une part l'événement d'un nouveau secteur intermédiaire, et d'une autre part la tendance des musées à adopter des approches basées sur *l'edutainment*. Le nouveau secteur intermédiaire représente l'émergence d'un domaine qui se situe entre les secteurs traditionnels de l'éducation et de l'éducation et du divertissement. Cela va donc produire des nouveaux éléments éducatifs et des éléments de divertissement, en créant des produits ou des expériences qui sont à la fois instructifs et amusants. Ces auteurs font le lien entre cette notion et les musées qui sont les premiers à mélanger éducation et divertissement permettant d'offrir une expérience plus attrayante et engageante aux visiteurs en utilisant des méthodes interactives telles que des jeux, des simulations, des activités multimédias... En adoptant cette approche, les musées cherchent à élargir leur public, en particulier les jeunes générations qui sont moins présentes dans les musées traditionnels. Pour étayer mes propos, nous pouvons prendre l'exemple de l'exposition numérique « *Cosmic Adventure*<sup>12</sup> » au Planétarium de Montréal qui propose une expérience immersive où les visiteurs peuvent explorer l'univers et en apprendre davantage sur les différentes planètes, les étoiles et les phénomènes célestes. Elle utilise des outils numériques tels que des projections en 3D, des jeux, des animations et des simulations pour rendre l'apprentissage de l'astronomie ludique et captivant, avec un mélange d'éducation et de divertissement. Cet exemple nous prouve que les musées ne se limitent plus seulement à préserver et exposer des collections, mais qu'ils s'engagent également dans des pratiques éducatives innovantes et divertissantes qui dépassent le cadre muséal traditionnel.

À l'inverse, certaines personnes considèrent ces musées/expositions numériques comme unique lieu de divertissement, allant même jusqu'à les qualifier de « disneylandisation de la culture. » Cependant, quelle est la signification de ce terme ? Cette notion a été, entre autres, analysée par le sociologue américain George Ritzer<sup>13</sup> et fait référence à la transformation de la culture en un produit commercial et accessible au plus grand nombre, souvent de manière simplifiée, standardisée ou stéréotypée. Pour approfondir mes propos, ce terme fait référence à une critique selon laquelle les lieux culturels et

---

<sup>11</sup> Mathilde Pulh et Rémi Mencarelli sont tous les deux maîtres de conférences en Sciences de Gestion

<sup>12</sup> Terme signifiant « Aventure cosmique » en français (traduit par mes soins)

<sup>13</sup> George Ritzer est un sociologue américain connu pour sa thèse sur « la McDonaldisation » mais a également travaillé sur la disneylandisation de la culture

patrimoniaux adoptent de plus en plus des caractéristiques d'un parc d'attraction mettant en avant le divertissement et la commercialisation au détriment de l'authenticité et de la valeur culturelle. Cette idée est directement inspirée du parc d'attraction « Disneyland Paris » qui, en 2022, révélait avoir réalisé un bénéfice d'exploitation de 51 millions de dollars soit 47 millions<sup>14</sup> d'euros pour un chiffre d'affaire record de 2,6 milliards de dollars (2,4 milliards d'euros). Ce parc à thème est dans la continuité de nos propos car il peut être perçu comme une simplification ou une dénaturation de la culture. Alors, pour certains, des musées actuels adopteraient parfois des stratégies similaires en privilégiant les attractions interactives, les expositions spectaculaires et le divertissement avant même la préservation du patrimoine culturel. Déjà en 1970, le sociologue français Jean Baudrillard<sup>15</sup> dans son ouvrage « La société de consommation » critiquait la transformation des musées en « espaces de divertissement, où l'expérience immersive et l'aspect commercial prévalent sur la contemplation et la compréhension profonde de l'art de la culture. » Selon lui, les musées deviennent des reproductions artificielles et simplifiées de la réalité culturelle, perdant ainsi leur authenticité et leur sens originel. Cette perspective souligne le conflit entre la volonté de rendre la culture plus accessible et la nécessité de préserver l'intégrité et la valeur intrinsèque des objets culturels présentés dans les musées.

## État de l'art

Cette partie consacrée à l'état de l'art nous permet de contextualiser l'état actuel des connaissances et des lacunes sur le thème des musées et expositions numériques. Pour prolonger mes idées, je me suis appuyée sur différents ouvrages qui vont me guider tout au long de mon développement. Pour ma charte rédactionnelle, l'ouvrage « Les imaginaires numériques au musée ? Débats sur les injonctions à l'innovation » de Eva Sandri<sup>16</sup> (2020) m'a beaucoup aidé et inspiré concernant les défis auxquels les musées contemporains font face en matière d'intégration de technologies numériques dans leurs pratiques et dans leurs expositions. L'auteure va réfléchir aux enjeux ethniques et culturels liés à l'utilisation de la technologie dans les musées. Dans cet ouvrage, les tensions entre les attentes de la société et les réalités pratiques auxquelles les musées sont confrontés lorsqu'ils intègrent des technologies numériques vont être mis en lumière. De plus, Eva Sandri évoque les tensions entre divertissement et éducation dans les musées numériques qui provoquent des préoccupations quant à la diminution de la dimension éducative et à une perte dans la transmission des connaissances ; ce qui m'aidera à développer ma notion *d'edutainment*. J'ai également poursuivi mes travaux en m'appuyant sur l'ouvrage « Musée et numérique, enjeux et mutations » (2014) de Florence Andreacola,

---

<sup>14</sup> Selon Euro Disney, sur le site Internet Disneyphile

<sup>15</sup> Jean Baudrillard est un sociologue français, théoricien de la société contemporaine connu pour ses analyses des modes de médiation

<sup>16</sup> Eva Sandri est maître de conférence en Sciences humaines et sociales à l'Université à Montpellier

chercheuse et enseignante française spécialisée dans le domaine de la muséologie et des technologies numériques appliqués aux musées. Dans son ouvrage, l'auteure va s'exprimer sur les différents enjeux de l'utilisation des technologies numériques dans les musées et les expositions. Florence Andreacola développe la transformation des pratiques muséales induites par l'innovation technologique et numérique où elle n'hésite pas à rappeler son importance et les enjeux que cela suscite. Son étude m'a permis d'acquérir des connaissances prolongées sur les implications du numérique dans le domaine muséal. Ces deux ouvrages ont occupé une majeure partie de ma réflexion, néanmoins, pour étayer certains de mes propos je me suis appuyée sur différents ouvrages de niche.

Pour pouvoir approfondir le contexte historique de mon sujet, l'ouvrage « Une histoire des musées de France » (2008) de Dominique Poulot<sup>17</sup> m'a beaucoup aidé. Dans son livre, l'auteur explore l'évolution des musées en France sur une période allant du XVIIIème siècle au XXème siècle. Il met en avant l'évolution, les transformations et les défis au cours des siècles. Je me suis également intéressée à l'ouvrage « La stratégie de communication de l'éducation par le divertissement : une autre manière d'apprendre » (2015) de Jesús Arroyaves<sup>18</sup> qui explore l'utilisation du divertissement comme outil pédagogique dans le domaine de l'éducation, stimulant la curiosité, suscitant l'émotion, favorisant l'interaction et encourageant la participation active des visiteurs. C'est ce que l'auteur exprime précisément avec cette notion de l'éducation par le divertissement qui rentre dans l'explication de mon étude sur la notion « *d'edutainment* ». Pour opposer ce terme, j'ai choisi de développer celui de la disneylandisation avec l'aide de l'ouvrage « La planète disneylandisée : chronique d'un tour du monde » (2006) de Sylvie Brunel<sup>19</sup> qui examine comment la marque Disney a réussi à étendre son empreinte et à modeler les représentations culturelles, les espaces urbains et les expériences touristiques. L'auteure met en évidence les conséquences économiques, sociales et culturelles de cette disneylandisation globale. Les liens entre son ouvrage sur la disneylandisation et mon sujet des musées numériques sont : la commercialisation des produits de divertissement et l'expérience spectaculaire qui permet d'attirer un large public. Pour terminer mon état de l'art, et pour aller plus loin dans mes lectures, j'ai établi un lien entre l'ouvrage « Le meilleur des mondes » (1932) de Aldous Huxley<sup>20</sup> et mon sujet des musées numériques. Bien que ce livre fût écrit en 1931 (et paru en 1932), l'auteur nous invite à la réflexion dans son roman d'anticipation dystopique. Il explore un futur presque apocalyptique, cauchemardesque où la société est régie par le contrôle totalitaire et la manipulation des individus pour vivre dans une harmonie artificielle et une conformité totale. Dans ce livre, Aldous Huxley traite les thèmes de liberté individuelle, de bonheur, de technologie et de

---

<sup>17</sup> Dominique Poulot est un historien français, spécialisé dans l'histoire du patrimoine et des musées

<sup>18</sup> Jesús Arroyave est un professeur et directeur de l'École de Communication de l'Université del Norte de Barranquilla en Colombie

<sup>19</sup> Sylvie Brunel est une géographe française

<sup>20</sup> Aldous Huxley est un écrivain, romancier et philosophe britannique

pouvoir. Concernant le sujet des musées numériques, nous pouvons faire un parallèle car la thématique artistique est mise au second plan, voir supprimée. Les individus sont conditionnés à privilégier les plaisirs immédiats et les divertissements superficiels plutôt que de s'engager dans des formes d'expression artistique plus profondes. Dans son ouvrage « Le meilleur des mondes », Aldous Huxley met en évidence les dangers d'une société où l'art est relégué au statut de simple divertissement, privant les individus de leur capacité à apprécier la beauté, à remettre en question les normes établies et à nourrir leur esprit critique. Les personnages dans ce roman sont réduits à consommer seulement de l'art réduit à un produit commercialisé et dépourvu de sa signification profonde. Avec le divertissement de masse, les individus ne se préoccuperaient plus des questions existentielles et de la créativité artistique.

## Hypothèses et problématiques

Au cours de cette introduction, nous avons pu constater la place prépondérante du numérique dans les musées entraînant des enjeux primordiaux pour ces institutions qui doivent s'adapter à cette nouvelle réalité. L'arrivée du Web 2.0 a entraîné un Web plus participatif pour les utilisateurs qui ne se contenteraient plus de lire les informations en ligne, mais qui pourront en produire. La pandémie en 2020 a poussé les musées à se surpasser pour rester pertinents et dynamiques tout au long de cette période de confinement. À travers des études de cas, nous avons constaté que des outils numériques ont été mis en place pour satisfaire les attentes d'un public toujours plus demandeur de nouvelles expériences immersives et interactives qui va au-delà de la simple contemplation d'œuvres d'art ou d'objets historiques. Ces évolutions ont suscité une véritable division au sein de la société entre d'un côté les partisans de l'edutainment, qui voient en ces musées une forme d'éducation divertissante, et d'un autre, ceux qui considèrent ces institutions comme une simple forme de divertissement et une disneylandisation de la culture.

En analysant les différents aspects abordés jusqu'à présent, il devient évident que l'évolution des musées vers des formes numériques et interactives suscite des débats et des réflexions quant à leur impact sur la transmission des connaissances, l'expérience des visiteurs et l'intégrité des objets culturels. Face à ces questionnements, il est primordial de se pencher sur la problématique suivante : Les musées et expositions numériques : de nouvelles propositions muséologiques ou simples espaces de divertissements ?

De cette problématique découle diverses interrogations : quelle a été la place des musées jusqu'au XXème siècle ? Comment l'arrivée du numérique et notamment du Web 2.0 a transformé les pratiques muséales ? Quels ont-été les outils technologiques mis en place dès le début de cette arrivée ? Sont-ils toujours d'actualité ? Se sont-ils développés ? Quelle trace a laissé la rupture entre le Web et le Web 2.0, dans notre société ? L'arrivée de la pandémie du COVID-19 a-t-elle eu un impact sur les institutions culturelles ? Le confinement a-t-il mis en cause leur attractivité ? L'après COVID-19 témoigne d'une augmentation ou d'une baisse de visiteurs ? Si baisse il y a, quelles solutions les musées ont-ils trouvé pour augmenter leurs visites ? Quels types de public visent-ils dès à présent ? Ces hypothèses de contexte peuvent alimenter ma réflexion sur ces questions : Que signifient les musées/ expositions numériques ? En quoi consistent-ils ? Sont-ils mondialement accessibles ? Rassemblent-ils un public plus large ? Quels sont leurs objectifs ? Proposent-ils toute la même expérience ? Comment en est-on arrivé à devoir considérer ces espaces comme des musées ? Nous pouvons conclure nos hypothèses en nous demandant si finalement, ces lieux numériques sont de simples lieux de divertissement ou alors sont-ils de nouvelles approches muséales ?

### Bibliographie

Andreacola, F. (2014). *Musée et numérique, enjeux et mutation*.

Arroyaves, J. (2015). *La stratégie de communication de l'éducation par le divertissement : une autre manière d'apprendre*.

Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation*.

Brunel, S. (2006). *La planète disneylandisée : chroniques d'un tour du monde*.

Godin, C. (2011). *La disneylandisation du monde*.

Huxley, A. (1932). *Le meilleur des mondes*.

Malraux, A. (1947). *Le musée imaginaire*.

Mencarelli, M. P. (2012). *Web 2.0 et musées - Les nouveaux visages du visiteur*.

O'Reilly, T. (2005). *What is Web 2.0 ?*

Poulot, D. (2008). *Une histoire des musées de France*.

Sendri, E. (2020). *Les imaginaires numériques au musée ? Débats sur les injonctions à l'innovation*.

Timbart, N. (2013). *Les adolescents et les musées*.

Travaux/ sources/ articles cités :

Andréa Melin, Yohana Figueroa et Lou De Mattos (2019). *Quelle(s) expérience(s) les spectateurs retiennent-ils des expositions numériques immersives ?* (À consulter sur le site « Les mondes numériques »)

Article du site Internet Disneyphile (2023). « Disneyland Paris affiche un chiffre d'affaires record en 2022 » (À consulter sur leur site Internet)

Article en ligne du Ministère de la Culture (2020). « Succès pour les collections en ligne des musées durant le confinement » (À consulter sur le site Internet officiel du Ministère de la Culture dans la rubrique « musées », « actualités »)

Article en ligne du Ministère de la Culture. *Un peu d'histoire* (À consulter sur le site Internet officiel du Ministère de la Culture dans la rubrique « musées », « les musées en France »)

Atelier des lumières. Site Internet officiel du musée de l'Atelier des lumières

Château de Versailles. Site Internet officiel du château de Versailles (À consulter sur le site Internet officiel dans la rubrique « Numérique »)

Maryse Rizza (2016). *La numérisation du dossier d'œuvre : enjeux organisationnels pour les musées* (À consulter sur le site Internet HAL, sciences ouvertes dans la catégorie « @SIC »)

UNESCO (2020). *Les musées dans le monde face à la pandémie de COVID-19* (À consulter sur le site Internet officiel de l'UNESCO)

## Résumé :

Cette introduction de mémoire permet de mettre en lumière les enjeux des musées dans notre société actuelle.

L'arrivée du numérique a considérablement changé les attentes du public, toujours plus en quête de nouvelles expériences immersives.

À travers ce travail, j'ai pu mettre en évidence l'adaptation des musées aux nouvelles technologies, se manifestant par l'émergence d'outils technologiques innovants et de nouvelles approches muséales.

Cette réflexion m'amène également à questionner si les musées et les expositions numériques représentent véritablement une proposition muséologique ou s'ils se réduisent simplement à des espaces de divertissement.

Devoir d'atelier d'écriture (UE 403 EC1)

*Les musées et expositions numériques : de nouvelles propositions muséologiques ou simples espaces de divertissements ?*

Sous la direction d'Isabelle Gavillet



UNIVERSITÉ  
DE LORRAINE

SHS  
SCIENCES  
HUMANES &  
SOCIALES  
METZ

THOMAS Héloïse, Groupe C (n°32116485)