

## Une méthode pour repenser la relation d'un musée à son public : le cas Museomix

“Comment repenser les relations au public, attirer de nouveaux publics, réinventer et vivre autrement le musée” ? L’attractivité de nouveaux dispositifs doit être forte dans le but de conforter la relation entre le(s) public(s) et le Musée. Museomix s’est constitué en tant que groupe de personnes intéressé par des musées plus évolutifs et en tant que méthode participative pour proposer en un temps très court des prototypes muséaux innovants. La captation d’images effectuée durant toute l’expérimentation Museomix en novembre 2013 à Grenoble livre des bouts de réponses à ces questions et permet d’évaluer, par une médiation visuelle et sensorielle (liée à la présence de la caméra), une partie de l’expérience vécue par les publics visiteurs ainsi que de l’immersion d’une organisation dans une autre. Car au-delà de la fonctionnalité de l’évaluation, ce travail est l’occasion d’interroger aussi en termes méthodologiques une pratique de recherche (recherche-action) au sein des sciences de l’information et de la communication.

### *Museomix et la demande des musées*

Museomix est un regroupement de personnes intéressées par l’évolution des Musées. Ces personnes contribuent à des opérations très concrètes pour proposer aux responsables des musées des contenus muséographiques innovants, en particulier des dispositifs intégrant des technologies numériques.

Ce regroupement se présente lui-même comme une « communauté » ouverte dans son discours de légitimation. « Museomix est avant tout une communauté d’individus qui y trouvent un intérêt collectif à ce qu’elle perdure et à ce qu’il y ait de nouvelles personnes impliquées » indique le site institutionnel<sup>1</sup>. La partie *a-propos* du site ne présente pas de mentions sur la structure juridique alors que des financements publics sont attribués pour les opérations sur le terrain. Le site, dans les pages *Qui sommes nous ?*, intègre des contenus sur les « contributeurs » et les « fondateurs »<sup>2</sup>. Erasmé, « Living lab du Département du Rhône » intéressé par les nouveaux usages du numérique au Musée, constitue un acteur influant dans Museomix. Pour les « contributeurs », il n’y a aucune information claire, conventionnelle et facile d’accès présentant les responsables. Seuls des liens interactifs sont proposés pour une navigation sur Internet, laissant supposer une démarche spécifique pour sortir du statut de profane vers celui d’initié en tant que demandeur d’informations sur la communauté.

Les musées sont contraints d’évoluer dans l’offre de contenus et dans la relation qu’ils entretiennent avec le public. Les raisons sont nombreuses qui expliquent cette évolution. Parmi elles, on trouve la concurrence des parcs de loisirs et leur accès simplifié ludique et sensoriel à l’histoire et aux cultures (Ex. : Parc Astérix) et la diminution des financements publics et privés qui obligent les musées à atteindre un niveau de fréquentation suffisant pour pérenniser leur existence (Schall, Davallon, Vilatte, 2006). Le développement de l’art contemporain est également un facteur d’évolution puisqu’au-delà de la légitimation des œuvres, il diffuse un type de relation à l’œuvre moins contemplatif et plus interactif (Fourmentraux, 2007). Enfin, la multiplication de l’offre socio-technique de nouvelles technologies de la communication en dehors du monde muséal (écrans tactiles ; dispositifs interactifs ; mondes immersifs) incite les

<sup>1</sup> <http://www.museomix.org>, consulté le 14 avril 2014

<sup>2</sup> Samuel Bausson, Julien Dorra en tant que personnes et Nod-A, Buzzeum et Erasmé en tant que personnes morales

musées à proposer davantage des œuvres et des objets numériques mais aussi des modes d'exposition technologiques de contenus non numériques (ex. : bornes interactives avec capteurs sensoriels).

Dans sa démarche, Museomix propose depuis 2011 que des musées soient candidats à une opération de 3 jours complétée par une journée ouverte au public. L'édition d'octobre 2012 pour « remixer » le musée Gallo-Romain de Lyon Fourvière a donné un retour d'expérience analytique présenté dans des rapports<sup>3</sup>. Les propositions finales innovantes, de nature prototypique, peuvent être retenues par les responsables des musées pour un développement définitif et une installation dans le musée.

En 2013, six musées ont été choisis pour une édition simultanée au Canada, au Royaume-Uni et en France. Le Musée Dauphinois de Grenoble, terrain de la recherche présentée dans cet article, en fait partie. A Grenoble, les 56 volontaires « museomixers » sont réunis en 8 équipes de 7 personnes aidés par un « facilitateur » lui aussi sélectionné. Ces volontaires sélectionnés par l'équipe Museomix ont candidaté et ont accepté gratuitement de participer. Le Musée Dauphinois est fermé au public pendant trois jours et chaque museomixer reste sur place de 8 heures à minuit environ. L'équipe Museomix avec le personnel du Musée fournit aux volontaires tout le nécessaire pour une restauration complète. Le Musée dégage des espaces de travail dans les limites des œuvres installées pour le public. Sept profils différents sont prévus pour chaque équipe afin d'avoir une polyvalence de compétences : communication-diffusion ; expertise des contenus ; médiation - interactions - usages ; codeur ; fabrication ; graphisme ; personnel des musées.

Les 8 équipes de museomixers et facilitateurs sont entourées par plusieurs catégories d'accompagnants.

1. Les gestionnaires de l'événement selon les principes véhiculés par Museomix :
  - Les « co-organisateurs » (garants de la bonne organisation)
  - Les « ingénieurs » (perspectives d'usage)
  - Les « sages » (ressources documentaires)
2. Les prestataires matériels et technologiques qui permettent par leurs compétences et le matériel mis à disposition de réaliser des prototypes d'un niveau élevé en peu de temps :
  - Le pôle Ressources/Contenu en lien avec les thématiques muséales
  - La Tech-shop pour les solutions techniques
  - Le Fablab - CCSTI de La Casemate-, géographiquement proche du Musée, qui assiste la démarche (Ex : prêt d'une imprimante 3D)
  - Les autres acteurs : le personnel du musée (sécurité ; repas), des personnels divers disponibles (ex : informaticiens du Conseil Général)...
3. Les personnes chargées de la communication interne et externe, audio-visuelle et réseaux entre les différents musées : « Mixroom », studio d'une télévision de Rhône-Alpes...

Ainsi le nombre total des personnes impliquées du 8 au 11 novembre 2013 est d'environ 140 personnes soit un nombre supérieur d'accompagnants (84) par rapport aux museomixers (56).

---

<sup>3</sup> Museomix 2012 vu par les personnels du musée Gallo-Romain Lyon-Fourvière, Rapport d'analyse Casals J. – Nova7, Fév 2013

Museomix 2012, Etude de réception auprès des visiteurs du musée Lyon-Fourvière, Candito N., Musée des confluences Boury M., Hooge E., Zaragori Q.-Nova7, Fév 2013

## *De l'évaluation à la réception par le public*

Dans ce contexte de demande accrue de modernisation par les musées, Museomix s'est développé en tant que groupe de personnes intéressées par des musées plus évolutifs et en tant que méthode dite participative pour proposer en un temps très court des prototypes muséaux innovants. Parmi les « missions » de Museomix<sup>4</sup>, il est à retenir celle-ci : « Diffuser librement. Nous diffusons les projets, les technologies, et les contenus qui font avancer la vision d'un musée ouvert, vivant et en réseau. Nous favorisons pour cela les licences libres et ouvertes ». Les concepteurs de cette méthode sont manifestement inspirés par les principes des laboratoires d'usages (Living Lab), ce qui positionne Museomix au carrefour du monde de la recherche et des acteurs économiques et sociaux, sans affirmation clairement affichée de concepts et de références partagées dans la communauté des sciences humaines et sociales.

L'objectif premier pour le Musée Dauphinois est qu'à l'issue de l'opération, des propositions sous forme prototypique puissent être retenues, financées et développées pour de nouvelles formes d'accès aux œuvres et aux objets du Musée. L'attractivité de ces nouveaux dispositifs doit être forte dans le but de conforter à différents niveaux la relation entre le(s) public(s) et ce Musée. « Comment repenser les relations au public, attirer de nouveaux publics, réinventer et vivre autrement le musée, jouer de nouveaux scénarios de visite » ? Ainsi ont été exprimées les questions en ouverture de l'expérimentation par le conservateur du musée.

Museomix est aussi une opération interne d'envergure qui mérite d'être évaluée dans la relation entre le Musée et les Museomixers, du fait de son importance en termes de ressources humaines et matérielles mobilisées avant, pendant et après l'expérimentation. C'est pourquoi la tutelle de ce musée et le musée ont souhaité que se mette en place une évaluation de l'opération. Plusieurs équipes universitaires ont accepté d'y participer dans une démarche coordonnée d'évaluation. Cependant, des difficultés pour se coordonner en un temps trop court en amont de l'opération ont engendré une fragmentation de l'évaluation et au final deux évaluations autonomisées, non coordonnées et avec des méthodes différentes. Dans ce compte-rendu de la recherche, seuls les travaux de l'évaluation empruntant à des *visual methods* qui nécessitent une captation d'image et de sons sont présentés.

Face à une demande d'un acteur institutionnel de faire appel à une équipe de recherche, cette dernière a saisi une opportunité d'une véritable recherche empirique. Il ne s'agit pas ici que d'une prestation de service pour une institution. L'équipe de recherche s'est impliquée dans une recherche-action utile pour les différents acteurs. Les chercheurs ont accepté un cadre négocié puisque les principales fonctions suivantes de la recherche-action étaient garanties dès le départ : « la fonction d'investigation, les fonctions charnières à la recherche et à l'action et la fonction critique » (Laramée, 1991).

La question principale posée ici est de saisir les modalités d'adhésion, de rejet ou de détournement par le(s) public(s) d'un musée de dispositifs prototypiques présentés comme innovants, à la suite d'une opération volontariste et coordonnée. A un niveau secondaire, il s'agit d'analyser au mieux la réalité des acteurs impliqués dans l'opération volontariste et ses effets par rapport aux objectifs des gestionnaires et commanditaires de l'opération. L'équipe de chercheurs a choisi d'exclure l'évaluation des personnels du Musée et d'insister sur l'évaluation des publics par rapport aux objectifs initiaux affichés et face aux premières versions des prototypes. L'évaluation des museomixers est également intéressante pour tenter de saisir au mieux les mécanismes qui amènent l'élaboration de prototypes avec les cibles correspondantes.

Enfin, au-delà de la fonctionnalité de l'évaluation (Degain, Benharkate, 2009) voulue par le commanditaire institutionnel, ce travail est l'occasion d'interroger en termes méthodologiques

---

<sup>4</sup> [www.museomix.org/a-propos/](http://www.museomix.org/a-propos/)

une pratique de recherche (recherche-action) au sein des sciences de l'information et de la communication associées à d'autres disciplines.

Dans la période de préparation, une confusion s'est développée temporairement sur la demande sociale d'évaluation. Pour l'équipe de recherche, il était très clair que le commanditaire de l'évaluation était le Musée avec son autorité de tutelle directe, le Conseil Général de l'Isère (CG38). Or des interventions directes du CG38 auprès de l'équipe de recherche relayant des questions sur l'opportunité de la méthodologie choisie de la part des organisateurs Museomix témoignent qu'à certains moments les organisateurs de Museomix, demandeurs également d'une évaluation plus conventionnelle représentée par un autre laboratoire, ont pu se sentir co-concernés par les décisions sur les modalités de l'évaluation. L'intégration nécessaire par les organisateurs Museomix des chercheurs dans la préparation matérielle a nourri à certains moments une ambiguïté. Par exemple, les organisateurs ont demandé et obtenu que dans les limites physiques du lieu, le nombre de membres autorisés du groupe de recherche soit revu à la baisse : de 10 en permanence à 6 malgré les risques de porter atteinte à la viabilité de la méthodologie de recherche. Pour ce dernier cas, Museomix apparaissait ponctuellement comme le commanditaire de l'évaluation et non le musée.

Il en est de même lorsque la responsable locale de Museomix a provoqué des réunions non programmées et dédiées à l'évaluation, en précisant ce qui était possible et ce qui n'était pas possible d'observer avec des caméras. Des interdictions de filmer ont été posées (ex. : réunions de l'équipe Museomix) et heureusement réduites par le commanditaire muséal après interventions des responsables de la recherche.

### *Une méthode réflexive et visuelle*

L'équipe de chercheurs a emprunté à l'anthropologie visuelle (Ribeiro, Bairon, 2007 ; Pink, 2003) en complémentarité à d'autres méthodes (Ex. : entretien semi-directif), (Vidal, 2012). Les méthodes visuelles privilégiées par ce groupe de chercheurs impliquent sur place des personnes en nombre, capables avec des caméras d'être acceptée par les museomixers, l'équipe du Musée, les membres Museomix et le public sans perturber ces derniers, tout en favorisant une expression « spontanée » intéressante à conserver puis à analyser. Une promotion de 16 étudiants de Master Hypermédia et Communication s'est rendue disponible pour faire le déplacement au Musée.

Le caractère visuel ne se limite pas à la constitution de données visuelles demandant plusieurs centaines d'heures de dérushage de 96 heures d'images animées. Le choix d'un rendu visuel et hypermédia est aussi voulu par les responsables de l'équipe, ce qui implique un important travail de maquettage et d'interactivité d'un site web dédié à cette évaluation. Les commanditaires de l'évaluation sont donc appelés à visionner de courts extraits vidéo avec des textes d'accompagnement au lieu de la lecture linéaire d'un rapport écrit<sup>5</sup>.

Tout comme Museomix est intéressé par le caractère évolutif et innovant de sa démarche, l'équipe de recherche revendique le caractère réflexif et évolutif de la méthode d'évaluation. L'équipe apporte des éléments de réponses en images à des questions posées par les partenaires du musée, en particulier sur les perceptions par les publics des propositions interactives pensées et fabriquées en trois jours par les équipes de muséomixeurs. La captation d'images effectuée durant toute l'expérimentation livre des bouts de réponses aux différentes questions et permet d'évaluer, par une médiation visuelle et sensorielle (liée à la présence de la caméra) (MacDougall, 2006 ; Pink, 2009), une partie de l'expérience vécue par les visiteurs. Cette méthodologie en construction, nommée Eyescreen, empruntant à l'anthropologie visuelle et hypermédia a déjà été expérimentée par le passé par les chercheurs. Elle livre aujourd'hui des

---

<sup>5</sup> <http://eyescreen.museomix.labs.hyper-media.eu/wordpress/>

résultats qui d'eux-mêmes évoquent les pratiques et permettent une immersion partielle à la fois dans les trois jours Muséomix et au sein des prototypes créés.

En reprenant des principes de l'anthropologie visuelle (Ruby, 1996), deux équipes de deux personnes se sont immergées le plus possible dans le groupe des museomixers et plus largement dans l'ensemble des personnes présentes durant l'opération. Avec caméras et micros, ils ont su être identifiés différemment des personnes chargées de la communication interne (studio interne de télévision ; alimentation en images du média social Twitter ; etc.) et de la communication externe (Equipe de France Télévision Alpes). La distinction n'a pas toujours été facile pour faire accepter l'idée qu'ils n'étaient pas au service de la valorisation de l'opération. Une autre difficulté fut en relation avec le badge « évaluation » attribué par l'équipe Museomix. Nombreux sont ceux qui ont compris que les personnes étaient là pour évaluer leur propre travail imaginatif et de proposition. Pour désamorcer certaines postures de méfiance, les équipes de filmeurs ont repris la pratique de la « caméra participante » développée par Jean Rouch. Il y a eu une véritable co-fabrication des images et des sons que l'on peut considérer comme davantage produits que captés. Pour atteindre cet objectif, il s'agissait d'aller plus loin que la caméra participante et de s'approprier pour les personnes filmées la « caméra collaborative » (Pink, 2006) pour permettre aux individus et aux groupes de s'impliquer dans leur propre représentation, via une méthode de l'anthropologie visuelle contemporaine.

La consigne donnée était de capter le plus possible d'images et de sons. Il fallait vivre l'opération avec les museomixers. La disponibilité était totale de l'ouverture des portes du musée jusqu'à sa fermeture. Etre avec les autres et partager le ressenti des autres ! Les quelques interruptions dans la captation étaient rares pour éviter de perdre des temps importants en termes de signification, même si le processus complet de signification est postérieur à la captation (Le dérushage se faisant ultérieurement). Cependant pour répondre à l'objectif de recherche relatif au fonctionnement de Museomix, les responsables de la recherche donnèrent comme grand cadre de quête de compréhension les thématiques suivantes : efficacité générale de l'opération ; processus du travail de Museomix ; fonctionnement des équipes ; implication des museomixers.

Pour la partie de la problématique consacrée du public, la phase possible de travail de captation n'était possible qu'en fin d'opération, lorsque les prototypes fonctionnaient et que le public était autorisé à entrer dans le musée. Pour cette seconde partie de la captation, chaque équipe avait reçu des consignes pour s'intéresser particulièrement à l'attractivité des œuvres et du dispositif muséographique existants puis des prototypes, de la compréhension des œuvres, de l'objectif de fidélisation des publics et de la volonté d'attirer de nouveaux publics. Sur ce niveau du travail de recherche, il y a une correspondance partielle mais importante entre les éléments fournis par les responsables de la recherche et le discours inaugural du directeur du musée (et des responsables Museomix).

#### *Détournements de détournement*

Les thématiques d'évaluation dégagées atteignent la trentaine dont deux tiers concernent les museomixers [Cohésion]<sup>6</sup> et un tiers le public [expérience émotionnelle], Montpetit 2003. Certaines thématiques découlaient naturellement des objectifs fixés par le musée ([S'amuser] pour le public et les museomixers) et d'autres de l'observation des 3 jours [leadership].

---

<sup>6</sup> Les mots placés entre crochets renvoient aux thématiques d'évaluation observées

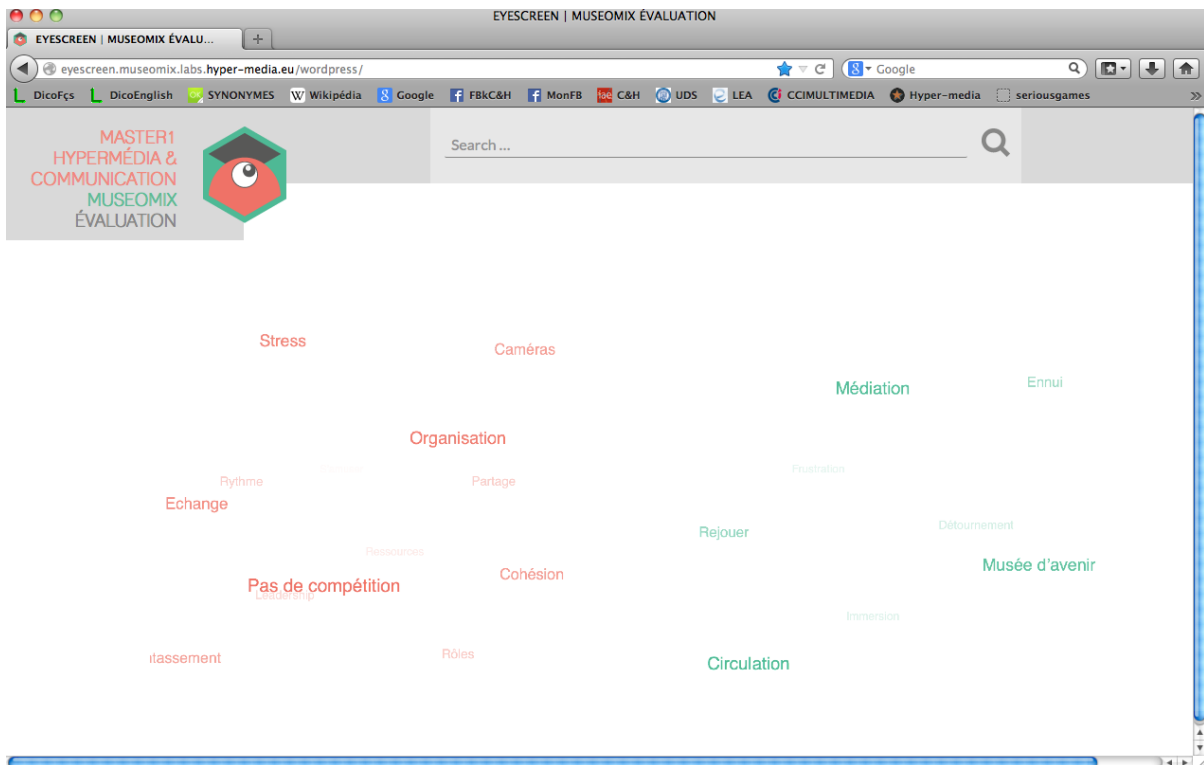


Image 1 : Nuage de thèmes, Hypermédia EyeScreen, janv 2014

Commençons par les observations des publics. En fin d'analyse, l'ambition de l'équipe de recherche était de pouvoir caractériser les propositions prototypiques de médiation dans plusieurs dimensions, dont la créativité et l'interactivité. Les propositions s'inscrivent-elles dans un nouveau modèle de relation entre le musée et les publics ?

Pour répondre à cette question, huit thématiques ont été identifiées. Etant posé en condition que les propositions faites par les équipes de concepteurs devaient être interactives et faire sortir le musée de ses modes de narration traditionnels, tout en ayant recours au jeu et aux nouvelles technologies. Cette expérience relève ainsi d'une anticipation du futur des musées, « en faisant vivre une nouvelle expérience utilisateur du musée dauphinois » (Organisateur, plénière, 8 nov). La métamorphose du musée en [musée d'avenir] est bien ressentie par les publics, à la fois impressionnés par les moyens déployés dans le musée pour l'opération et curieux d'en expérimenter les résultats.

L'expérience Museomix en elle-même s'approche d'un [détournement] d'une organisation par une autre : appropriation du musée par une nouvelle équipe de médiateurs culturels, propositions « bricolées » (Certeau, 1980) de présentation des artefacts muséaux. Des détournements sont aussi observés dans les usages des publics, curieux de tester les prototypes et d'en trouver les failles. Dans la proposition remixée *Tout Schuss*, où les visiteurs vivent différentes descentes de ski à partir de leur choix de bâtons, ils sont plusieurs à mélanger les bâtons pour essayer de tromper le dispositif. Deux enfants allongés au sol, regarderont sous les draps de la cabine immersive *Les dessous menteurs*, extrapolant le projet visant à bousculer les codes du regard, qui de miroir peut devenir voyeur.

Il va de soi que perdure pour le musée l'intention de favoriser la compréhension des œuvres et des collections à travers les dispositifs créés tout en favorisant une [médiation] plus ludique et attractive. Fréquemment, cette dernière est incluse dans les prototypes délivrés, ce qui n'exclut pas que les museomixers soient présents durant l'expérience des utilisateurs pour compléter les explications. Sans cette médiation, il arrive que des visiteurs passent à côté de

certaines œuvres faute d'avoir pu en comprendre le fonctionnement et d'avoir osé manipuler seuls. On remarque que des visiteurs ont l'air de [rejouer] leur enfance et ont un réel plaisir à s'amuser avec les œuvres. Cette médiation ludique est très présente et l'œuvre interactive en tant qu'expérience émotionnelle est de nouveau confirmée (Chabert et Bouillot, 2010), tout étant pensé pour que « cela reste une surprise pour les publics » (Organisateur, 10 nov). A l'image toute une palette d'émotions et de ressentis est captée à partir de l'observation des visages et des expressions corporelles : [amusement], curiosité, [immersion], surprise mais aussi [frustration] voire [ennui]. On observe parfois un écart entre les attentes des visiteurs, leurs joies de découvrir les dispositifs et certaines déceptions après l'essai. Les dispositifs qui font appel au corps du visiteur sont les plus fréquentés (*Tout Schuss*, *Dessous menteurs* et *Lever les yeux*, prototype où les visiteurs sont allongés sous le plafond de la cathédrale pour en découvrir les secrets). Les derniers détails d'installation au 3<sup>ème</sup> jour ne sont pas toujours réglés et l'agitation à boucler par les équipes crée un rythme et une circulation plus ou moins difficiles dans le musée, rendant certaines installations, notamment d'expériences individuelles, plus difficiles d'accès.

« Have fun »

Sur le second volet de l'évaluation portant sur les museomixers, l'équipe de recherche s'appuie davantage sur le principe de dialogue voire de confrontation entre les discours officiels et les observations filmées en situation, choisi pour l'hypermédia. Ainsi des vidéos dites de référence viennent-elles dialoguer avec des vidéos observations, en réponse aux thèmes posés.

Le musée comme les organisateurs de l'événement accueillent les participants le 1<sup>er</sup> jour en insistant sur le fait qu'ils puissent « [s'amuser], jouer et prendre du plaisir » : “*Have fun !*” conclut le diaporama plénier présenté le jour de l'accueil. Cette incitation revient à plusieurs reprises en plénière comme dans les couloirs, une des organisatrices nous accueillant le matin en disant « aujourd'hui on s'amuse » (9 nov). Malgré la pression de la montre et du compte à rebours pour chaque livrable, les participants s'accordent quelques moments de détente. Plusieurs scènes de relâche ont pu être filmées (museomixers qui se mettent à danser, chanter, se mettre en scène).



*Images 2 & 3 : S'amuser dans Tout Schuss et Les dessous menteurs (10 nov)*

Mais un certain [stress] reste présent au fil des journées et se révèle au visionnement, lié d'une part au rythme temporel soutenu et d'autre part à l'anxiété de la présentation du projet auprès des publics. Les 8 équipes sont regroupées dans un immense open-space où l'espace permet peu de distance [entassement], où le volume sonore reste oppressant et où le temps semble suspendu au rythme des injonctions de l'organisation (dead-line imposées, soirées plénières

de restitution, repas). La proxémie induite par l'occupation resserrée d'un même espace renforce le sentiment de convivialité et de cohésion interne aux groupes de museomixers mais établit en retour un climat relativement « étouffant » (organisatrice, 8 nov). La séance de pitches de la première matinée, durant laquelle un museomixer défend son idée en essayant d'y faire adhérer le maximum de collègues en un minimum de temps pour constituer une équipe, signe la règle du jeu et est symptomatique du niveau de pression imposé : agitations, cris, déambulations, compétitions, vitesse, leadership sonore, course aux post-it, jeux codés (*Bingo, une première équipe est constituée !*). Ainsi les équipes se constituent-elles sur des critères de rapidité au détriment parfois de l'adéquation du projet à la demande initiale. Le stress atteint aussi les organisateurs lorsqu'ils n'autorisent pas l'équipe de chercheurs à filmer « ne filmez pas ça va les rendre nerveux » (à propos des délégations de sages).

Malgré l'annonce d'une non compétition au début de l'événement et les précautions prises par l'organisation pour des compositions et des traitements des équipes similaires, sans leaderships (pas de chef de projet) et avec médiations (plénières), quelques équipes ont pu ressentir certaines concurrences entre elles notamment au moment de se déterminer sur les idées (séance des pitches) mais aussi pour obtenir le matériel (ex. : tablettes numériques) nécessaire à leurs installations ou pour le choix des espaces dans l'exposition. La règle du « 1<sup>er</sup> arrivé, 1<sup>er</sup> servi » (museomixer, 8 nov) s'est parfois imposée. Mais une vraie [cohésion] d'équipe se met en place sur trois jours. Les facilitateurs assurent ce rôle et la communication interne à l'équipe ainsi qu'avec le pôle organisation mais les équipes restent souvent entre elles y compris dans les moments d'[échanges] organisés pour favoriser le [partage] et l'esprit collaboratif (machine à café et à bière, pauses repas, tutoiement, proximité physique, canapé devant le mur de la webcam). L'espace twitter a cependant été très investi en termes de cohésion globale.

Pour un observateur extérieur non prévenu, la transformation des lieux et l'intensité de la vie collective et personnelle peuvent s'apparenter à un dispositif de type télé réalité du fait du nombre important de [caméras] qui captent les activités les plus variées. L'excès de caméras dans l'événement est très visible dans les vidéos, renforçant l'effet de genre : invasion des caméras pour couvrir l'événement (vidéastes officiels) plus tout un chacun équipé de son smartphone preneur d'images aujourd'hui. Un museomixer dira le 3<sup>ème</sup> jour « être vacciné par rapport au fait d'être filmé ». Cet effet joue plutôt un rôle positif dans cette recherche, les caméras se fondant finalement dans le décor, la mise en abyme étant profitable à un travail de recherche avec images sur les organisations.

### *Bibliographie*

Chabert G., Bouillot D. (2010), « Du réel au virtuel : la place de l'oeuvre numérique dans un espace d'exposition », *Culture et Musées*, n°15, juin 2010, 117-135

Degain J., Benharkate S. (2009), « Évaluer les bénéfices d'une activité muséale », *La lettre de l'ocim* n°122, mars-avril 2009, 19-25

De Certeau M. (1980), *L'invention du quotidien*, Paris, Gallimard, 350p

Fourmentaux J.P. (2007), in Saleh I., Regottaz D., *Interfaces Numériques*, Paris, Hermès & Lavoisier, 19-35

Laramée A., Vallée B. (1991), *La recherche en communication*, Sillery, Presses de l'Université du Québec

MacDougall D. (2006), *The corporeal image : Film, Ethnography, and the Senses*, New Jersey : Princeton University Press

Montpetit R. (2003), « L'exposition : un geste envers des visiteurs », *Médiamorphoses*, n°9, 29-33



- Pink S. (2003), « Interdisciplinary agendas in visual research: re-situating, visual anthropology », *Visual Studies*, Vol. 18, n° 2, 2003, 179-192
- Pink S. (2006), *The future of visual anthropology – engaging the senses*, Routledge
- Pink S. (2009), *Doing sensory ethnography*, London, Sage, 168p
- Ruby J. (1996), « Visual Anthropology », *Encyclopedia of Cultural Anthropology*, Levinsonn and Ember editors. New York: Henry Holt and Company, vol. 4, 1345-1351
- Schall C., Davallon J., Vilatte J.C. (2006), « The museum, the guided tour and visitors seeking a leisure activity », XIXth Congress of International Association of Empirical Aesthetics, Gottesdiener H., Vilatte J.C. (dir), 29 août-1er sept 2006, Université d'Avignon, 65-69
- Da Silva Ribeiro J, Bairon S. (2007), *Antropologia Visual e Hipermedia*, Edições Afrontamento, Porto
- Vidal G. (2012), *La sociologie des usages, continuités et transformations*, Traité des Sciences et Techniques de l'information, Hermès