Vers une injonction à la participation ? Étude de cas autour du rôle de la photographie pour la RMN -Grand Palais

Sébastien Appiotti

▶ **To cite this version:**

Sébastien Appiotti. Vers une injonction à la participation ? Étude de cas autour du rôle de la photographie pour la RMN -Grand Palais. La Fabrique de la participation culturelle. Plateformes numériques et enjeux démocratiques, Nov 2020, Nanterre, France. hal-03262911

HAL Id: hal-03262911
https://hal.science/hal-03262911

Submitted on 16 Jun 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Vers une injonction à la participation ?
Étude de cas autour du rôle de la photographie pour la RMN – Grand Palais

Sébastien APPIOTTI, laboratoire Cemti (EA 3388), Université Paris 8

Résumé

Cette contribution se propose d'étudier les mutations de la participation en contexte muséal : partant d'un ancrage politique dans les années 1970, le paradigme participatif semble désormais être articulé à des stratégies communicationnelles et marketing. Notre analyse restitue une enquête menée de 2016 à 2018 à la RMN – Grand Palais (Paris) : pendant cette période, nous nous sommes notamment intéressés au rôle de la photographie dans la stimulation de la participation des publics par différents dispositifs (photomatons, écrans plats de visualisation de la participation photographique, scénographies immersives). Cette étude s'appuie sur une approche théorique empruntant à la fois à la sémio-pragmatique (Jeanneret, Souchier, 2005), à la socio-sémiotique (Saemmer, 2015) et à l'anthropologie de la communication (Winkin, 2001) : elle cherchera notamment à explorer certains discours injonctifs à la participation pour mieux comprendre les attentes des concepteurs par rapport aux pratiques photographiques des publics d'exposition et aux plateformes socionumériques.

Mots clés

Injonction, institution culturelle, participation, plateforme, RMN – Grand Palais

ABSTRACT

This contribution aims to study the changes in participation for museums: starting from a political anchorage in the 1970s, the participatory paradigm now seems to be articulated with communication and marketing strategies. Our analysis is based on a research field carried out from 2016 to 2018 at the RMN - Grand Palais (Paris): during this period, we were particularly interested in the role of photography, stimulating public participation through different devices (photomatons, flat screens for visualizing photographic participation, immersive scenographies). This study is based on a theoretical approach borrowing from semio-pragmatic (Jeanneret, Souchier, 2005), socio-semiotics (Saemmer, 2015) and communication anthropology (Winkin, 2001): it will seek to explore some discourses that are injunctive to participation in order to better understand the institutional expectations regarding the audience's photographic practices and digital platforms.

KEYWORDs

Cultural institution, injunction, participation, platform, RMN – Grand Palais

INTRODUCTION

Depuis les années 1960, la participation en contexte muséal se caractérise par de profondes mutations : les inaugurations de nouvelles institutions (Anacostia Neighbourhood Museum, Washington, 1967 ; écomusée du Creusot, 1971) font état d'une réflexion intense sur le « renouvellement » des missions du musée, dans laquelle la « nouvelle muséologie » fait de la participation un outil essentiel au service du musée (Delarge, 2018 : 8). Elle se pense alors à la fois comme locale et éminemment politique, vise à faire participer à la vie de la société locale sous la forme d'organisation de débats, à impliquer les citoyens dans le fonctionnement du musée (comité d'usagers, bénévoles, etc.) ainsi que dans la patrimonialisation matérielle (objet, outils, etc.) et immatérielle (coutumes, traditions culinaires, etc.).
Les musées de science ont également exploré le paradigme de la participation, sous l'angle de l'interactivité et de la manipulation gestuelle. Le Musée des sciences de Chicago ou le Palais de la Découverte sont novateurs en matière d'inclusion du public et de valorisation de leur participation, avec la conception des premiers dispositifs interactifs (Eidelman, Van Praët, 2000). Face aux parcours de visite contemplatifs et distants préconisés dans la plupart des expositions d'art, la participation dans les musées de science implique une action de « faire » avec et dans l'institution. Notre proposition part d'un constat issu de notre recherche doctorale : la mobilisation du paradigme de la participation dans les expositions des musées d'art et de société semble plus importante qu'auparavant, mais dans le même temps met à distance une vision politique du participatif.

Comment caractériser cette mutation contemporaine de la participation et quels sont ses impacts sur la conception de dispositifs (Foucault, 1977) conçus en direction des publics ?

1. APPROCHES MÉTHODOLOGIQUES ET THÉORIQUES

Pour y répondre, nous nous appuyons sur des terrains d'enquête menés à la Réunion des musées nationaux - Grand Palais (Paris) entre 2016 et 2018. Plus précisément, nous nous sommes intéressés à la place de la photographie dans la stimulation de la participation des publics par différents dispositifs. Notre hypothèse est que par la photographie, une conception préférentielle de la participation se dessine en proposant des expérimentations et des dispositifs manipulatoires. En effet, les concepteurs de la RMN - Grand Palais, notamment ceux travaillant à la sous-direction du numérique et dans la cellule Médiation, nous paraissent envisager la participation en s'inspirant des musées de science de par son prisme interactif et manipulatoire, tout en l'investissant d'enjeux de communication et de marketing. Cette acception de la participation est notamment due à l'imaginaire même des dispositifs numériques et à ses d'effets de sens idéologiques (Veron, 1987 : 183) : « l'extension du participatif à une muséographie impliquant le visiteur mais purgée de toute dimension politique est assez récente : elle coïncide avec le développement des usages de dispositifs numériques » (Le Marec, 2018 : 26).

Notre analyse propose d'explorer cette hypothèse à partir d'un cadre théorique empruntant à la sémio-pragmatique (Jeanneret, Souchier, 2005), à la socio-sémiotique (Saemmer, 2015) et à l'anthropologie de la communication (Winkin, 2001) : concrètement, nous avons croisé des données empiriques issues d'observations des expositions, des pratiques des publics, de dispositifs conçus par différents services de la RMN – Grand Palais (médiation, communication, numérique) et d'entretiens semi-directifs réalisés avec des agents travaillant dans ces mêmes services.
Au cœur de notre étude, se situe un enjeu de repositionnement institutionnel : la « réactualisation » (Cambone, 2016) de la participation, converge avec une « reconfiguration du photographique » (Gunthert, 2015) liée au numérique, aux plateformes (Bullich, 2018) socionumériques et au développement de nouvelles pratiques de sociabilité et de partage autour de l'image photographique.
Par ailleurs, dans un contexte particulier du tournant gestionnaire et communicationnel des institutions culturelles (Davallon, 1992), certaines injonctions voient le jour, circulent (Labelle, 2007) et contribuent à la métamorphose des institutions culturelles. Certaines d'entre elles structurent notre proposition, comme les injonctions à la photographie ; d'autres mettent en tension l'objet de recherche, comme la participation, en reconfigurant les identités et les compétences professionnelles, les formes matérielles créées (expositions, outils-logiciels), tout en adressant un certain nombre de comportements prescrits au public.
L'approche socio-sémiotique mobilisée permettra d'étudier plus précisément la mobilisation de discours injonctifs à la participation relevant d' « accompagnements aux degrés variés – du plus léger au plus impératif – et de propositions visant à stimuler et à susciter des pratiques » (Alexis, Appiotti, Sandri, 2020). Lors de nos enquêtes de terrain, nous avons effectivement remarqué que les formulations de l'injonction sont souvent implicites, traduisent des rapports d'influence et de pouvoir sous-jacents et peuvent prendre des atours séduisants pour y faire adhérer les concepteurs (institutionnels et privés). Des incitations de nature variée (à vivre une expérience, à l'appropriation des objets culturels par la participation, au partage photographique, etc.) s'infiltrent dans les discours sociaux (médiatique, des concepteurs comme des visiteurs) et circulent au sein de ces derniers.

2. MATÉRIALISER L'INJONCTION À LA PARTICIPATION

Dans le cadre de ce colloque, nous avons choisi de mettre plus particulièrement en avant la nature des relations entretenues par la RMN – Grand Palais avec certaines plateformes socionumériques (Facebook, Instagram) et en toile de fond, des rapports du public à ces mêmes plateformes. En effet, depuis l'exposition Dynamo (2013), le Grand Palais déploie des dispositifs incitant à la participation photographique du public.
Pour ce faire, nous avons privilégié les matérialisations scénographiques et signalétiques de ces relations qui viennent en amont de la prise de vue, puis de l'éventuel partage sur une plateforme socionumérique : dispositifs de prise de vue photographiques de type photomaton, écrans plats de visualisation et datavisualisation de la participation, scénographies immersives mimant la grammaire de production (Veron, 1987) présente dans les locaux parisiens de Facebook France et proposant une mise en scène photographique à partager, etc.

Concrètement, l'injonction à la participation photographique se base sur trois piliers : Premièrement, un hashtag thématique de l'exposition temporaire sur le modèle #NomDeLexposition (#ExpoSeydouKeïta) permet d'agréger des thématiques selon une logique relevant originellement de la folksonomie (Le Deuff, 2006). Elle s'accompagne de la mise en place d'une rhétorique injonctive incitant au partage sur les plateformes socionumériques, répliquée sur de multiples supports, hors et en ligne. Par exemple, « Partagez #ExpoSeydouKeïta » pour l'exposition Seydou Keïta en 2016, devient en 2017 une injonction à la connexion, orientant *in fine* le visiteur à la participation sur les plateformes socionumériques : « Connectez-vous au Wifi Grand Palais #ExpoRodin ».
Deuxièmement, cette stimulation est complétée par l'installation permanente d'écrans plats, diffusant des informations pratiques, des contenus promotionnels, et permettant également de visualiser en temps la participation textuelle et visuelle des internautes autour d'un hashtag prédéfini : par exemple, un écran peut être paramétrer pour diffuser uniquement des photographies du hashtag #ExpoRodin récupérées sur Twitter ou Instagram.

Ce dispositif, appelé « mur social » (*social wall*) n'est absolument pas spécifique au monde de l'exposition. Bien au contraire, il semble faire appartenir à ces dispositifs numériques triviaux, au sens de Jeanneret (2011), que l'on retrouve à la fois dans les stades (Olympique de Marseille[1]) ou certaines conférences (Google, TedX[2]). Deux bénéfices intimement liés semblent attendus d'un tel dispositif du point de vue du marketing numérique : il s'agirait de créer un sens de la communauté et de générer plus de conversation, par l'exemple en montrant des traces de la participation concrète aux autres participants et usagers. Par exemple, Nokinomo, l'entreprise conceptrice du dispositif « mur des contributions » de l'exposition Dynamo (2013, Grand Palais), présente la visite du lieu culturel dans une vidéo promotionnelle comme étant « à vivre et à partager[3] ». Concrètement, les contributions des visiteurs entrent dans des stratégies de quantification de la visite sur huit écrans distincts, divisés en deux catégories. D'une part, s'y affiche une visualisation des contributions réparties selon les mêmes sections que l'exposition : « Pionniers », « Espaces », « Vision » et « Contemporains ». De l'autre, s'y distribue une série d'écrans noirs avec typographie blanche de datavisualisation présentant les catégories « Nombre de visiteurs », « Nombre de contributions », « Type de contributions » et « Palmarès » — cette dernière mettant en avant le classement des œuvres qui génèrent le plus de participation. L'exposition Dynamo préfigure une réflexion de la sous-direction du numérique de la RMN-Grand Palais autour de l'expérience esthétique des objets culturels, et du rôle que pourraient jouer les pratiques photographiques dans la reconfiguration de cette expérience. Celle-ci passe par un système de valeurs quadripartite intimement imbriqué : mémoire / photographie / point de vue / participation.

Une troisième famille de dispositifs vient compléter l'injonction à la participation photographique. Il s'agit d'unités scénographiques immersives invitant le visiteur à inscrire son corps dans une ambiance sur le thème de l'exposition pour se prendre en photo, puis à partager ses créations sur les plateformes socionumériques.
Pendant le temps de cette recherche, la RMN – Grand Palais a mis en place cette stratégie scéno-photographique à plusieurs reprises : on peut notamment citer à cet endroit l'exposition Seydou Keïta (2016), avec un sas immersif composé de tissus en wax où l'on peut se prendre en photo, ou l'exposition Hergé (2016), avec un mur « à selfies » comportant l'ensemble des personnages manifestant avec des pancartes : Tintin portant « Vive la Paix ! » ou bien encore La Castafiore avec « Ah ! Je ris… ».

Une attention particulière peut être donnée au sas immersif de l'exposition Seydou Keïta : ce dernier concentre les flux d'entrée et la sortie et est constitué d'un tissu de wax orange, jaune et noir. Ce sas joue un rôle essentiel dans le discours de l'exposition : il la qualifie sémiotiquement auprès du visiteur avant même que ce dernier ne soit confronté aux photographies de l'artiste. Il lui est proposé une mise en ambiance, une dépressurisation par rapport à son quotidien, un décentrement symbolique et folklorisant, accompagné d'une forte incitation à la prise de vue. Le dispositif reprend ici les codes du *photocall*, soit un pan de mur ou un kakemono dont la charte graphique sert de toile de fond à l'acte photographique (à l'occasion d'une avant-première de film, d'un festival, etc.). Dans *Seydou Keïta*, le mur en wax fait office de *photocall*, bien que les consignes ne soient pas explicitement formulées. Il s'agit plutôt d'une injonction indirecte à la photographie et à sa médiatisation sur les plateformes socio-numériques, par la présence du hashtag de l'exposition au sol (#ExpoSeydouKeïta) et de la présence d'un logo « appareil photographique » (reconnu par certains visiteurs comme étant le logo de la plateforme Instagram).
Pour approfondir la compréhension de la circulation entre plateformes socionumériques et lieux culturels des grammaires de production incitant à la participation, l'exposition Mexique (2016-2017) est un cas d'étude primordial. Cette dernière comporte en effet un dispositif cubique appelé par la RMN – Grand Palais « Tiny Room »[4]. Il est essentiel ici de préciser que cet espace dédié à la participation photographique met également fortement en avant la plateforme Instagram à travers sa signalétique et une promotion du lieu sur les comptes réseaux sociaux de l'institution.
Pour étudier plus précisément les convergences possibles dans la perception de la participation par la sous-direction du numérique de la RMN et par le groupe Facebook, nous nous sommes intéressés aux locaux parisiens de Facebook France afin de savoir si ces derniers, par leur design, leur système de valeurs et ce qu'ils véhiculent en termes de représentations sociales (Jodelet, 1989 : 36) à propos de la scénographie et de sa trivialité entre différents lieux sociaux ont pu influencer, même de façon minime, la RMN – Grand Palais. Pour ce faire, nous avons comparé les dispositifs de stimulation de la participation présents dans les expositions de la RMN – Grand Palais avec ceux présents dans les locaux de Facebook France : une Citroën DS décapotable ; puis une « maison de poupées », dont la grammaire de production ressemble fortement au dispositif « Tiny Room » proposé par la RMN – Grand Palais.

CONCLUSION

[1] Protégé : Stade, événements… L'Olympique de Marseille engage ses fans avec SocialWall, SocialWall, [En ligne] https://socialwall.me/fr/stade-evenement-olympique-marseille-fans-social-wall/, page consultée le 14 février 2020
[2] The Social Wall For Your Event, Walls.io, [En ligne] https://walls.io/solutions/events, page consultée le 14 février 2020
[3] Nokimono, « Mur des contributions, expo Dynamo au Grand Palais, Paris », YouTube [en ligne]. Disponible à l'adresse : https://www.youtube.com/watch?v=7Y_b-9Df2N4, page consultée 8 juillet 2019.
[4] Littéralement « Petit.e Espace/Pièce »

Les dispositifs analysés montrent que des écritures scénographiques circulent entre des plateformes socionumériques (Facebook, Instagram) et la sous-direction du numérique de la RMN – Grand Palais. La scénographie matérialise à plusieurs endroits une injonction globale à la participation culturelle par la photographie, qui se manifeste par une homogénéisation de la grammaire de production. Cette dernière vise, par différents canaux, à cadrer, orienter les conduites et les pratiques vers une lecture préférentielle de l'image photographique, même si elle n'est pas toujours suivie d'effet par le public. Par cette enquête, nous avons cherché à mettre en évidence la manière dont différentes écritures scénographiques et dispositifs au sein des expositions étudiées cherchent à guider les corps, à modeler des comportements dont la pratique photographique dans l'exposition fait partie intégrale, qu'elle soit explicitement encouragée ou formellement interdite.

RÉFÉRENCES

Alexis L., Appiotti S., Sandri E., 2020, « Présentation du supplément 2019 A : Les injonctions dans les institutions culturelles ». *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 20(3), [En ligne], https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2019/supplement-a/00-presentation-du-supplement-2019-a-les-injonctions-dans-les-institutions-culturelles-ajustements-et-prescriptions, consulté le 10 février 2020.

Bullich V., 2018, « La "plateformisation" de la formation », *Distances et Médiations des Savoirs*, 21, [En ligne], https://journals.openedition.org/dms/2096, consulté le 14 février 2020.

Cambone M., 2016, « L'expérimentation SmartCity à la Cité internationale : une réactualisation du paradigme de la participation dans le secteur patrimonial », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 17(3), [En ligne], https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2016/supplement-a/04-lexperimentation-smartcity-a-cite-internationale-reactualisation-paradigme-de-participation-secteur-patrimonial/, consulté le 14 février 2020.

Davallon J., 1992, « Introduction. Le public au centre de l'évolution du musée », *Culture & Musées*, 2(1), p.10-18.

Delarge, A., 2018, « Avant-propos », *Le musée participatif. L'ambition des écomusées*, Paris, La Documentation française, p. 7-13.

Eidelman J., Van Praët, 2000, La muséologie des sciences et ses publics : regards croisés sur la Grande galerie de l'évolution du Muséum national d'histoire naturelle, Paris, Presses universitaires de France.

Foucault M., *Entretien, Dits et écrits, 1954-1988*, Paris, Gallimard.

Jeanneret Y., Souchier E., 2005, L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran, *Communication & Langages*, 145(1), p.3-15.

Jeanneret Y., 2011, *Penser la trivialité. Volume 1, La vie triviale des êtres culturels,* Paris, Hermès – Lavoisier.

Jodelet D., 1989, *Les représentations sociales*, Paris, Presses universitaires de France.

Le Deuff, 2006, « Folksonomies. Les usagers indexent le web », Enssib, [En ligne], http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-04-0066-002, consulté le 14 février 2020.

Le Marec J., 2018, « La participation. Pour un retour au politique en muséologie et dans le domaine "sciences et société" » in Delarge A. (dir.), *Le musée participatif. L'ambition des écomusées*, Paris, La Documentation française, p. 25-36.

Saemmer A., 2015, *Rhétorique du texte numérique : figures de la lecture, anticipations de pratiques*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib.

Veron E., 1987, *La sémiosis sociale : fragments d'une théorie de la discursivité,* Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes.

Winkin Y., 2001, *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*, Paris, Éditions du Seuil.