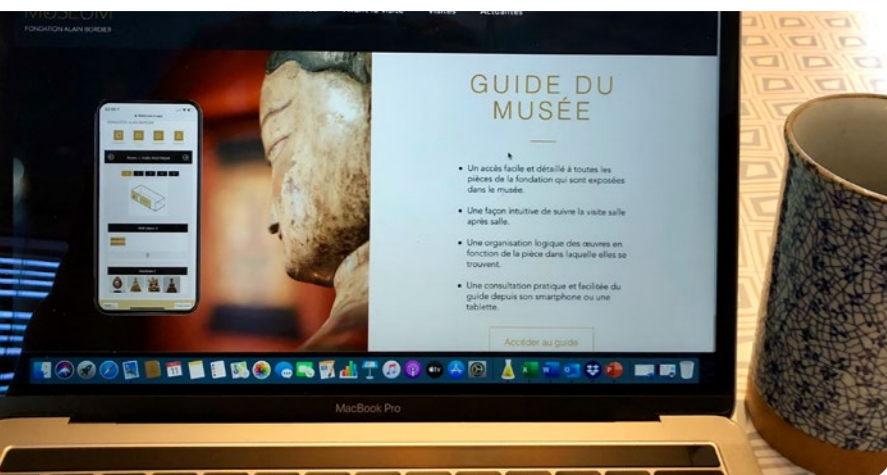


Musées 2.0

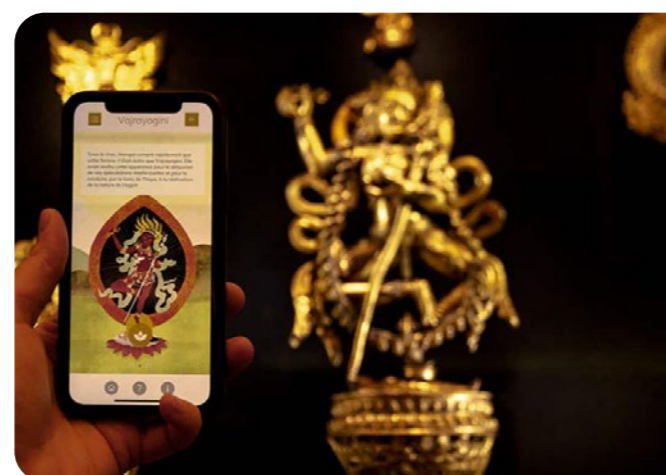
enquête sur les musées suisses à l'ère du digital



La Suisse abrite plus de 1100 musées, soit un musée pour quelque 7600 habitant-e-s quand la France en compte un seul pour 60'000 personnes. Les Suisses se rendent souvent au musée, avec la moyenne relativement élevée d'une visite par mois par foyer. Toutefois, cette grande quantité d'institutions muséales ne va pas sans poser problème. La concurrence est rude, en particulier pour les musées locaux et de petite taille qui peinent à maintenir des fréquentations stables. Pour attirer le public, les musées ont donc recours à des stratégies en constante évolution reposant notamment sur le digital. Cette étude, co-dirigée par Diletta Guidi, assistante à UniDistance et Magali Jenny, chargée de cours à UniDistance, avec la collaboration d'Alix Hagen (collaboratrice scientifique), tend à analyser, via une méthodologie 100% à distance, ces stratégies et leurs effets sur les publics.



Le guide virtuel est l'un des outils numériques utilisé par le Tibet Museum – Fondation Alain Bordier à Gruyères



L'application qui permet à l'utilisateur/rice d'en savoir plus lors de sa visite au Tibet Museum – Fondation Alain Bordier à Gruyères

Quand les musées passent au digital

Par « digital », on entend premièrement les interfaces de communication numériques, sites internet, blogs, réseaux sociaux, podcasts et applications qui servent à attirer les visiteurs/ses et à promouvoir les expositions et manifestations temporaires, mais qui favorisent aussi la compréhension des œuvres ou approfondissent le contenu exposé. En 2019, près de 70% des musées suisses sont dotés d'une plateforme en ligne plus ou moins développée. Après le passage obligé – et presque dépassé – des audioguides, les musées s'équipent de dispositifs numériques de plus en plus complexes. La réalité virtuelle (RV) et/ou augmentée (RA) est mise à disposition du public et du personnel du musée dans les salles via des écrans, des bornes inte-

ractives, des lunettes 3D, etc. Le digital investit aussi le domaine de la conservation, fonction de base des musées qui inclut la restauration et l'archivage. Le cas du musée d'histoire de Genève, qui a informatisé la quasi-intégralité de ses archives en permettant ainsi, en plus de les diffuser à un plus large public, d'en préserver la conservation, est emblématique à ce sujet. Enfin, les nouvelles acquisitions se font aussi davantage par le biais du virtuel. Désormais globalisé, le marché de l'art se sert effectivement toujours plus de plateformes en ligne pour vendre des pièces aux enchères et effectuer des transactions qui auparavant se réalisaient entre collectionneurs/ses et expert-e-s dans l'intimité des salles de vente ou des salons privés.



Les trois participantes au projet : Diletta Guidi, Alix Hagen et Magali Jenny

Un phénomène controversé

La digitalisation, souvent comprise comme une disparition de ce à quoi elle est associée, entraîne des préoccupations de type éthique et moral sur l'avenir de la culture. Elle engendre des peurs, concernant notamment la perte de contrôle, de travail, de droits et, dans ce cas, de culture et donc d'identité. Le virtuel va-t-il remplacer le réel ? Comment allons-nous distinguer une création d'art d'une œuvre artificielle ? Qui va protéger les droits des artistes ? Qui sont les propriétaires du patrimoine virtuel ? De plus, il ne faut pas négliger les aspects financiers et écologiques de la digitalisation des musées, car la réalité virtuelle (RV) et la réalité augmentée (RA) ont par exemple des coûts et des dépenses énergétiques encore très élevés.

Le projet de recherche

Les arguments pour et contre la digitalisation des musées devraient être approfondis et vérifiés. De la même manière, les questions que la thématique de la digitalisation des musées soulève mériteraient une analyse plus poussée. Très peu d'études ont à ce jour été menées sur ce sujet et les questions sous-jacentes, surtout en Suisse, où le phénomène est pourtant en marche. Quant aux enquêtes qui existent déjà sur le cas helvétique, elles datent du début des années 2000 et mériteraient donc d'être prolongées. C'est ce que ce projet de recherche se propose de faire en interrogeant aussi bien les professionnel-le-s de la culture que les visiteurs/ses des musées. L'idée est, d'une part, de

questionner les musées sur leur « passage au digital » : de comprendre comment ils gèrent cette transition, s'ils l'accélèrent ou résistent, la favorise ou s'y opposent, dans quels buts, etc. Il s'agit, en somme, d'observer les politiques culturelles vis-à-vis du digital. D'autre part, cette enquête a pour objectif d'analyser l'accueil par les visiteurs/ses. Comment réagissent les publics par rapport au numérique ? Le digital mène-t-il à une baisse de la fréquentation ou, au contraire, augmente-t-il les entrées ? Entraîne-t-il un boycott des musées ou une fidélisation des jeunes générations ? Qu'en pensent les visiteurs/ses ? Utilisent-ils/elles les dispositifs numériques (guides, applications, etc.) in situ ou sont-ils/elles agacé-e-s par leur présence ? Afin de répondre à ces questions, l'étude se déroulera en trois temps : visite des plateformes digitales des musées, entretiens auprès des actrices et acteurs responsables de ces institutions culturelles puis questionnaires de qualité auprès des publics. Grande particularité de ce projet : la méthodologie, tout comme le sujet de recherche, sera entièrement digitale. Les premiers résultats sont attendus pour mars 2021.



Le saviez-vous ?

L'Alimentarium de Vevey, le musée Olympique de Lausanne, le Museum of Digital Art de Zurich, le musée de la communication de Berne, le Musée d'art de la Suisse italienne, pour n'en citer que quelques-uns, en somme tout le bassin muséal de la Suisse (francophone, alémanique et italien) et n'importe quel genre de musée (art, histoire, ethnologie, science...) est concerné par ce phénomène de digitalisation.

Financement : Objectifs :

Projet soutenu par UniDistance
Rédiger un rapport scientifique sur le digital dans les musées suisses romands ainsi qu'un article sur la méthode d'enquête scientifique 100% à distance



Le projet en un clin d'œil

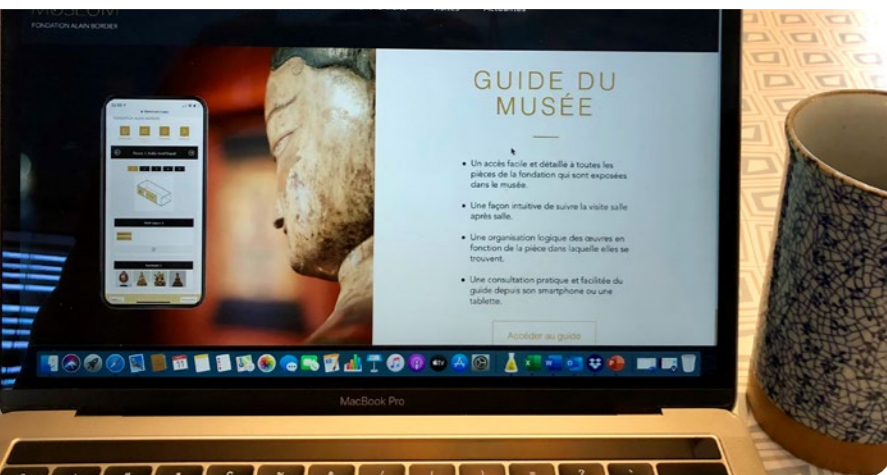
Nom :	Les musées 2.0. Enquête sur les musées suisses à l'ère du digital
Faculté :	Histoire
Co-responsables :	Diletta Guidi (historienne de l'art, docteure en science politique, assistante UniDistance) et Magali Jenny (docteure en anthropologie des religions, chargée de cours UniDistance)
Collaboratrice scientifique :	Alix Hagen (formée en histoire de l'art, collaboratrice scientifique)
Durée :	septembre 2020 à mars 2021

Museen 2.0

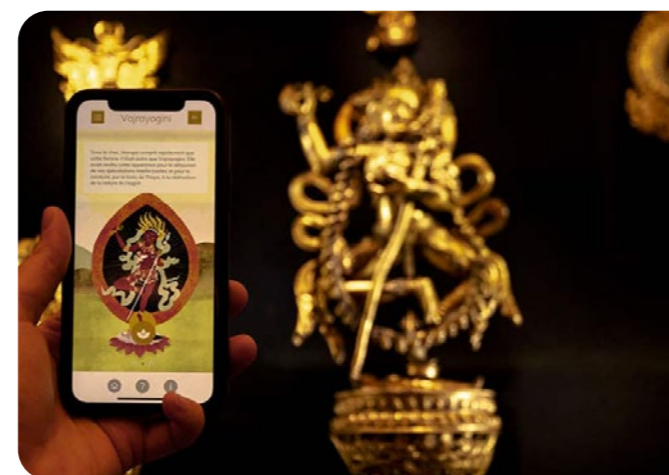
Studie zu den Schweizer Museen im Digitalzeitalter



In der Schweiz gibt es mehr als 1'100 Museen, das heisst eines pro 7'600 Einwohner, während in Frankreich nur ein einziges Museum auf 60'000 Menschen kommt. Die Schweizer gehen oft ins Museum, mit einem recht hohen Durchschnitt von einem Besuch pro Monat und Haushalt. Und gerade in dieser Vielzahl an Museen liegt ein Problem: Die Konkurrenz ist gross, insbesondere bei den lokalen und kleineren Museen, die Schwierigkeiten haben, ihre Besucherzahlen stabil zu halten. Um Besucher anzulocken, greifen die Museen auf Strategien zurück, die sich insbesondere digitale Möglichkeiten zunutze machen und sich ständig weiterentwickeln. Diese Studie wird unter der Co-Leitung von Dr. Diletta Guidi, Assistentin an der FernUni Schweiz, und Dr. Magali Jenny, Lehrbeauftragte an der FernUni Schweiz, sowie in Zusammenarbeit mit Alix Hagen, wissenschaftliche Mitarbeiterin, durchgeführt. Sie analysieren mit einer 100 % digitalen Methodik diese Strategien und deren Wirkung auf die Zielgruppen.



Der virtuelle Guide ist eine der digitalen Möglichkeiten, die im Tibet Museum der Stiftung Alain Bordier in Greyzers angeboten werden



App, die es dem Benutzer ermöglicht, mehr über seinen Besuch im Tibet Museum der Stiftung Alain Bordier in Greyzers zu erfahren

Wenn Museen digital gehen

Unter «digital» sind in erster Linie elektronische Kommunikationsplattformen, Websites, Blogs, soziale Netzwerke, Podcasts und Anwendungen zu verstehen, die dazu dienen, Besucher anzulocken und die Dauer- und Wechselausstellungen sowie Veranstaltungen zu bewerben. Aber auch, um das Verständnis der Werke zu fördern oder das Wissen über die Exponate zu vertiefen. 2019 verfügen rund 70 % der Schweizer Museen über eine mehr oder weniger entwickelte Online-Plattform. Nach der obligatorischen Umstellung auf Audioguides – die fast schon wieder veraltet sind – machen sich die Museen immer komplexere digitale Möglichkeiten zunutze. Virtual Reality (VR) und/oder Augmented Reality (AR) wird den Museumsbesu-

chern und -mitarbeitenden in den Ausstellungsräumen über Monitore, interaktive Terminals, 3D-Brillen usw. zur Verfügung gestellt. Auch in den Bereichen Restaurierung und Archivierung – Grundaufträge der Museen – werden vermehrt digitale Methoden verwendet. In dieser Hinsicht ist das Historische Museum in Genf Vorreiter: Es hat nahezu alle seine Archive digitalisiert und erreicht damit nicht nur ein grösseres Publikum, sondern sichert auch seine Archivbestände. Auch die Anschaffung neuer Exponate erfolgt verstärkt virtuell. Der mittlerweile globalisierte Kunstmarkt macht sich immer mehr Online-Plattformen zunutze, um Kunstwerke zu versteigern oder Geschäfte abzuwickeln, die früher zwischen Sammlern und Experten in Auktionshäusern oder privaten Salons stattfanden.



Die drei Teilnehmerinnen des Projekts: Dr. Diletta Guidi, Alix Hagen und Dr. Magali Jenny

Ein kontroverses Phänomen

Die Digitalisierung, häufig auch verstanden als das Auslösen des Originals, ruft ethische und moralische Bedenken hinsichtlich der Zukunft der Kultur hervor. Ängste entstehen, insbesondere vor einem Verlust der Kontrolle, von Arbeit, von Rechten und in diesem Fall von Kultur und somit von der Identität. Ersetzt das Virtuelle das Reale? Wie werden wir unterscheiden zwischen einem Kunstwerk und einem künstlichen Werk? Wer schützt die Rechte der Künstler? Wer sind die Eigentümer des virtuellen Erbes? Auch die finanziellen und ökologischen Aspekte der Digitalisierung der Museen dürften nicht ausser Acht gelassen werden, denn die Kosten für Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) sind immer noch sehr hoch.

Das Forschungsprojekt

Die Argumente für und gegen die Digitalisierung der Museen sollten genauer überprüft und verifiziert werden. In gleicher Weise sind die Fragen, die die Thematik der Digitalisierung der Museen aufwirft, einer gründlichen Analyse zu unterziehen. Zu diesem Thema und den damit verbundenen Fragestellungen wurden bislang nur sehr wenige Studien durchgeführt, insbesondere nicht in der Schweiz, obwohl das Phänomen hier an Dynamik gewinnt. Die Studien, die sich mit der Schweiz beschäftigen, wurden Anfang der 2000er Jahre durchgeführt und müssen nun weiter ausgearbeitet werden. Genau das ist Gegenstand des Forschungsprojekts «Museen 2.0. Studie zu den Schweizer Museen im Digitalzeitalter». Dabei sollen sowohl Kulturexperten als auch Museumsbesucher befragt werden.

Die Idee ist zum einen, die Museen zu ihrem Umstieg auf digitale Prozesse zu befragen. So erhält man ein Bild davon, wie sie mit diesem Thema umgehen, ob sie die Umstellung beschleunigen oder verzögern, ob sie sie favorisieren oder ablehnen, welche Ziele sie verfolgen usw. Es geht in der Gesamtbetrachtung darum, die Kulturpolitik in den Kontext der digitalen Entwicklung zu stellen.

Zum anderen soll im Rahmen der Studie analysiert werden, wie die Digitalisierung von den Besuchern wahrgenommen wird. Wie reagieren sie auf die Digitalisierung? Hat die Digitalisierung einen Rückgang der Besucherzahlen zur Folge oder lockt sie mehr Besucher an? Führt sie zu einem Boykott der Museen oder kann sie die jungen Generationen für die Museen begeistern? Was halten die Besucher davon? Nutzen sie digitale Möglichkeiten (Guides, Apps usw.) ohne Berührungängste oder sind sie davon abgeschreckt?

Um diese Fragen zu beantworten, ist die Studie in drei Phasen gegliedert: Besuch der digitalen Plattformen der Museen, Gespräche mit verantwortlichen Akteuren dieser Kultureinrichtungen und schliesslich Befragungen der Besucher. Grosse Besonderheit dieses Projekts: Die Methodik, ebenso wie das Forschungsthema, ist komplett digital. Die ersten Ergebnisse werden für März 2021 erwartet.



Haben Sie das gewusst?

Das Phänomen der Digitalisierung beeinflusst bereits die Museumslandschaft der (französisch-, deutsch- und italienischsprachigen) Schweiz - egal welcher Art (Kunst, Geschichte, Ethnologie, Naturkunde ...), wie z. B. das Alimentarium in Vevey, das Olympische Museum in Lausanne, das Museum of Digital Art in Zürich, das Museum für Kommunikation in Bern, das Kunstmuseum der italienischen Schweiz.

Dauer: September 2020 bis März 2021
Finanzierung: Von der FernUni Schweiz unterstütztes Projekt
Ziele: Anfertigung eines wissenschaftlichen Berichts über die Digitalisierung der Museen in der Westschweiz sowie eines Artikels über die 100 % digitale wissenschaftliche Methodik der Studie



Projektübersicht

Bezeichnung: Museen 2.0. Studie zu den Schweizer Museen im Digitalzeitalter
Fakultät: Geschichte
Co-Leiterinnen: Dr. Diletta Guidi (Kunsthistorikerin, promovierte Politikwissenschaftlerin, Assistentin an der FernUni Schweiz) und Dr. Magali Jenny (promovierte Religionsanthropologin, Lehrbeauftragte an der FernUni Schweiz)
Wissenschaftliche Mitarbeiterin: Alix Hagen (Kunsthistorikerin, wissenschaftliche Mitarbeiterin)