

## **Le rôle des nouvelles technologies dans un monument historique** **Une contribution à la réflexion**

XAVIER KAWA-TOPOR,

DIRECTEUR ABBAYE DE FONTEVRAUD – CENTRE CULTUREL DE RENCONTRE

Il y a plus de vingt ans que la question de l'usage du numérique au service des politiques de valorisation du patrimoine est d'actualité. Dans le domaine des technologies, cela nous ramène, paraît-il, à la « préhistoire ». Je me souviens qu'en 1996, déjà, le Grand site de Conques, que je dirigeais alors, se dotait du premier site internet du département de l'Aveyron. Celui-ci titrait, non sans fierté : « Conques, de l'an 1000 à l'an 2000 ». Était-ce la chronique d'une obsolescence programmée, ou bien un lapsus trahissant notre difficulté à penser l'avenir plus loin que le petit bout de notre nez technologique ? Conques, bien sûr, a survécu à l'an 2000, tout comme, d'ailleurs, les fantasmes et idées-reçues, qui entourent les nouvelles technologies ; au point que, souvent encore, leur seul usage au profit du patrimoine passe un peu hâtivement pour de l'innovation. Pour en finir avec cette association d'idées qui ferait de l'innovation l'apanage de la technologie, il faut *a contrario* commencer par revendiquer la créativité à l'œuvre dans l'idée même de patrimoine comme modalité du rapport au passé. Tout patrimoine est une invention : l'invention sociale d'un lieu et d'un rapport au temps et à l'histoire. Dès lors, la dualité patrimoine/numérique ne se réduit jamais à une opposition passé/présent, et encore moins passé/avenir. Elle confronte au contraire deux usages sociaux du temps, dans une confrontation qui peut être féconde, ou ne pas l'être.



Image promotionnelle du Veasy Guide, Fontevraud, 2007 © Fontevraud

D'ailleurs, quelle est cette « innovation » dont le discours public use aujourd'hui de manière souvent incantatoire ? Avec la critique de la notion de progrès en histoire, elle s'est elle-même problématisée. « Faire du neuf » n'est plus suffisant. Il s'agit aujourd'hui d'inventer des solutions de vie pour demain qui tiennent compte de la complexité du monde dans lequel nous vivons et de ses enjeux sociétaux. Patrimoine et technologies sont soumis au même régime. Faire du patrimoine un lieu d'innovation - un colloque organisé à Nîmes en 2012 le rappelait utilement<sup>1</sup> - c'est affirmer son potentiel de développement pour les territoires. Un postulat qui mérite lui aussi un examen précis à l'aune de critères tant économiques – quel enrichissement réel sa mise en patrimoine procure-t-elle à un territoire ? – que culturels et sociaux. La question soulevée est celle de la notion même de développement. De quel développement parle-t-on ? Le patrimoine culturel est-il exploitable, tel un gisement, par une « mise en tourisme » s'effectuant selon les règles d'une économie de marché globalisée, au risque de l'épuisement de sa ressource par sa dévalorisation culturelle, la banalisation de l'émotion, c'est-à-dire sa standardisation ? Ou au contraire, doit-il être un lieu de résistance au « tout économique », une autre modalité d'exception culturelle, garante d'authenticité et de diversité ? Marketing et altérité sont-elles des catégories contradictoires ? La question dépasse certes le champ du patrimoine mais l'exercice de l'esprit critique reste localement indispensable à la lucidité de l'action publique

Le postulat, que l'usage du numérique dans un monument historique n'est pas innovant en soi, peut nous être utile à déjouer les séductions du langage, à ne pas prendre un néologisme pour une certification d'innovation. « Expérience immersive », « scénario collaboratif », « Interfaces tactiles multipoints, multiutilisateurs »... quoi de neuf en réalité ? J'ai en mémoire la scène de deux jeunes enfants partageant, par un après-midi de printemps, toute la richesse sensorielle et cognitive d'une rencontre de hasard parmi les buis du jardin du cloître de l'Abbaye de Fontevraud, et bien d'autres moments encore, tout aussi anodins en apparence mais qui constituent sûrement, selon l'expression de Françoise Héritier, le « sel de la vie ». Je ne crois pas qu'il soit fortuit qu'un monument donne à vivre de telles expériences concrètes, physiques, émotionnelles. Je crois au contraire qu'un monument historique est avant tout et précisément un « lieu », au sens que lui a donné Marc Augé. Son utilité sociale, sa valeur, tiennent à ce qu'il présente une certaine qualité de temps et d'espace, ce que Daniel Sibony, appelle un « lieu d'être autrement »<sup>2</sup>. Cette qualité, le patrimoine la tient tout autant de son pouvoir de remémoration du passé que de sa vacuité. L'espace vide, qui a perdu son usage premier, son utilité d'origine, est laissé vacant, libre et disponible pour « autre chose ». Et si cet état de désaffectation du patrimoine en faisait aussi sa valeur d'exception, dans une société guettée par l'immédiateté et le trop-plein ? Si un monument historique était avant tout un lieu où l'on prend le temps, où l'on en éprouve l'épaisseur ? Un lieu de répit, où chacun peut attendre autre chose que d'être rattrapé par les rais du commerce et de la saturation cognitive ? Où il peut aussi espérer « débrancher », ne fut-ce que l'espace d'une visite ; pourquoi pas même éteindre son téléphone portable, comme il le ferait au cinéma ou dans une salle de spectacle ?

---

<sup>1</sup>L. Fournier, S., Crozat D., Bernié-Boissard C., Chastagner C., *Patrimoine et désirs d'identité, et Patrimoine et valorisation des territoires* [Nîmes, Université de Nîmes, conférences, 24-27 février 2010], 2 vol., Paris, L'Harmattan, 2012.

<sup>2</sup>D. Sibony, « Le patrimoine. Un lieu d'être autrement. », dans *Patrimoine et passions identitaires. Acte des Entretiens du patrimoine* [Paris, Théâtre national de Chaillot, Entretiens du patrimoine sous la présidence de J. Le Goff, 6-8 janvier 1997], Paris, Fayard : Éd. du patrimoine, 1998.

L'usage des technologies numériques, dans un monument historique, ne va donc pas de soi. Il ne prend son sens qu'au service de celui du lieu et, faute d'en prendre toute la dimension, il court le risque d'être contre-productif. L'Abbaye de Fontevraud qui, pour s'être engagée, dès 2001, sur la voie de l'expérimentation en ce domaine, peut faire figure de site pionnier, en a fait à plusieurs reprises l'expérience. Après avoir mis en œuvre, sous la direction artistique de Maurice Benayoun, un parcours multimédia composé d'œuvres numériques *in situ* (sonorisation du cloître par Jean-Baptiste Barrière, fresque numérique d'Alain Escalle, bornes interactives produites par la société ZA...), Fontevraud a tenté, entre 2006 et 2008, l'expérience de guides multimédia individuels, promettant l'accès à des données visuelles et sonores tout au long de la visite. Ces différents prototypes, comme d'autres, avaient le défaut patent de « vampiriser » l'attention du visiteur, au préjudice de la perception visuelle et sonore directe du monument lui-même. Faut-il vraiment visiter Fontevraud « le nez sur un écran », l'attention kidnappée par la navigation multimédia et ses impondérables, un casque sur les deux oreilles, alors qu'il y a tant à voir et à écouter autour de soi. La visite d'un tel monument est aussi une expérience auditive ! L'un des systèmes promettait, de surcroît, un accès géolocalisé au contenu, mais s'est heurté à la « résistance » physique du monument et de ses murs trop épais ; résistance qui a posé en définitive la question fondamentale du « sens » de la visite et du récit qui l'accompagne. L'itinéraire d'une visite, qu'elle soit guidée ou libre, construit *de facto* un sens de lecture du monument, un récit. Qu'il soit linéaire ou non, ce récit ne peut se réduire à l'addition, dans un ordre plus ou moins aléatoire, de contenus localisés. Autrement dit, la visite d'un monument n'est pas la visite d'un musée : elle met en jeu, ne serait-ce que pour la simple compréhension de l'organisation architecturale, une vision d'ensemble qui est bien autre chose qu'une série de commentaires focalisés sur des œuvres ou des points d'intérêt distincts. Et puis, au final, quel avantage offre, dans ce cas précis, la géolocalisation ? Permet-elle de livrer un contenu au visiteur au moment où celui-ci se trouve devant un point d'intérêt répertorié, sans qu'il n'ait à en faire la demande ? Et ensuite ?



Espace Multitouch, Fontevraud, 2010 © Fontevraud

Sur le métier, c'est la main de l'artisan qui guide l'outil, et non le contraire. Pour artisanal qu'il soit, le métier de la médiation culturelle doit inventer, domestiquer ses outils en fonction de son projet, les « faire à sa main », plutôt que de se laisser séduire et mener par les fonctionnalités inouïes du numérique et possiblement s'y perdre. Car si ces nouveaux outils ne répondent pas aux questions que l'on ne s'est pas posées, en revanche, ils les mettront inmanquablement au jour. Et pour filer la métaphore de l'artisan, rappelons l'adage selon lequel « il n'y a pas de mauvais outils mais des mauvais ouvriers ». L'usage des nouvelles technologies n'autorise pas à faire l'économie d'une démarche mûrement pensée de médiation ; il ne saurait y suppléer par des fonctionnalités nouvelles qui peuvent s'avérer des réponses efficaces à de mauvaises questions. En bref, les nouvelles technologies ne doivent pas servir « à s'en servir ». Elles doivent tout simplement servir, c'est-à-dire être « au service de ».

Nous avons récemment conçu un jeu éducatif sur I-Pad, pour les enfants à Fontevraud, comme une nouvelle variante de visite autour de l'axe que nous avons choisi comme central pour l'interprétation du site ; à savoir l'usage des lieux, abordé notamment sous l'angle de la vie quotidienne des communautés du passé. Il nous a semblé intéressant, pour ce faire, de proposer un jeu invitant les enfants à reconstituer la journée type d'une religieuse et ses déplacements d'une salle à l'autre, au fil des heures. Le jeu, une fois réalisé, nous a placés devant une contradiction de fond. Nous avons opté pour un dispositif ludique comportant des épreuves qui incitaient les enfants à courir d'un lieu à l'autre pour réaliser le « meilleur score ». Le contre-sens était total : comment pouvait-on espérer donner à comprendre et appréhender *in situ* la vie contemplative d'une moniale réglée par l'écoulement mesuré du temps, par le truchement d'une course contre la montre et les inévitables cavalcades dans un cloître ?

Nous n'avons sans doute encore pas tout à fait quitté la « préhistoire » des nouvelles technologies, l'époque où la fascination qu'elles exercent et le désir de s'en servir, tiennent souvent lieu de projet. A ce stade, il convient sans doute de faire preuve d'une certaine humilité, de considérer nos réalisations comme expérimentales et capitaliser sur le retour d'expérience qu'elles nous offrent. Le cap à franchir est celui d'une banalisation de l'outil qui rendra possible des projets innovants dans le fond, c'est-à-dire dans la démarche de médiation même. Pour jouer une dernière fois avec les mots, il ne s'agit plus de regarder les nouvelles technologies, mais que les nouvelles technologies nous servent à regarder et à écouter. Un tel renversement – ou plus exactement rétablissement – de perspective, replace l'usage didactique du numérique dans le champ de réflexion qui est le sien : celui de l'éducation à l'image et aux médias, et de l'éducation tout simplement.

La fascination passée, l'immunité tombée, nous serons plus exigeants dans nos projets et plus réalistes à la fois. Par exemple, s'agissant notamment des enfants, il faudra considérer ce que nous faisons des risques sanitaires et d'addiction associés à l'usage de certains équipements. Aussi, approfondir notre réflexion sur le jeu comme processus d'apprentissage afin de mieux maîtriser les modalités des projets ludo-éducatifs qui n'ont souvent d'éducatif – ou de ludique ! – que le nom. Considérer également la direction artistique comme partie prenante essentielle du projet éducatif – faute de quoi on utilise souvent un vocabulaire graphique et pictural indigent pour parler d'art et de culture !

Et enfin, il peut être bon de se souvenir que la célèbre phrase de Montaigne peut encore faire du service : si enseigner, ce n'est pas remplir des vases mais allumer des feux, alors - par pitié ! - ne parlons-plus de « contenus numériques » mais travaillons toujours à « éveiller les regards » !

MÉDIATION CULTURELLE ET PRATIQUES DE L'EXPOSITION  
TOURS, UNIVERSITÉ FRANÇOIS-RABELAIS, 3 ET 4 OCTOBRE 2013  
MASTER HISTOIRE DE L'ART – OPTION 1



Vincent Lamouroux, *Belvédère(s)*, 2011, Installation au grand cloître de l'Abbaye de Fontevraud (vu du ciel) © Fontevraud