

Les audioguides détournent-ils l'attention des visiteurs de musées ?

■ À l'heure où les audioguides connaissent de grandes mutations, avec pour objectif de toujours mieux répondre aux attentes des visiteurs de musées ou d'exposition, une question se pose : sont-ils une aide ou un frein à la découverte des œuvres d'art ? Les réponses sont contrastées.

“L’audioguide éloigne de l’œuvre ou de l’intention de l’artiste, et c’est tant mieux, car il apporte autre chose”

Responsable de la médiation culturelle des Musées royaux des beaux-arts de Belgique, Géraldine Barbéry est aux avant-postes d'un secteur en pleine évolution.

Les audioguides ne perturbent-ils pas le visiteur dans sa découverte d'un tableau ? N'est-ce pas une voix qui détourne l'attention ?

Oui, et je dirais tant mieux ! Un visiteur qui prend un audioguide estime qu'il a besoin d'un regard orienté ou d'un regard qui l'amène vers autre chose. L'audioguide a beaucoup évolué, il est désormais très spécialisé : il y a des audioguides pour les enfants, pour les adolescents. On a même créé chez nous des immersions hypnotiques, pour des visites en slow art. Pour l'exposition consacrée à Picasso, les enfants ont carrément inventé une histoire, ils inventaient ce qu'ils voyaient. Et le podcast est en plein essor. Donc oui, cela éloigne de l'œuvre ou de l'intention de l'artiste, mais cela apporte autre chose.

Qu'apporte précisément le podcast ?

Il fonctionne à partir d'un QR Code. Le Centre Pompidou, à Paris, a abandonné l'audioguide, et ils le revendiquent : “Enfin, c'est fini !” Ils ont opté pour le podcast, qui a un ton différent, moins classique, moins ampoulé, et permet une nouvelle approche de l'œuvre. C'est assez bref, maximum deux minutes, et cela permet de se mettre dans l'ambiance, de guider le regard.

Quel type de visiteur utilise l'audioguide ?

Je dirais que c'est un profil assez classique, 45-50 ans. Le plus souvent, ce sont les touristes qui veulent des explications.

Entre informations factuelles et lecture de l'œuvre, que doit proposer l'audioguide idéal pour ne pas enfermer le visiteur ?

Les deux sont nécessaires : ne décrire que ce que l'on voit ne sert à rien, et ne donner que des faits enlève toute dimension émotionnelle. Il faut un savant équilibre pour permettre une approche réussie de l'œuvre. Et c'est un métier ! Quand on écrit les textes des audioguides, on y met trois éléments : d'abord une contextualisation très rapide, puis un focus sur ce que le visiteur ne peut pas voir directement, et enfin une synthèse des deux, qui associe le contexte et l'intention de l'artiste à ce que l'on observe. Nous sommes un musée fédéral, et ces critères sont très importants pour nous. L'apport de la musique peut aider, créer une expérience immersive, pour un autre résultat. Si vous mettez une musique baroque pour une œuvre d'Alechinsky, cela n'ira pas du tout.

Par contre, du free jazz vous met dans une ambiance qui n'a pas besoin de mots : il permet de comprendre comment Alechinsky travaille, quelle liberté il prend. On a aussi des audioguides pour des personnes déficientes visuelles, et des visio-guides pour les personnes malentendantes, soit

des tablettes qui guident avec la langue des signes. De plus en plus de musées proposent d'adapter l'audioguide à différents profils, sur mesure.

L'audioguide doit-il aussi être un savant mélange de pédagogie et de vulgarisation ?

Tout à fait. Avant, on parlait de service éducatif dans les musées, aujourd'hui, le champ s'est élargi et on préfère dire médiation culturelle, soit relier la parole scientifique au public le plus large possible. Et je pense qu'il y a moyen de le faire sans que les adultes se sentent idiots, ou que les jeunes ne comprennent rien. Les audioguides pour enfants se développent d'ailleurs, nous en proposons au Musée Magritte pour les 9-12 ans, mais aussi pour les ados (13-15 ans), un public souvent oublié. Le Rijksmuseum, à Amsterdam, fait quant à lui appel à des influenceurs. L'audioguide prend désormais différentes formes. Le public est également de plus en plus participatif, important, considéré.

Comment s'effectue l'articulation avec les cartels, ces textes placés à côté des œuvres ? Ne peut-on pas s'en contenter ?

On peut, mais cela demande plus d'efforts de la part du visiteur. Et quand c'est trop long, il décroche complètement. L'audioguide est plus reposant, et permet d'écouter et de regarder en même temps. Quand vous lisez le cartel, vous devez faire des allers-retours entre le texte et l'œuvre. Je pense que tout peut se compléter du moment que le visiteur a le choix. C'est même bien d'avoir les trois : les textes d'introduction des sections, les cartels et l'audioguide. Mais c'est du boulot pour nous !

Geneviève Simon

“On essaie de s'adapter à la diversité de la société.”



Géraldine Barbéry

Responsable de la médiation culturelle des Musées royaux des beaux-arts de Belgique