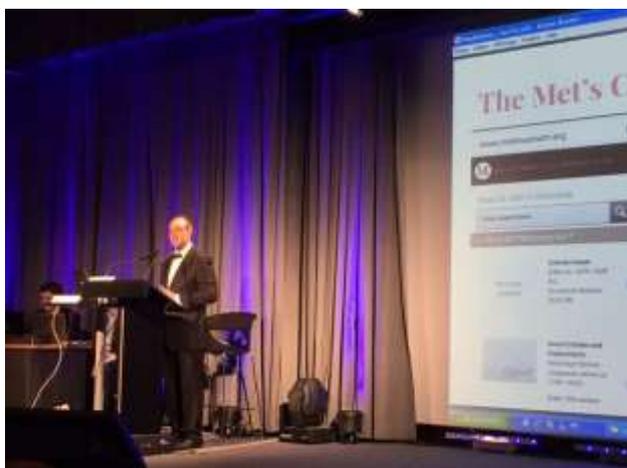




# 7<sup>èmes</sup> Rencontres Nationales Culture & Innovation(s)



Point de vue de Neal Stimler,  
conseiller numérique,  
Metropolitan Museum

Sur le thème « Réseaux sociaux  
et valorisation des collections »

## *Synthèse de l'intervention*

Neal Stimler est conseiller numérique pour le Metropolitan Museum, et travaille au sein du **Digital Department du musée, en charge de l'interface numérique du musée et de ses activités**. Ce département, qui réunit une équipe de 70 personnes, est dirigé par Sree Sreenivasan et son adjoint, Loïc Tallon. Deux personnes se consacrent aux réseaux sociaux.

Neal Stimler est particulièrement impliqué dans les problématiques de numérisation et de partage des collections. Il s'est beaucoup intéressé à l'usage potentiel des Google Glasses dans le musée et de manière plus large il réfléchit aujourd'hui aux objets connectés (notamment la montre connectée) et s'efforce d'en explorer les opportunités pour les musées.

Le Metropolitan Museum investit de plus en plus les réseaux sociaux : Twitter, Instagram, Facebook et Pinterest notamment. Il attribue à chacun une fonction spécifique dans la mise en avant des contenus : Twitter se concentre davantage sur les expositions et les objets ; Facebook est avant tout dévolu aux objets ; Instagram est utilisé notamment pour promouvoir la participation des acteurs du musée. **L'idée est avant tout de promouvoir la collection, et de favoriser la distribution des contenus sur les réseaux sociaux. Chaque réseau social est choisi pour sa capacité à valoriser la qualité des œuvres et les contenus associés.**

Neal Stimler se déclare particulièrement sensible à Twitter, de par son système très ouvert, qui favorise à la fois l'intérêt du grand public et les conversations ouverte entre chercheurs.

L'orientation de la stratégie numérique institutionnelle, le *design* des interfaces et le management des contenus constituent les missions clés du *Digital Department*. Elles impliquent notamment un développement technologique constant et un suivi rapproché des collections et des informations qui leurs sont associées. L'architecture des interfaces et des informations constituent une problématique forte.

### ***Application et site web***

Le Metropolitan Museum a développé il y a quelques années **l'application #MetApp**, fortement connectée au site web institutionnel du musée et qui est notamment proposée en accompagnement de la visite du musée (le guide de visite y est gratuit, et les visiteurs ne possédant pas de smartphone ou de tablette peuvent louer un terminal à l'entrée du musée, pour pouvoir utiliser l'appli). Le site [Metmuseum.org](http://Metmuseum.org) a quant à lui fait l'objet d'un développement spécifique pour favoriser les recherches sur les collections. Il réunit ainsi des informations sur plus d'un million d'objets, présentés avec des images en format JPEG en haute définition.

L'ensemble des informations sur les collections est accessible au public et aux chercheurs, et bénéficie d'une structure de licence très souple: les chercheurs peuvent les utiliser à leur guise puisqu'elles appartiennent au domaine public.

### ***Publications numériques***

**Le Metropolitan Museum mène une activité assidue en matière de publications numériques et démarches pédagogiques online.** Parmi les initiatives récentes, « *The artist Project* » invite des artistes à se promener dans le musée et raconter leur expérience. L'ensemble des images, vidéos, informations et textes produits lors de l'expérience de chaque artiste est recueilli par le musée, et mis en scène sur le web. Parmi les artistes qui ont d'ores et déjà participé à ce projet : Dia Batal, Zoe Beloff, Dawoud Bey, Marc Bradford, etc.

Le Metropolitan Museum s'efforce également d'anticiper de futurs usages possibles, en suivant de près les innovations digitales. Le Met MediaLab est un Hub expérimental qui explore les nouvelles technologies et réfléchit à leurs opportunités d'application pour le musée. Parmi les initiatives mises en place grâce au Met MediaLab, le Temple de Dendour a fait l'objet d'une « *projection mapping* » : un dispositif de projection vidéo permettait de visualiser les couleurs originales du Temple, lors de sa construction.

### ***Twitter comme outil de dissémination numérique de la collection***

Parmi les réseaux sociaux, **Twitter est particulièrement utilisé par le Metropolitan Museum.**

Le Digital Department explore ainsi les différentes opportunités esthétiques et expérimentales de l'interface. Neal Stimler cite ainsi Lev Manovich :

« Info-aesthetics is not only the aesthetics of data. Info-aesthetics is the new culture of information society. »

Neal Stimler est à l'initiative d'une démarche académique au sein du Metropolitan Museum, pour étudier de nouveaux usages potentiels de Twitter qui puissent favoriser une approche à la fois informationnelle et esthétique des collections. L'objectif clé est de développer la connaissance des collections. C'est pourquoi, à l'instar des expositions, les contenus numériques diffusés sur les pièces de la collection font l'objet d'un processus curatorial.

La démarche académique de Neal Stimler concerne également l'organisation du musée, et les interactions socio-techniques suscitées pour produire de nouveaux contenus. Le projet « *museum informatics* » étudie ainsi « les interactions sociotechniques qui ont lieu entre les

acteurs, les contenus et la technologie, dans le contexte des musées ». Ce projet, qui explore les enjeux de *l'expérience de l'information*, est mené en partenariat avec Paul F. Marty.

Outre la démarche de recherche académique, **le rôle de Neal Stimler est également de promouvoir l'usage des réseaux sociaux parmi les collaborateurs du musée** – qui sont potentiellement les premiers promoteurs du Metropolitan Museum, de ses collections et de sa programmation. @ITweetMuseums est ainsi une initiative indépendante, qui vise à encourager le personnel du musée à twitter des informations en lien avec le musée, depuis leur compte personnel Twitter.

Neal Stimler travaille sur de nombreux autres projets, favorisant eux aussi le lien entre réseaux sociaux et collections. #ITMcIxn est une interface qui vise au partage d'informations sur les collections via le chat de Twitter. GLAMBots est une liste publique constituée sur Twitter, réitéré quatre fois par jours et réunissant 50 musées à travers le monde, constitué à partir d'un algorithme.

Selon Neal Stimler, l'intérêt d'un tel système est la créativité du code, qui instaure un nouveau type de relation entre l'interface, l'utilisateur et les contenus.



**Neal Stimler**

**Metropolitan Museum of Art**

**Conseiller en numérique**

*Neal takes an interdisciplinary approach to humanistic scholarship and museum work that is informed by art history, cultural studies, digital technology and sociology. Neal is a Digital Asset Specialist in the Digital Department at The Metropolitan Museum of Art, where he forecasts digital trends, leads digitization efforts and manages special digital media initiatives. He is committed to strengthening digital preservation in museums and encourages museums to open access to their collections for use by the public. Neal is a social media expert and previously served as a social media curator*

*for conferences such as Museums and the Web, The Museum Computer Network and THATCamp.*

**[Compte Twitter](#)**

**[Compte Storify](#)**

**[Compter LinkedIn](#)**

**[Présentation \(pdf\) utilisée lors des RNCI](#)**