



HAL
open science

Injonction à l'intuitivité et disparition des textes dans l'exposition

Jessica de Bideran

► **To cite this version:**

Jessica de Bideran. Injonction à l'intuitivité et disparition des textes dans l'exposition. Les Enjeux de l'information et de la communication, 2019, 20/3, pp.39-50. hal-02470167

HAL Id: hal-02470167

<https://hal.science/hal-02470167>

Submitted on 7 Feb 2020

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.

Injonction à l'intuitivité et disparition des textes dans l'exposition

Article inédit, mis en ligne en 2019.

Jessica de Bideran

Jessica de Bideran est ingénieure de recherche en Sciences de l'Information et de la Communication à l'université Bordeaux Montaigne (MICA) où elle pilote plusieurs programmes de recherche-action qui se consacrent à la numérisation et à la valorisation numérique des patrimoines (monumental, documentaire, etc.). Ses travaux se concentrent sur la circulation et la réception numériques des dispositifs ainsi créés.

jessica.debideran@gmail.com

RÉSUMÉ

La miniaturisation des outils numériques et l'augmentation de leurs capacités de stockage permettent désormais aux commissaires et responsables d'exposition de multiplier les contenus textuels et audiovisuels en les mettant à disposition dans ces appareils qui équipent le visiteur. Si l'augmentation informationnelle permise par ces équipements a déjà fait l'objet de commentaires, nous souhaitons poursuivre ces réflexions en les resituant dans l'idéologie de l'écriture multimédia, qui repose notamment sur la plénitude des contenus et une infinie possibilité d'accès. À partir d'un terrain particulier, nous nous interrogerons sur cette injonction à l'intuitivité du dialogue homme-machine qu'il nous semble pertinent de confronter au ressenti des publics.

Mots clés

Exposition, médiation numérique, intuitivité, sérendipité, compagnon de voyage.

INJUNCTION TO THE DIGITAL DEVICE AND DISAPPEARANCE OF THE TEXTS IN THE EXHIBITION

Abstract

The miniaturization of digital devices and the increase of their storage capacities now allow curators and exhibition managers to multiply textual and audiovisual content by enclosing them in these devices that equip the visitor. If the information increase allowed by these equipments has already been the subject of comments, we wish to continue these reflections by resituating them in the ideology of the multimedia writing, which rests in particular on the plenitude of the contents and an infinite possibility of access. From a particular field, we will examine this injunction to the intuitiveness of the man-machine dialogue that we think is relevant to confront the feeling of the public.

Keywords

Exhibition, digital mediation, intuitive, serendipity, audioguide.

INJUNCIÓN A LA INTUICIÓN Y DESAPARICIÓN DE LOS TEXTOS DE LA EXPOSICIÓN.

Resumen

La miniaturización de las herramientas digitales y el aumento de sus capacidades de almacenamiento ahora permiten a los curadores y gerentes de exposiciones multiplicar el contenido textual y audiovisual encerrándolos en estos dispositivos que equipan al visitante. Si el aumento de la información permitida por estos equipos ya ha sido objeto de comentarios, deseamos continuar estas reflexiones volviéndolos a colocar en la ideología de la escritura multimedia, que se basa en particular en la plenitud de los contenidos y una posibilidad infinita del acceso. Desde un campo particular, examinaremos este mandato a la intuición del diálogo hombre-máquina que creemos relevante para enfrentar el sentimiento del público.

Palabras clave

Exposición, mediación digital, intuitiva, casualidad, compañera de viaje.

INTRODUCTION

Considérant l'évolution communicationnelle du média exposition (Davallon, Flon, 2013), muséologues et chercheurs s'interrogent depuis plusieurs années maintenant sur le numérique au musée. Usages numériques du secteur muséal, *in situ* comme en ligne (Vidal, 2017), évolution des rapports aux publics (Jutant, 2011 ; Andreacola, 2014), enjeux professionnels de son intégration (Sandri, 2016), autant d'approches qui éclairent les ajustements auxquels sont confrontés non seulement les institutions culturelles, mais aussi les publics et les entreprises du numérique qui accompagnent ces « innovations » (German, 2017).

Plus rare toutefois sont les études qui se penchent sur ce que le numérique fait, en terme d'écriture, aux pratiques de mise en exposition alors même que celles-ci reposent avant tout sur une écriture mêlant objets, textes et espace (Davallon, 2000). C'est dans cette perspective que nous souhaitons contribuer à ce volume puisque nous nous proposons d'interroger plus spécifiquement la manière dont les représentations du texte en contexte numérique influencent désormais les dispositifs de médiation proposés aux publics. Nous formulons ainsi l'hypothèse que l'injonction au numérique observable au sein des politiques culturelles, dont les corollaires sont la création de dispositifs de médiation forcément « interactifs » et « intuitifs » (Jeanneret, 2011), s'accompagne d'une progressive disparition des textes au sein de l'exposition qui n'est pas sans entraîner une certaine confusion chez les publics.

Pour explorer cette hypothèse, le terrain retenu est celui de la Cité du Vin, structure culturelle dédiée au patrimoine œnologique ouverte en 2016 à Bordeaux. Après une première étude consacrée à l'analyse des différents dispositifs de médiation proposés (numériques, sensoriels et juvéniles) (Badulescu, Bideran, La Ville, 2019) puis une seconde dédiée à la muséographie du parcours permanent (Bideran, 2019), nous poursuivons actuellement nos investigations auprès des publics pour cerner la façon dont ces derniers reçoivent le « compagnon de voyage » (CDV), outil mobile et interactif délivré à chaque personne pénétrant au sein de l'exposition.

Le point de départ de notre réflexion est celui de la disparition des textes du parcours – les « endotextes » de Daniel Jacobi (2016) – et leur « enclosure » (Ertzscheid, 2015) au sein d'un seul et unique outil qui fait office de métamédiation en accompagnant la consultation et la manipulation des dispositifs médiateurs qui parsèment l'espace.

La miniaturisation des outils numériques et l'augmentation de leurs capacités de stockage autorisent en effet les concepteurs d'exposition à multiplier les contenus textuels et audiovisuels disponibles dans ces appareils qui équipent le visiteur. Si les motivations à l'origine de cette augmentation informationnelle permise par ces équipements (Gentès, Jutant, 2012) ne sont pas l'objet de cet article, il paraît toutefois pertinent de les situer dans le mouvement global des politiques de démocratisation culturelle qui s'accompagnent chez les professionnels d'un désir de fréquentation importante. Les établissements culturels doivent et peuvent ainsi parler à toutes et tous, des plus néophytes aux plus savants, en déroulant un discours souvent qualifié de « grand public », vocable flou qui sous-tend une certaine méconnaissance de l'expérience des visiteurs de la part des professionnels des musées et établissements culturels.

C'est dans ce contexte d'injonction à l'augmentation et à la diversification des publics qu'est parallèlement apparue dans le domaine culturel l'injonction technologique se matérialisant dans la production de nombreux dispositifs numériques de médiation plus ou moins innovants (Cambone, 2019). Ce sont ces derniers que nous souhaitons ici

restituer dans l'idéologie de l'écriture multimédia, « impérieuse et mouvante » (Jeanneret, 2001), qui repose notamment sur la plénitude des contenus et une infinie possibilité d'accès. Or, cette concentration sur un même support de textes et commentaires, principe sur lequel est construit le CDV, est le résultat selon nous d'une troisième injonction, une injonction à « l'intuitivité du "dialogue homme-machine" » (*Ibid.*) imposant la conception de dispositifs communicationnels qui énonceraient tacitement leur utilisabilité (Guibourgé, Moutat, 2017), que nous souhaitons ici interroger et confronter au ressenti des publics.

Après avoir rappelé l'origine de la Cité du Vin, en insistant notamment sur le caractère hybride de cette structure, nous reviendrons plus spécifiquement sur le parcours permanent et la muséologie qui s'y déploie. Nous soulignerons ainsi la dimension pervasive de la médiation qui explique en partie l'invisibilité du texte. Enfin, nous nous intéresserons plus particulièrement à la manière dont les publics s'adaptent à cette disparition des textes, faite en leur nom, en nous appuyant sur l'étude de réception du CDV que nous avons coordonnée du mois de novembre 2018 au mois de mars 2019 avec des étudiants du Master Communication et générations : études des publics de l'Université Bordeaux Montaigne. En combinant méthodes ethnologiques et sociologiques, c'est-à-dire en mixant observations distanciées et entretiens individuels, nous constatons notamment que le déclenchement automatique et situé du contenu, sans possibilité pour l'utilisateur de sélectionner par lui-même ce qu'il souhaite découvrir autrement qu'en marchant, donne une impression de zapping au visiteur qui, pour s'en sortir, bricole et développe une forme de sérendipité physique.

1. LA CITÉ DU VIN, UN CENTRE D'INTERPRETATION DES CULTURES VITICOLES À VISÉE INTERNATIONALE

Inaugurée le 31 mai 2016, la Cité du Vin est un projet singulier dans le paysage culturel bordelais qui mêle geste architectural, aspiration muséographique, développement numérique et dynamique économique. S'inscrivant au cœur d'un écosystème touristique qui valorise les divers acteurs de la viticulture de proximité par la proposition, par exemple, de parcours découverte des vignobles et châteaux de la région, cet établissement est en effet implanté au cœur d'une ville qui symbolise un vaste territoire viticole et semble ainsi souligner l'importance des vignobles bordelais dans une production et une consommation du vin mondialisée.

Financé par un ensemble de collectivités (Ville et Métropole de Bordeaux, Département de la Gironde, Région Aquitaine – ancien périmètre –, État Français et Europe, pour 80 % du budget total) et d'entreprises privées grâce à une politique de mécénat culturel (20 % du budget total), le projet connaît un certain nombre de déboires avant d'émerger de terre (Cusin et Passebois-Ducros, 2015) et de devenir le « phare » éclairant les cultures viticoles¹ que le bâtiment représente aujourd'hui. De fait, la Cité du Vin, gérée par la

.....

¹ Les architectes Anouk Legendre et Nicolas Desmazières parlent ainsi de l'édifice : « On a voulu représenter quelque chose de particulier, mais évoquer un élément liquide, le vin, dans un bâtiment qui se situe à un endroit stratégique, à

Fondation pour la culture et les civilisations du vin, fondation privée reconnue d'utilité publique, a pour mission de rendre accessible au plus grand nombre le patrimoine culturel, universel et vivant du vin.

Dans un contexte global où les projets similaires se multiplient à la suite du classement en 2010 du repas gastronomique des Français sur la liste du patrimoine culturel immatériel de l'humanité à l'UNESCO (citons par exemple la future Cité de la gastronomie à Dijon), l'ambition de ce lieu vise à faire de Bordeaux la référence œnotouristique sur le plan national, si ce n'est international. Et les chiffres ne semblent pas démentir cette ambition puisque seulement sept mois après son ouverture, la Cité avait déjà accueilli près de 300 000 personnes de 244 nationalités différentes. Deux ans après son ouverture, 421 000 visiteurs de 180 nationalités différentes ont ainsi été accueillis et, malgré un contexte national instable, les étrangers semblent toujours plus nombreux à franchir les portes de cet établissement dont ils représentaient en 2018 38 % du public.

Concrètement, le bâtiment abrite aujourd'hui un ensemble complexe de dispositifs qui s'étend sur huit étages et se déploie au sein de vastes espaces de médiation, de restauration et de commerce. Les lieux spécifiquement dévolus à la médiation s'organisent pour leur part autour d'un parcours permanent immersif, sensoriel et interactif de plus de 3 000 m², mais aussi à travers des salles conçues pour accueillir des expositions temporaires et du belvédère où peuvent se déguster des vins du monde entier. À ces espaces semi-permanents est associée une politique culturelle qui se concrétise dans une offre d'ateliers de médiation réalisés dans les salles de dégustation et les espaces pédagogiques, ainsi que dans la programmation de l'auditorium qui accueille spectacles, concerts et conférences. Une salle de lecture permet enfin d'accéder librement à plusieurs centaines d'ouvrages en lien avec l'univers du vin.

Espaces d'exposition, parcours permanent de visite et architecture audacieuse au cœur d'un ancien quartier industriel et portuaire, la comparaison avec le Musée Guggenheim de Bilbao (Poulot, 2014, p. 177) fut ainsi au cœur des discours d'escorte qui accompagnèrent l'inauguration de cet établissement dont la réalité culturelle est sans aucun doute complexe à saisir. Si le quotidien local *Sud-Ouest* n'hésite ainsi pas à parler de « musée grand cru » et de « plus grand musée du monde consacré au vin »², Philippe Massol, directeur général de la Cité, défend pour sa part l'idée d'un centre d'interprétation consacré aux civilisations du vin envisagées selon une approche pluridisciplinaire et universelle.

Ne conservant aucune collection d'objets patrimoniaux liés au vin, le parcours permanent est effectivement à rapprocher des centres d'interprétation, ces établissements culturels consacrés à des territoires et/ou objets patrimoniaux particulièrement bien étudiés par Serge Chaumier et Daniel Jacobi (2008). Institutionnalisé par le ministère de la Culture

[suite de la note]

l'entrée de la ville, au niveau du port, donc l'envie de rappeler quelque chose de l'ordre du phare », dans AFP (2016), « La Cité du Vin de Bordeaux, un bâtiment tout en courbures évoquant "un élément liquide" », Le Point, [en ligne], Consulté le 14 novembre 2019, https://www.lepoint.fr/culture/la-cite-du-vin-de-bordeaux-un-batiment-tout-en-courbures-evoquant-un-element-liquide-28-05-2016-2042764_3.php

² Une partie de ce dossier est aujourd'hui accessible en ligne : <http://www.sudouest.fr/dossiers/la-cite-du-vin-de-bordeaux/> (page consultée le 26/11/2017).

qui préconise pour chaque territoire labélisé « Villes et Pays d'art et d'histoire » la création d'un Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine (CIAP), ces structures sont ainsi définies par ces deux auteurs comme « un espace sans collection / à visée de mise en valeur et de diffusion / d'un patrimoine / destiné à accueillir un large public » (Ibid.). Définition suffisamment large pour englober une diversité de structures qui cherchent à présenter aux publics des ensembles monumentaux, des lieux de mémoire ou encore des sites paysagers, celle-ci insiste sur leur mission qui consiste à « interpréter », c'est-à-dire à animer et à expliciter un patrimoine (dispersé, trop vaste pour être contenu dans un bâtiment ou bien encore immatériel) qu'il convient de présenter au travers de divers dispositifs documentaires permettant de matérialiser l'objet et la culture dont il est issu.

Détaché de la conservation et de l'étude de l'artefact qui revient au musée, le centre d'interprétation devient ainsi un lieu de représentation d'un territoire, soumis à de multiples enjeux et attentes et au sein duquel l'essentiel sera le message à transmettre et les destinataires de ce message. Analyser la Cité du Vin sous l'angle du centre d'interprétation suppose donc de s'interroger sur les représentations que construit cet établissement dont les objectifs sont de toucher un public mondialisé et néophyte qu'il s'agit de convaincre du caractère patrimonial et universel du vin en un temps relativement court.

2. LE PARCOURS PERMANENT ET LA RECONNAISSANCE DES CULTURES DU VIN PAR UNE MÉTAMÉDIATION PERVASIVE

Structure économique qui a pour objectif de créer des synergies entre les acteurs du tourisme et ceux de la viticulture en Nouvelle-Aquitaine, la Cité du Vin, comme nous venons de le voir, est aussi une structure culturelle qui cherche à valoriser des savoirs et traditions associés, dans l'histoire et à travers le monde, au vin. Cette entreprise de légitimation du vin comme objet patrimonial universel repose sur le système sémiotique complexe développé par le parcours permanent.

Organisé en dix-neuf séquences non hiérarchisées et explorables sans aucun sens de visite préétabli, celui-ci est parsemé de nombreux outils numériques et contenus audiovisuels informant les visiteurs sur le vin, son histoire et ses cultures. Une précédente analyse fonctionnelle et instrumentale des dispositifs proposés aux visiteurs, combinée à une approche socio-culturelle des intentions exprimées par les responsables de la structure, nous a permis de relever le caractère hypertextuel de cette écriture expographique (Badulescu, Bideran, La Ville, 2019). Cet agencement, plus spatial que narratif de l'exposition, n'est évidemment pas neuf puisque dès la fin des années 1980, des expositions restées célèbres (Cités-Ciné, Mémoires d'Égypte, Mémoires d'Amérique) expérimentaient cette écriture (Schmitt, Meyer-Chemenska, 2015).

Pour autant, qualifier le parcours permanent de la Cité d'hypertexte permet, non seulement de positionner cette évolution de la muséologie de point de vue (Davallon, 2010) dans un contexte de culture numérique, mais aussi d'affirmer la dimension superlative (Davallon, Jeanneret, 2004, p. 44) de la scénographie au sein de laquelle pénètre le visiteur. Nous avons ainsi pu récemment démontrer que c'est en multipliant les outils numériques et registres médiatiques, que l'exposition permanente fait de ce centre d'interprétation, qui ne conserve pourtant aucun objet authentique, un véritable musée virtuel aux yeux des visiteurs et observateurs (Bideran, 2019). L'absence d'objets authentiques est ainsi palliée par l'accumulation d'outils et dispositifs numériques qui

habitent l'espace et deviennent de véritables expôts par leur monumentalisation ou leur simulacre d'artefacts patrimoniaux, à l'image des tables dressés pour la séquence 14 « Tout un art de vivre » ou des gravures historiques agrandies, détournées et encadrées façon tableaux anciens dans l'espace 7 « Les vins au fil de l'eau ». Cette « faire semblance », traditionnellement liée à l'immersion fictionnelle (Pavel, 1988), se retrouve par ailleurs dans les ateliers destinés aux familles où parents et enfants (de plus de 6 ans) sont invités à déguster des jus de fruits dans des verres à pied, consacrant ainsi une posture d'imitation, des modes d'exposition dans un musée aux modes de socialisation du vin par les adultes...

Le public qui déambule au sein du parcours permanent de la Cité est ainsi immergé dans une série de représentations numériques fictives, associées à du mobilier muséographique imposant qui évoquent divers objets patrimoniaux et culturels associables au vin (grandes bouteilles en bois, vraies-fausses tables, feuilles de vigne en résine, évocation du pont d'un navire, etc.), et qui ne prennent sens qu'à l'écoute des commentaires audio qui « nappent », pour reprendre une expression de Jean Davallon (Davallon, 2000, p. 212), sa découverte grâce au compagnon de voyage (CDV).

Derrière cette expression novatrice, semble se cacher un simple audioguide, les dispositifs numériques ne faisant en effet que rarement table rase du passé et se positionnant tout au contraire dans une logique de continuité. Le CDV de la Cité ne peut cependant pas être analysé comme une simple adaptation mais bien plutôt comme « rénovation » qui permet de souligner l'inédit dans la réinterprétation de l'ancien (Renaud, 2012), l'inédit reposant ici sur la convocation d'un ensemble de technologies et d'évolutions caractéristiques des développements numériques (miniaturisation, géolocalisation, propositions multimédias, etc.). L'expérience des visiteurs se trouve alors, non pas révolutionnée, mais plutôt renouvelée par une hybridation sur un même support des logiques de médiation archétypales, à la fois didactique et documentaire (Cambone, 2019).

Alors que certains professionnels des musées soulignent la nécessité de sélectionner les contenus à diffuser (Sandri, 2016), le CDV révèle l'enthousiasme des responsables du parcours permanent face à l'infinité de contenus numériques potentiellement enregistrables sur les outils contemporains, permettant *a priori* de répondre aux envies et besoins supposés de tous les publics dans une logique d'injonction à la démocratisation des savoirs. Le CDV, délivré à l'entrée du parcours et qui équipe chaque visiteur, « enferme » [responsable 1]³ ainsi plus de 10 heures de « contenus cachés » [responsable 1] réparties sur « 999 pistes audio » [responsable 1] qui se déclenchent de façon « automatique » [responsable 1] grâce aux puces RFID qui parsèment le parcours, révélant une conception du discours de médiation qui « doit aller au plus court et au plus vite [...] être visuel et utiliser des mots simples » [responsable 2]. Celui-ci délivre donc les commentaires, les « médiations d'aide à l'interprétation » de Daniel Jacobi (2017), selon

.....

³ Les verbatims en italiques qui suivent sont extraits des entretiens que nous avons eus avec les responsables du parcours permanent et de la médiation culturelle de la Cité du Vin le 26 avril 2017 ; ces entretiens représentent au total 3h11 d'enregistrement audio et ont été complétés par un reportage photographique réunissant 87 photographies du parcours et des dispositifs prises selon un protocole de documentation précis (numéro de la zone, totem de présentation, dispositifs numériques et contextes d'exposition de chaque zone).

le positionnement du visiteur dans l'exposition. La sollicitation attentionnelle permanente dans laquelle est plongé le public par l'omniprésence du numérique, des vidéos qui s'animent sur des dizaines de grands écrans aux commentaires audio qui aident à l'interprétation, compose de fait une médiation qui peut être qualifiée de pervasive. Ce terme est utilisé ici en référence aux technologies informatiques pervasives (Boullier, 2016) qui se manifestent dans un ensemble d'objets connectés et de plus en plus souvent invisibles. Les dispositifs techniques semblent ainsi à la fois disparaître aux yeux des utilisateurs tout en étant totalement omniprésents car intégrés dans l'environnement immédiat (Dufor, 2016). L'exposition permanente est ainsi saturée d'informations accessibles par le seul terminal qui équipe le visiteur qui navigue donc d'un contenu à l'autre *via* son propre déplacement dans l'espace physique. En effaçant les logiques interactionnelles des audioguides traditionnels, le CDV consacre finalement la norme de l'intuitif au bénéfice d'une invasion informationnelle qui enveloppe le visiteur tout au long de sa découverte.

Or, cette médiation pervasive, ubiquitaire car partout et nulle part, s'accompagne, non pas d'une simple dématérialisation numérique du texte, mais plus drastiquement de sa disparition physique presque totale du parcours. Corollaire selon nous d'une injonction à l'intuitivité, cette disparition du texte analogique (absence de cartels, de dépliants, etc.)⁴ prouve que les responsables du parcours permanent ont parfaitement intégré les imaginaires associés à la lecture en contexte numérique récemment relevés par exemple par Julia Bonaccorsi dans son approche visuelle de la textualité numérique (2012, p. 129). Il est en effet beaucoup plus « intuitif » [responsable 1] pour ces derniers d'enfermer le contenu dans un seul et unique outil, l'activation automatique des commentaires étant jugée forcément « ludique » [responsable 1] pour le visiteur à qui « tout est donné de façon simple... sous forme audiovisuelle » [responsable 2] Mais qu'en pense de son côté celui-ci ? Et de quoi cette enclosure est-elle le signe ?

3. LE COMPAGNON DE VOYAGE OU L'EFFACEMENT DES TEXTES DE L'EXPOSITION

Si en 1992 Julie Desjardins et Daniel Jacobi estimaient que l'observateur cherchant à relever la présence des textes au sein des musées et expositions ne manquait pas d'ouvrage, jugeant que « l'écrit demeure l'un des médias que mobilise le discours composite de l'exposition » (Desjardins, Jacobi, 1992), nul doute que ces derniers seraient extrêmement déçus en parcourant le parcours permanent de la Cité du Vin. Car s'il est un grand absent de cette exposition, c'est bien le texte, sa présence analogique se limitant aux seuls totems introduisant chaque séquence ; soit 19 courts textes écrits en français, anglais et espagnol permettant d'introduire, à l'entrée de chaque module, la thématique traitée.

S'éloignant des premières recherches, influencées par la notion d'apprentissage et qui cherchaient donc à évaluer ce que les visiteurs étaient en mesure de retenir de leur découverte, les études sur le texte se sont, à partir des années 1970, orientées vers

.....

⁴ Soulignons toutefois qu'après les deux premières années d'exploitation, les conceptrices de l'exposition ont fait produire un certain nombre de dépliants qui sont désormais mis à disposition des visiteurs à l'entrée du parcours permanent.

l'analyse de l'aspect expérientiel de l'activité de lecture en déambulation, décrivant ainsi les postures et les attitudes des publics à l'égard des divers écrits présents au sein des parcours. C'est ainsi que furent distinguées les différentes fonctions assignées à ces derniers, inventoriés par Daniel Jacobi sous les appellations d'endotextes (intégrés au discours de l'exposition) et d'exotextes (les aides extérieures au discours de type dépliants), ayant pour objectif de signaler (le sens de visite), de communiquer (des informations historiques, techniques, artistiques, etc.) et d'étiqueter (les expôts).

Au sein des centres d'interprétation, qui exposent avant tout de la documentation (Bideran, Fraysse, 2016), la fonction communicationnelle du texte est bien sûr la plus représentée, l'absence d'artefacts permettant le plus souvent de se passer d'étiquette. Les panneaux explicatifs délivrent par conséquent de nombreux contenus historiques, techniques ou scientifiques que le visiteur explore à sa guise. C'est ici qu'est censée s'exprimer la nature dialogique de l'écrit d'exposition révélée par Marie-Sylvie Poli, qui souligne ainsi que ces panneaux permettent non seulement de dévoiler les courants de pensée que les concepteurs approuvent ou récusent, mais aussi de déceler les catégories socioculturelles auxquelles ces derniers s'adressent (2010).

Or, le parti pris de la Cité s'éloigne de ce schéma : n'encapsulant dans le CDV les textes des dix-neuf totems, ainsi traduits dans les neuf langues proposées, mais aussi la signalétique qui accompagne le visiteur lorsqu'il est en difficulté (textes et vidéos d'aides et plan de localisation n'existent pas au format papier mais sont là aussi enfermés dans le CDV), les conceptrices ont non seulement produit, pour reprendre Daniel Jacobi, des textes électroniques qui sont à la fois des endotextes et des exotextes (2016), mais ont aussi et conséquemment construit une sorte de boîte noire que le visiteur peine parfois à prendre en main... Alors que la liberté de déambulation permise par l'exposition est effectivement vécue comme un élément très positif, 28 % des personnes interrogées⁵ ont tout de même rencontré des difficultés dans l'appréhension du CDV. Or, 17 % seulement déclarent avoir consulté les outils d'aide proposés dans l'outil, la plupart ne les ayant tout simplement pas trouvés. Ces chiffres sont à mettre en corrélation avec la façon dont sont délivrées les explications d'usage : alors que 88 % des visiteurs sont satisfaits des renseignements donnés en début de parcours lors de la remise du CDV par un médiateur, seuls 69 % des visiteurs interrogés disent avoir visionné en entier la vidéo de présentation qui se déclenche à l'entrée de l'exposition et qui permettraient de pallier ces difficultés en appréhendant un certain nombre de postures d'usage utiles ensuite tout le long du parcours. Les entretiens semi-directifs nous ont ainsi confirmé que ceux qui déclarent avoir rencontré des difficultés sont aussi ceux qui pensent pouvoir se passer d'aide (soit deux tranches d'âge essentiellement : les 13-18 ans et les 19-40 ans), estimant a priori l'outil facile à prendre en main car leur évoquant un « *smartphone* »

.....

⁵ Cette enquête s'est déroulée dans le cadre d'un exercice pédagogique intitulé « Application professionnelle » orienté « Publics et Culture » et destiné à des étudiants de M1 Communication et Génération : étude des publics. Le travail d'évaluation confié aux étudiants s'est effectué entre le mois de novembre 2018 et le mois de mars 2019. Durant cette période, ces derniers ont passé deux journées sur le terrain, en début d'étude (20 novembre 2018) et lors de l'enquête de terrain (9 février 2019). Lors de cette journée, 106 personnes ont pu être interrogées à l'aide d'un questionnaire administré en direct après visite. Ces réponses ont pu être pondérées grâce à l'utilisation de deux autres outils de recueils de données de terrain : une phase d'observation distanciée des visiteurs lors des premières prises en main du CDV et des entretiens semi-directifs d'explicitation de la visite réalisés auprès de 7 visiteurs, tous primo-visiteurs.

[Kamel, 31 ans] mais le jugeant *a posteriori* finalement « *pas intuitif* » [Frédéric, 46 ans]. L'automatisme du lancement des pistes audio ou des vidéos, permis par la technologie RFID, est notamment source d'incompréhension pour la moitié des personnes estimant le dispositif parfois intrusif : « *des vidéos sont coupées à cause du lancement automatique* » [Adrien 14 ans], « *dans certaines salles, les commentaires sonores se superposent, ce n'est pas très pratiques* » [Patrice, 63 ans]. L'absence de geste de la part du visiteur et le déclenchement automatique des commentaires brouillent en quelque sorte le processus communicationnel du dispositif chez les visiteurs pour qui le cadrage situationnel est celui de l'audioguide "classique" reposant généralement sur une interaction entre l'utilisateur et l'outil.

Un déplacement trop grand ou trop rapide équivaut en effet ici à un clic sur un lien hypertexte et donc au passage à un sujet suivant, quelquefois déconnecté de la séquence écoutée par le visiteur. Le résultat pour celui-ci est une impression de zapping (Schmitt et Meyer-Chemenska, 2015) incontrôlé, un enchaînement de commentaires parfois « *un peu intrusif* » [Mathilde, 34 ans] qui oblige à s'ajuster tout au long du parcours. Ainsi, le visiteur se voit contraint de développer une sorte de déambulation par « *sérendipité* » (Catellin, 2012) lui permettant d'appréhender et d'interpréter les thématiques et contenus qui se présentent à lui de manière inattendue, presque fortuite, les publics découvrant par exemple en cours de visite qu'il n'y a pas de sens particulier [Isabelle, 46 ans]. Pour autant, nombreux sont les visiteurs qui soulignent que cette « *liberté, c'est une bonne chose parce que ça nous permet de vraiment découvrir* » [Kamel, 31 ans]. Le CDV, ses fonctionnalités et la sérendipité qu'il rend possible, renforce ainsi chez les visiteurs le sentiment d'indépendance et d'autonomie.

Force est ainsi de constater qu'alors que les écritures et dispositifs numériques étudiés ici consacrent l'introduction de la culture numérique dans la sphère culturelle et répondent à son lot d'injonctions (injonction à l'intuitivité en proposant des outils aisés à prendre en main, injonction à la transparence des textes en limitant les longs développements, injonction à la massification des publics en développant des discours didactiques s'adressant à toutes et tous, etc.), les retours des publics sont plus nuancés par rapport à ces attentes qui relèvent de présupposés plus ou moins fondés sur l'expérience de visite de ces derniers. Dans ce contexte, la muséographie développée par la Cité du Vin apparaît comme paradoxale : d'un côté, elle met à disposition de ses publics une somme considérable de contenus culturels, dans une démarche proche de l'encyclopédisme, et d'un autre côté, elle assume que ces derniers traversent sans les voir ces contenus devenus comme « *invisibles* » car en grande partie enfermés sous forme multimédiatique dans le CDV

CONCLUSION

L'ensemble des choix effectués par les responsables du parcours permanent de la Cité du Vin (la disparition des textes sous forme analogique, leur remplacement sous forme multi-médiatique, le lancement automatique des contenus, etc.) repose *in fine* sur un certain nombre d'imaginaires qui circulent au sein de l'espace public sur les musées : les publics ne liraient pas les textes, voire les considéreraient comme des objets surannés et le numérique, forcément plus intuitif et attractif, permettrait de pallier cette absence d'intérêt pour les explications trop longues ou trop compliquées. Or, comme souvent, la réalité est plus complexe et la lecture des panneaux et autres cartels de musées, si elle

n'est pas toujours attentive, participe de l'expérience du visiteur qui accède ainsi à un premier niveau d'interprétation du contenu exposé (Jacobi et Jeanneret, 2013).

Ce que donne à voir le CDV, c'est finalement la condensation, dans un seul et unique dispositif de médiation, des régimes informationnels en contexte numérique qui se doivent d'être intuitifs et transparents. L'intégration de tous les messages multi-médiatiques dans un seul et unique outil numérique libérerait ainsi le visiteur de la dispersion des supports, l'organisation non linéaire du message permettrait une « navigation » libre et ouverte de celui-ci dans une réserve de contenus presque inépuisable, le tout dans un dispositif spontanément manipulable qui conduirait à économiser l'effort du déchiffrement, de l'apprentissage et de la distanciation. Mais si cette « thaumaturgie médiologique » relevée par Yves Jeanneret (2001) prétend caractériser un régime médiatique radicalement nouveau, les ajustements mis en place par les visiteurs rappellent ceux qui peuvent être observés dans des expositions plus classiques : une lecture non linéaire des textes, qu'ils soient analogiques ou numériques, des contenus et espaces tout simplement « zappés », des bricolages qui permettent, lorsque le visiteur se sent en difficultés, d'échanger avec d'autres pour s'en sortir (Jutant, 2011).

Et si la richesse et la diversité des contenus délivrés sont appréciées des publics, qu'ils soient novices ou pas dans le domaine viticole, l'omniprésence de vidéos et de commentaires audio qui tournent en boucle ou se déclenchent de façon automatique peut être vécue comme intrusive par le visiteur qui ne cesse d'être sollicité. Supprimant l'action volontaire dans le déclenchement des contenus, le CDV élimine en quelque sorte la distanciation traditionnellement observée dans la réception active du discours muséographique (Rasse, 2017, p. 237). Parallèlement, ces nouvelles formes narratives de l'exposition, qui engagent le visiteur dans un parcours plus expérientiel que réflexif, posent de nouvelles questions au chercheur sur les multiples réceptions possibles par les publics des discours ainsi véhiculés.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Andreacola, Florence (2014), « Musée et numérique, enjeux et mutations », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 5, [en ligne], Consulté le 09 décembre 2017, <http://journals.openedition.org/rfsic/1056>.

Badulescu, Cristina, Bideran Jessica (de) et De La Ville Inès (2019), « La Cité du vin : un choix d'interprétation universelle entre immersion pervasive et médiation polysensorielle », in Yengué Jean-Louis ; Stengel Kilien, *Terroir viticole : espace et figures de qualité ?* Tours : Presses Universitaires François-Rabelais.

Bideran, Jessica (de) (2019), « Quand le numérique fait musée », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 16, [en ligne], Consulté le 16 octobre 2019, <http://journals.openedition.org/rfsic/5630>

Bideran, Jessica (de), Fraysse Patrick (2016), « Mise en exposition et mobilisation numériques des mémoires des bastides du sud-ouest », *Les Cahiers du numérique*, n° 12, p. 15-29, [en ligne], Consultée le 16 octobre 2019, <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2016-3-p-15.htm>

Bonaccorsi, Julia (2012), *Fantasmagories de l'écran : Pour une approche visuelle de la textualité numérique*, HDR en Sciences de l'information et de la communication, Celsa, Université Paris Sorbonne, [en ligne], Consulté le 11 octobre 2019, <https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-01322308>

- Boullier, Dominique (2016), *Sociologie du numérique*, Paris: Armand Colin.
- Cambone, Marie (2019), « La médiation patrimoniale à l'épreuve du "numérique" : médiation patrimoniale, médiation documentaire et médiation expérientielle », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, [en ligne], Consulté le 16 octobre 2019, <http://journals.openedition.org/rfsic/5689>
- Catellin, Sylvie (2012), « Sérendipité et réflexivité », *Alliage*, n° 70, p. 74-84, [en ligne], Consulté le 16 octobre 2019, <http://revel.unice.fr/alliage/index.html?id=4061>
- Chaumier, Serge, Jacobi, Daniel (2009), *Exposer des idées. Du musée au centre d'interprétation*, Dijon : Complicités.
- Cusin, Julien, Passebois-Ducros, Juliette (2015), « L'apprentissage émotionnel à distance de l'échec. Le cas de la Cité mondiale du vin et des spiritueux », *Revue française de gestion*, n° 248, p. 109-134.
- Davallon, Jean (2011), « Le pouvoir sémiotique de l'espace : vers une nouvelle conception de l'exposition ? », *Hermès, La Revue*, n° 61, p. 38-44.
- Davallon, Jean, Jeanneret, Yves (2004), « La fausse évidence du lien hypertexte », *Communication & langages*, n° 140, p. 43-54.
- Davallon, Jean (2000), *L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris : L'Harmattan..
- Davallon, Jean, Flon, Émilie (2013), « Le média exposition », *Culture & Musées, Hors-série, La muséologie : 20 ans de recherches*, p. 19-49, [en ligne], Consulté le 11 avril 2019, <http://journals.openedition.org/culturemusees/695>
- Desjardins, Julie, Jacobi, Daniel (1992), « Les étiquettes dans les musées et les expositions scientifiques et techniques », *Publics et Musées*, n° 1, p. 13-32, [en ligne], Consulté le 16 octobre 2019, http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/pumus_1164-5385_1992_num_1_1_1234
- Dufort, Diane (2016), « Outils sémantiques d'aide à la conception de jeux pervasifs pour la médiation culturelle », *Thèse en sciences de l'information et de la communication, Université de Franche-Comté*, [en ligne], Consulté le 11 avril 2019, <http://www.theses.fr/2016BESA1020>
- Ertzscheid, Olivier (2015), « Usages de l'information numérique : comprendre les nouvelles enclosures algorithmiques pour mieux s'en libérer », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 6, [en ligne], Consulté le 16 octobre 2019, <http://journals.openedition.org/rfsic/1425>
- Gentes, Annie, Jutant, Camille (2012), « Nouveaux médias au musée : le visiteur équipé », *Culture & Musées*, n° 19, p. 67-91, [en ligne], Consulté le 11 avril 2019 https://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2012_num_19_1_1648
- German, Ronan (2017), *L'intervention des médias informatisés dans le continuum de la médiation patrimoniale. D'une écriture des pratiques de visite à une pratique des écritures de médiation*, *Thèse en sciences de l'information et de la communication, Paris IV Sorbonne*, [en ligne], Consulté le 23 avril 2019, <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01706981>
- Guibourgé, Jérôme, Moutat, Audrey (2017), « Comment le design intuitif communique-t-il ? », *MEI : Information et Médiation*, n° 40, [en ligne], Consulté le 14 novembre 2019, <http://mei-info.com/revue/40/185/>

Jacobi, Daniel, Denise, Fabrice (sous la dir. de) (2017), Les médiations de l'archéologie, Dijon : OCIM.

Jacobi, Daniel (2016), Textexpo. Produire, éditer et afficher des textes d'exposition, Dijon : OCIM.

Jacobi, Daniel, Jeanneret Yves (2013), « Du panneau à la signalétique. Lecture et médiations réciproques dans les musées », Culture & Musées, Hors-série, « La muséologie : 20 ans de recherches », p. 47-71.

Jeanneret, Yves (2001), « Les politiques de l'invisible. Du mythe de l'intégration à la fabrique de l'évidence », Document numérique, n° 1 (5), p. 155-180, [en ligne], Consulté le 16 octobre 2019, <https://www.cairn.info/revue-document-numerique-2001-1-page-155.htm>

Jeanneret, Yves (2011), Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ? Paris : Presses du Septentrion.

Jutant, Camille (2011), S'ajuster, interpréter et qualifier une pratique culturelle : Approche communicationnelle de la visite muséale, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université d'Avignon, [en ligne], Consulté le 23 mars 2019, <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00819239/>

Pavel, Thomas (1988), Univers de la fiction, Paris : Seuil.

Poli, Marie-Sylvie (2010), « Le texte dans l'exposition, un dispositif de tension permanente entre contrainte et créativité », La Lettre de l'OCIM, n° 132, [en ligne], Consulté le 16 octobre 2019, <http://journals.openedition.org/ocim/377>

Poulot, Dominique (2014), Patrimoine et musée : l'institution de la culture, Paris : Hachette éditions.

Renaud, Lise (2012), « Téléphone mobile et écriture : Figure de la ré-novation », Communication & langages, n° 174, p. 55-67.

Rasse, Paul (2017), Le musée réinventé : culture, patrimoine, médiation, Paris : CNRS éditions.

Sandri, Éva (2016), « Les ajustements des professionnels de la médiation au musée face aux enjeux de la culture numérique », Études de communication, [en ligne], Consulté le 11 octobre 2019, <http://journals.openedition.org/edc/6557>

Schmitt, Daniel, Meyer-Chemenska, Muriel (2015), « 20 ans de numérique dans les musées: entre monstration et effacement », La Lettre de l'OCIM, n° 162, p. 53-57, [en ligne], Consulté le 09 décembre 2017, <http://journals.openedition.org/ocim/1605>

Vidal, Geneviève (2015), « La médiation numérique muséale » (p. 39-158), in Brigitte Chapelain, Expressions et pratiques créatives numériques en réseaux, Paris : Hermann.