



HAL
open science

L'identité européenne à travers les sites web de musées européens

Cédric Boudjema

► **To cite this version:**

Cédric Boudjema. L'identité européenne à travers les sites web de musées européens. Communication & Organisation, 2020. hal-04353198

HAL Id: hal-04353198

<https://hal.science/hal-04353198>

Submitted on 19 Dec 2023

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.

L'identité européenne à travers les sites web de musées européens

Cédric Boudjema

Résumé : Cet article porte sur une analyse de sites Web de musées européens en lien avec l'Européanité et montre les dispositifs identitaires, affectifs et éducatifs sous-jacents. Il met en avant les caractéristiques en matière d'européanité en s'appuyant sur des méthodologies mobilisées en muséologie de l'environnement notamment pour l'analyse des objectifs d'expositions itinérantes environnementales. Il entend ainsi démontrer que les sites web des musées sont des vecteurs importants de l'identité et de la mémoire européennes qui s'appuient sur des lieux de mémoire européens.

Mots-clés : Musées, Europe, identité, politique, patrimoine

European Identity through the European Museums' websites

Abstract: This article focuses on an analysis of European museums' websites related to Europeanity and shows the underlying identity, affective and educational devices involved. It highlights the characteristics of Europeanity by relying on methodologies used in environmental museology, in particular the analysis of the objectives of traveling environmental exhibitions. It thus, intends to demonstrate that museum websites are important vectors of European identity and memory which are based on European places of memory.

Keywords: Museums, Europe, identity, politics, heritage

Auteur

Boudjema Cédric est muséologue, consultant et ATER au sein du Laboratoire Paragraphe de la faculté Paris 8 Saint-Denis.

Introduction

Les musées européens sont des institutions qui proposent un discours sur les origines européennes (Déloye 2006 : 11). Ces musées à dominante historique ou ethnologique, se consacrent à l'Europe, à son histoire, à sa mémoire, à sa culture. Ils ont vu le jour dans certains pays européens à la fin des années 80 (Mazé 2012 : 73). Leur émergence coïncide avec l'Europe en crise, le rejet du projet européen de Constitution et la montée du populisme. Ils répondent ainsi à des contingences d'une identité européenne et de patrimonialisation de l'Europe communautaire. Cela traduit une politique de citoyenneté européenne difficile à constituer et « prisonnière des cadres imaginaires et muséographiques inventés à un âge des États-Nations que l'UE a vocation à bousculer voire à dépasser » (Déloye 2006 : 13).

Ainsi, un usage politique de la culture se dessine comme incarnation d'une identité et d'un récit communs. L'article 151 du Traité de Maastricht le stipule notamment dans son alinéa 2¹ : « L'action de la Communauté vise à encourager la coopération entre États membres et, si nécessaire, à appuyer et compléter leur action » notamment dans le domaine de « l'amélioration de la connaissance et de la diffusion de la culture et de l'histoire des peuples européens. » L'europanité de ce patrimoine est performative (Calligaro 2017), c'est-à-dire qu'un ordre mémoriel européen se joue sous le prisme du politique. Dans ce contexte culturel, les musées européens occupent une place prépondérante dans cette ambition et deviennent des relais de l'identité européenne. L'analyse de l'émergence des musées européens a été réalisée (Mazé 2012 : 73-100, Charlety 2006 : 17-47) mais la question de leur communication sur le Web est peu étudiée. Pourtant le Web condense de nouvelles missions des musées en leur inventant des stratégies propres (Boudjema 2019 : 122).

Cet article propose de se consacrer à l'analyse de la communication Web des musées européens en matière d'Europe. Comment un musée européen incarne-t-il l'identité européenne sur son site Web ? Il est proposé d'examiner ici comment les musées en ligne entretiennent, à travers leur site, l'europanité sous-jacente. L'hypothèse posée est que les sites web des musées visent la mémoire collective pour « faire ressentir » une identité commune (et son adhésion) aux citoyens européens. La mémoire collective est l'ensemble de souvenirs, conscients ou non, d'expériences vécues et/ou mythifiées par une collectivité vivante de l'identité dont le passé fait partie intégrante. Elle « est ce qui reste du passé dans le vécu des groupes, ou ce que ces groupes font du passé. À ce titre, elles évoluent avec ces groupes, dont elles constituent un bien à la fois inaliénable et manipulable, un instrument de lutte et de pouvoir, en même temps qu'un enjeu affectif et symbolique » (Nora 2011 : 299-300).

Notre article compte quatre sections : (1) le contexte dans lequel s'inscrit cette étude, (2) les cadres conceptuels, (3) la méthodologie et (4) et la description des résultats.

1. Contexte de l'étude

a. Mémoire culturelle européenne

Les travaux de Pierre Nora sur les lieux de mémoire sont connus en France comme symboles agençant la conscience nationale. Ces symboles sont des éléments significatifs matériels ou idéels qui relèvent du symbolique d'une communauté. Ils sont décrits à la fois comme des lieux topographiques (les archives, les bibliothèques, les musées), des lieux monumentaux (cimetières, architectures), des lieux symboliques (commémorations, anniversaires et emblèmes). Ils naissent du remaniement de l'histoire et contribuent à l'élargissement de la mémoire collective (Nora 1984 : 26). Ils posent des jalons de la « nouvelle histoire » qui s'efforce de créer une histoire scientifique à partir de la mémoire collective, autour de

¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A11997E151>

problématiques contemporaines et de perspectives multiples où l'individu est inclus dans le social et le collectif (Le Goff 1988a : 170-171). Ils problématisent les représentations du passé dans le présent à travers des images, des paroles, des gestes, des rituels et la fête. La recherche, l'enseignement et la diffusion des savoirs permettent à l'histoire nouvelle de jouer un rôle social essentiel (Le Goff, 1988b : 61). En effet, « la nouvelle histoire » permet d'apporter un éclairage sur les permanences et les changements de la société. Cette nouvelle histoire, apparue dans les années 70 est une histoire profondément sociale et ambitionne d'éclairer dans une approche pluridisciplinaire les représentations collectives et les structures mentales, techniques, sociales et économiques des sociétés.

Nora (1988 : 39) en appelle à la transposition de sa théorie à l'échelle européenne et à focaliser l'investigation sur les lieux de mémoire. Il s'agit selon l'auteur, d'élaborer des représentations culturelles génératrices constituées d'une identité européenne. Pour ce faire, il dresse une typologie non exhaustive de lieux de mémoire : les lieux fondateurs de l'Europe, des lieux liés à des événements décisifs dans l'histoire de l'Europe, des lieux géographiques et géopolitiques, de création, des lieux artistiques, scientifiques et symboliques. Transposé à l'échelle européenne, ce paradigme permet un « kaléidoscope » (François et Serrier 2012 : 13) dont le fer de lance est l'histoire et l'héritage communs qui procèdent par prélèvements significatifs en s'appuyant sur un terreau pluridisciplinaire. Pomian (2004 :100) évoque ce découpage du discours de l'histoire lors de la création du Musée de l'Europe : c'est une histoire *sui generis* qui est ainsi conçue où des partis pris supranationaux ont présidé aux choix muséographiques du musée.

2. Cadre théorique

Les sites web sont des dispositifs médiatiques : ils ordonnent la communication depuis leur possibilité à l'informer dans les cadres du texte écrit en passant par des valeurs et imaginaires dont ils sont porteurs. À ce titre, nous mobilisons la théorie de « l'énonciation éditoriale » telle que la conçoit Souchier (1998). Elle se définit comme un « texte second » (Souchier 2012 : 144), dont le signifiant n'est pas issu des mots mais par le support de l'écriture, l'organisation matérielle du texte, sa mise en forme. En somme, ce « texte second » renvoie au concept « d'architexte » (Souchier *et al.* 2019 : 159) c'est-à-dire, aux outils qui régissent les opérations et formes du texte à l'écran et qui relèvent de cette énonciation. L'un des principaux buts de l'énonciation éditoriale réside dans l'appréhension de « qui parle ? », « à travers quoi ? » et comment ? » (Souchier *et al.* 2019 : 311).

Dès lors, l'analyse que nous proposons entend ne pas faire abstraction des données matérielles des textes et s'orientera sur une sémiologie qui prend en considération les caractéristiques linguistiques et graphiques des textes et aussi leurs conditions matérielles de production. D'abord, elle entend interroger le sens des objets, leur architecture, leur organisation, leur mise en forme spatiale et les processus par lesquels les messages sont transmis à l'internaute. Puis, la compréhension des strates éditoriales autorise une appréhension des significations par emprunt à d'autres objets culturels identifiables. Au-delà de cette déconstruction de l'outil technologique, il conviendra enfin de repérer les postures, les idéologies et les possibilités d'agir au sein du site (Souchier *et al.* : 207).

3. Méthodologie et corpus

Pour la partie descriptive, nous avons mobilisé la typologie de Peter Stockinger (2005 : 13) qui a défini six types de sites Web envisagés comme des lieux de prestations pour le public :

- les simples pages,

- les brochures,
- les sites d'informations et de connaissances,
- les sites qui reflètent l'organisation et les prestations de l'organisation sociale qu'ils représentent,
- les sites à thème,
- les sites complexes qui se présentent comme une institution augmentée.

Cette typologie permet de saisir comment les textes signifient, par les référents culturels qu'ils évoquent, leur mise en forme et leur valeur d'action.

Pour saisir cette valeur, le cadre méthodologique favorisé est l'analyse de contenu thématique. Nous mobilisons la typologie des objectifs des expositions itinérantes environnementales élaborée par Zwang (2013 : 353). Nous l'avons adaptée pour notre corpus en posant l'hypothèse que l'on retrouvera sur les sites Web les mêmes types d'objectifs et que l'identité européenne passera par l'ensemble de ceux-ci. Cela nous permet d'analyser, de manière exploratoire, l'objet muséal en ligne à l'aune d'une communication institutionnelle et européenne qui vise à :

- faire connaître : l'exposition renseigne et expose des constats sans entrer dans l'explication sur les causes d'un phénomène ;
- faire comprendre : la démarche explicative précise les liens de cause à effet d'un fait et relève de la volonté du musée à véhiculer des connaissances complexes ;
- faire ressentir : l'exposition est basée sur les émotions ;
- faire agir : le musée présente les attitudes et les gestes à adopter pour un citoyen européen ;
- faire débattre : le musée initie le visiteur au questionnement en le plaçant dans un cadre interdisciplinaire pour aborder des problématiques sociales ;
- faire valoir : cela relève de la promotion d'actions d'exemplarité du musée dans une optique d'identité commune.

L'analyse de contenu vise à classer les unités d'ordre linguistique, sémantique, iconotextuel des sites au prisme de nos diverses thématiques afin de pouvoir interpréter la communication de ces musées. Notre but dans l'analyse thématique est de repérer ces unités qui constituent l'univers discursif de l'euroanéité. L'unité choisie est le thème qui s'exprime sur les sites dans un mot, un groupe de mots ou une phrase (par exemple la phrase « Installé dans la ville de Bruxelles, siège des institutions européennes, celui-ci sera le "lieu de mémoire" dont l'Europe a besoin » relève de la thématique « Faire valoir »). Chaque thème a été catégorisé en ayant recours à un **découpage systématique** du discours d'ordre sémantique. Nous avons comptabilisé manuellement les unités pertinentes présentes sur les sites Web. La règle de comptage est binaire : 1 pour la présence et 0 pour l'absence, ce qui nous a permis de dégager un score pour chacune des thématiques. Ces scores permettent ensuite d'interpréter les résultats et de comprendre l'univers de représentation des sites Web en matière d'Europe.

Les structures Web ont des présentations tabulaires et sont organisées comme des tableaux qui président à la lecture et à la pratique de la fonction éditoriale (Souchier et *al.* : 179). Elles sectionnent et mettent en scène le discours à l'écran.

Stockinger (2005 : 113) identifie pour sa part plusieurs régions qui déconstruisent le site et permettent de percevoir son organisation :

- les régions paratextuelles qui regroupent les informations liées à l'identité, la localisation, l'appartenance de la structure ;
- les régions textuelles qui pointent les rubriques portant sur la mission et la raison d'être du site. L'internaute clique et découvre les contenus des prestations principales ;

- les régions hypertextuelles qui forment les chemins pour parcourir le site en utilisant les hyperliens. Elles renvoient à l'exploration composant l'objet du site ;
- les régions métatextuelles qui sont des instructions et aides à la navigation;
- les régions péritextuelles situent le site par rapport à son milieu et mettent en scène des liens de partenariats et de dépendances institutionnelles.

Notre analyse a porté sur trois sites Web de musées européens ainsi que leurs ressources :

- le Musée européen de Schengen², localisé dans la ville éponyme ;
- le Musée de l'Europe³, localisé à Bruxelles ;
- la Maison de l'Histoire européenne⁴, localisé à Bruxelles.

Le Musée Européen de Schengen a été inauguré en 2010 et se situe dans le Centre Européen. Il émane d'une décision du ministère luxembourgeois des Affaires étrangères en vue du 25^e anniversaire du Traité de Schengen (1985) et est dédié à l'histoire récente de la création de l'Europe et à la signature des accords de Schengen. Il est soutenu par l'Union Européenne.

En 1997, le Musée de l'Europe était un projet lancé par un petit groupe d'historiens et de promoteurs culturels issus de la société civile. Ce projet associatif est réalisé sous l'impulsion d'un partenariat public-privé, d'entreprises et de fondations, du gouvernement fédéral belge et de la région Wallonne et des institutions communautaires (Parlement, Conseil et Commission). La Maison de l'histoire européenne est un projet à l'initiative du Parlement européen, ouverte au public en 2017. Elle a été lancée par le président du Parlement européen, Hans-Gert Pöttering, en 2007. L'année suivante, un comité d'historiens et d'experts a élaboré un concept intitulé « lignes directrices pour une Maison de l'histoire européenne », envisageant l'institution comme un lieu d'exposition, de documentation et d'information autour de l'histoire de l'Europe.

Le choix de ce corpus réside dans le fait que ces musées sont dédiés de façon inédite à l'Europe, à sa culture, son histoire et à sa mémoire. Ils sont, de par leur nom, porteurs d'une symbolique européenne qui renvoie à l'espace de libre circulation, au processus de construction et d'intégration européennes, et à l'histoire de la civilisation européenne. On peut dès lors analyser comment fonctionne le sentiment d'adhésion en ligne à l'Europe et les mécanismes sous-jacents.

Nous présentons, à présent, les résultats en structurant nos propos autour de traits saillants de l'analyse thématique et du cadre théorique.

4. Résultats

a. Des architectures au degré croissant de complexité

Le Musée européen de Schengen ne possède pas de site à proprement parler mais il est médiatisé à travers une section d'un site institutionnel de plus grande envergure de l'association « Schengen asbl », soutenue par des communes dont Schengen et par des Ministères. La région textuelle se trouve au centre de la page d'accueil avec des informations relatives à l'accord de Schengen. Cette page est réservée à l'annonce de l'information sous forme d'un titre « l'accord de Schengen », d'un résumé et d'une illustration qui occupe le tiers de la page. Une deuxième page, accessible par l'hypertexte « télécharger notre dépliant ici », est réservée à de l'information sous forme d'une brochure. Celle-ci présente de manière brève l'institution et ses prestations (une exposition et l'accueil de groupes). Un menu déroulant sous l'onglet « musée » comporte quatre sections dont deux - « Programme Europe pour enfants » et « Les accords de

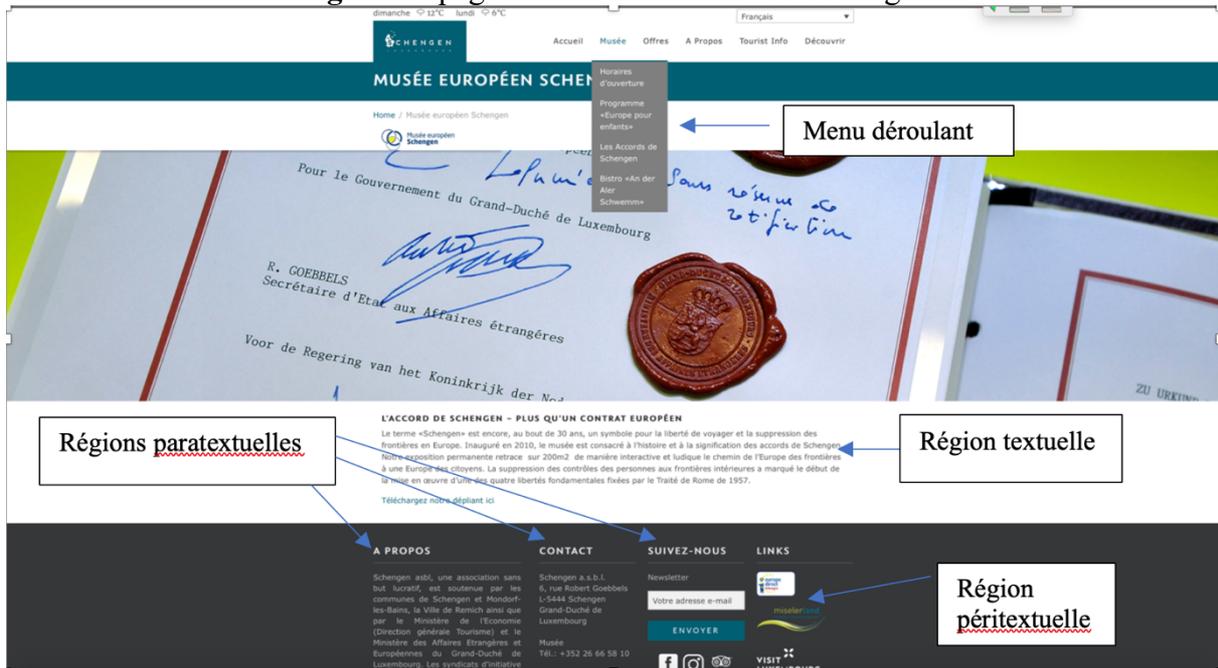
² <https://www.visitschengen.lu/>

³ http://www.expo-europe.be/component/option,com_frontpage/Itemid,1/lang,fr/

⁴ <https://historia-europa.ep.eu/fr/bienvenue-la-maison-de-lhistoire-europeenne>

Schengen » - qui renvoient à la prestation principale du site, à savoir les activités au musée. Ainsi, les accords de Schengen font l'objet d'une explication dans une autre région textuelle⁵. « Programme Europe pour enfants » détaille les possibilités d'activités offertes par l'institution avec des liens hypertextuels pour un programme détaillé et les prises de contact. La section du Musée européen reprend les éléments pratiques d'une visite *in situ* dans l'établissement. Un hyperlien permet à l'internaute de quitter le site pour se rendre – sans que ce soit indiqué explicitement – sur le site « EUR-Lex », qui a trait aux lois européennes en 23 langues⁶. Les régions paratextuelles et péritextuelles sont au bas de la page d'accueil comme l'illustre la figure 1.

Figure 1 : page d'accueil du Musée de Schengen



Ce site web relève de ce que Stockinger (2005 : 16) nomme les « Brochureware ». Il s'agit d'un site d'information qui condense une communication pratique pour appréhender l'institution muséale physique. Le site internet cible donc :

- le visiteur citoyen pour lui apprendre l'histoire européenne ;
- les groupes et classes scolaires pour leur offrir une visite ludique autour de cette thématique historique.

Il renvoie à la posture de découverte d'un traité fondateur de l'Europe. Il élabore une mise en scène avec la région textuelle où, dans un bandeau, figure l'image de la signature du traité par le Grand-Duché du Luxembourg et le sceau qui fige ce moment symbolique dans l'histoire de l'Europe. La région hypertextuelle mène vers le traité lui-même et invite à une posture de découverte de ce lieu de mémoire.

La page d'accueil du Musée de l'Europe se divise en quatre zones distinctes circonscrites dans des cadres rectangulaires autonomes que nous symbolisons par des chiffres dans la figure 2. De gauche à droite, elle contient, un premier cadre dans lequel est contenu un

⁵ <https://www.visitschengen.lu/accord-schengen/>

⁶ [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:42000A0922\(02\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:42000A0922(02))

menu, puis un second qui contient l'annonce d'une exposition « L'Amérique, c'est aussi notre histoire ! ». Puis, un troisième cadre qui représente la région textuelle avec en exergue l'exposition « C'est notre histoire ». L'exposition « C'est notre histoire » est ainsi révélatrice du type de prestations auxquelles le musée souhaite faire accéder les internautes. Enfin, un quatrième cadre offre l'accès à une région péri-textuelle avec un fil d'info RSS et son icône. La figure 2 reprend en détail la composition de la page. En bas de celle-ci se trouve à nouveau une région métatextuelle qui reprend le plan du site et son organisation générale. Le site dispose d'un menu à gauche de l'écran avec cinq sections comme le montre la figure 2.

Figure 2 : page d'accueil du Musée de l'Europe



Le site du Musée de l'Europe relève du troisième type souligné par Peter Stockinger (2005 : 17) : il se présente avant tout comme un « lieu d'accès » patrimonial à des ressources d'information et de connaissances de toute sorte. Effectivement, cela va de la page simple de liens jusqu'à la bibliothèque de ressources textuelles, audiovisuelles, visuelles, etc. en passant par des catalogues et des références proposés aux internautes. Le genre social de référence dont se nourrit ce site est celui de l'institution patrimoniale et de ses fonctions de gestion et d'exploitation d'un fonds patrimonial donné. Il invite l'internaute à une posture d'exploration

d'une exposition et de publications annexes, subséquentement, un mode de relation (regarder, apprendre, et se délecter).

Le site de la Maison de l'histoire européenne est quant à lui un espace à cadres multiples. Il apparaît typiquement comme une organisation tabulaire qui peut se décomposer en sept régions distinctes. Le cadre occupe une place importante sur le site et une multitude de cadres imbriqués dans d'autres représentent des objets cliquables. La figure 3 ci-dessous fait figurer quelques cadres qui symbolisent des prestations sur lesquelles peuvent se rendre les internautes.

Figure 3 : page d'accueil du site



La page d'accueil étant très importante, elle ne peut faire l'objet d'une capture d'écran. Nous avons néanmoins reconstitué sa structuration sur la figure 4.

Figure 4 : Structure de la page d'accueil du site

Logo institutionnel	Menu	Menu hamburger 
Image et région textuelle (les événements) dans 4 cadres		
Région textuelle pour les visites in situ avec 4 cadres : -Une image de l'exposition avec la peinture de Delacroix « la Liberté guidant le peuple » -visitez avec votre famille -visite de groupe -visite d'école		
Région textuelle avec 2 cadres : Cadre « exposition permanente » cadre « exposition temporaire »		
Région textuelle (« découvrir et apprendre) avec 4 cadres qui ciblent les publics (éducateurs et enseignants, familles, adultes, jeunes adultes) et un cadre « actions d'information »		
Région textuelle (les événements) avec des cadres déroulants (3)		
Plan du site divisé en 6 sections :		
1 Région <u>Paratextuelle</u> L'identité du Musée (« Qui sommes-nous ? »)	1 Région <u>Métatextuelle</u> « nous rendre visite »	4 régions textuelles -« <u>Qu'y a-t-il à voir ?</u> » -« <u>Découvrir</u> » -« <u>Quoi de neuf ?</u> » -« <u>Sous la loupe</u> »
Logo institutionnel	adresse	Zone <u>péritextuelle</u> Parlement Européen

Ce site web est un site à « thème » qui renvoie au genre social de l'« encyclopédie spécialisée » et représente le cinquième type proposé par Stockinger (2005 : 19). Il fait l'objet d'une grande complexité incluant des prestations méthodiques d'explications autour de l'Europe sous forme de prestations pédagogiques riches. Il puise dans les différents genres de sites Web (dont le lieu d'accès patrimonial) pour diversifier ses prestations et prendre la forme d'un site de communication autour de l'histoire européenne. Il exploite d'une manière plus poussée les possibilités du support numérique pour une posture d'acquisition des connaissances des éléments dignes de mémoire et de transmission. Cette acquisition des savoirs est d'autant plus marquée que les régions textuelles (expositions et découvrir et apprendre) sont au centre de la page d'accueil.

b. L'euroanéité par l'apprentissage de la mémoire collective

Ces trois sites Web constituent des propositions concrètes d'apprentissage, de formation et d'enseignement visant l'acquisition de savoirs, d'une histoire et d'une culture européennes.

Le tableau 1 reprend les résultats au prisme des six thématiques mobilisées. Les sites ont obtenu des scores bien différents selon nos thématiques.

Tableau 1: Les résultats de l'analyse thématique

Institutions/ Thématiques	Musée de l'Histoire européenne		Musée européen Schengen	Musée de l'Europe	
Faire connaître	65		2	38	
Faire comprendre	136		0	14	
Faire ressentir	126		4	478 (dont 38 nous dans catalogue et 12 dans dossier pédagogique et 32 dans les dossiers presse)	
Faire agir	0		0	1	
Faire débattre	38		0	3	
Faire valoir	26		3	60	
Mot « Europe » (site/catalogues)	1232	340	51	163	934 Dans catalogue exposition : <ul style="list-style-type: none"> • Europe : 218 • Europe de l'Est : 226 • Europe de l'Ouest : 196 • Union Européenne : 86 • Dossier pédagogique : 68 • Dossiers presse : 140

Le Musée européen de Schengen, dispose de peu d'informations sur son site et oriente l'internaute vers des apprentissages *in situ* et vers le traité (lieu de mémoire) : les contenus généraux et symboliques sont à appréhender à l'écran.

Le Musée de l'Europe déploie des ressources d'apprentissage sur l'histoire du processus européen d'unification. Il a pour ambition de fixer des repères spatio-temporels de l'Europe. Ainsi trouvons-nous sur le site dans la section « Le Musée de l'Europe » la phrase suivante : « **avec pour ambition de faire découvrir aux Européens les racines de leur civilisation commune.** » (En gras sur le site). Le musée s'est constitué grâce à l'exposition « C'est notre histoire ! ». Cette exposition et les ressources pédagogiques qui lui sont attachées occupent sur le site une place prépondérante (région textuelle), pour saisir le passé de l'Europe (phénomène de cooccurrence avec un score de 146). D'ailleurs, les ressources pédagogiques contenues sur le site sont conséquentes et se formalisent sous la forme d'un catalogue d'exposition au format PDF et d'un livret pédagogique. Le score de « faire comprendre » et de « faire connaître » est ainsi de 52. Le Musée est donc dispensateur de savoir. Les 14 sections du catalogue d'exposition correspondent au score de « faire comprendre ». Mis bout à bout, le catalogue est considérable et représente 126 pages avec des thématiques différentes. La communication provient du musée, l'internaute lit, regarde et reçoit ces informations indifférenciées sous la même formulation pour tous les usagers. Le catalogue est un condensé de lieux de mémoire (portraits, œuvres symboliques, traité de Rome, géographie, etc). Un livret pédagogique ciblant

les publics scolaires complète cette volonté de « faire comprendre » avec des activités à réaliser en classe pour cerner l'identité européenne.

Le Musée de l'Histoire européenne a également une approche axée sur les savoirs. L'Europe est objet d'apprentissage et d'acquisition de connaissances sur des aspects historiques. Les scores que nous avons relevés (score de 201 : faire connaître et faire comprendre) reflètent parfaitement la mission que se donne la structure quant à sa visée d'apprentissage⁷. Cette tendance est observable sur le site qui déploie plusieurs outils pour l'appropriation des savoirs. Tout d'abord, les éléments en lien avec les apprentissages se font par un ciblage des publics parmi lesquels les « Enseignants⁸ », les groupes et les familles. Lorsque l'on clique sur le menu sur le mot-clé « activités pour la classe », cinq parcours s'offrent à l'internaute comme le montre la figure 5.

Figure 5 : Les activités pour la classe



Dans cet exemple, les savoirs sont disponibles sur des documents PDF et l'élève peut acquérir des connaissances et les consolider grâce à des activités variées. Les objectifs d'apprentissage sont basés sur l'exploitation des ressources pédagogiques dans la classe selon la thématique choisie. Le musée guide l'enseignant dans l'utilisation de celles-ci et propose des activités découpées. L'interaction privilégiée est double :

- entre le musée et l'enseignant qui s'adapte aux activités magistrales proposées dans une situation de communication dans la classe ;

puis,

- entre l'enseignant et sa classe.

Le musée ne précise ni le niveau ni le *curriculum* visé. Il souhaite transmettre un savoir et des éléments-clés de l'histoire de l'Europe. En outre, un aspect coopératif est notable par la présence de débats au sein des activités proposées. Nous avons relevé plusieurs activités relatives au débat (38) ce qui peut signifier une volonté d'instaurer entre les élèves un espace démocratique et participatif afin de développer des compétences citoyennes. Les finalités éducatives d'une éducation autour de l'Europe sont donc une vision démocratique où l'élève

⁷ <https://historia-europa.ep.eu/fr/mission-et-vision>

⁸ <https://historia-europa.ep.eu/fr/enseignants/activites-pour-votre-classe>

peut prendre la parole en classe, visant ainsi une forme de civisme. La phrase tirée des missions du musée reflète bien notre propos : « nous nous efforçons de renforcer la dimension européenne dans l’histoire que l’on débat, que l’on expose et que l’on enseigne » (extrait de la rubrique...). D’autres parcours sont aussi disponibles dans la section « Qu’y-a-t-il à voir ? » avec les éléments « expositions permanentes » et les « expositions temporaires ». Contrairement aux parcours précédents, le site propose des ressources en hyperlien (dispositif technique) pour l’acquisition de connaissances. Ainsi 6 parcours d’apprentissages sont visibles. L’objectif d’acquisition de savoirs est basé sur l’exploration en ligne de lieux de mémoire explicités et mis en scène. L’interaction privilégiée est celle entre le musée et l’internaute qui s’adaptent tous deux aux explications proposées dans une situation de communication individuelle et verticale. L’internaute peut, dès lors, bâtir des parcours individualisés d’apprentissage sur le fonctionnement de l’Europe symbolisés par des flèches sur le bas de la page. La figure 6 montre que le site renvoie à une posture de découverte mémorielle et patrimoniale.

Figure 6 : parcours interactif d’acquisition de savoir

DESSINER LE PROFIL DE L'EUROPE

- **CARTOGRAPHIER L'EUROPE**
- **LE MYTHE D'EUROPE**
- **LE PATRIMOINE EUROPÉEN**
- **LA MÉMOIRE**

Qu'est-ce que l'Europe? La géographie nous montre que l'Europe n'a jamais été un espace clairement défini. Le nom du continent provient de l'ancien mythe grec d'Europe, une histoire qui a été réinterprétée au fil du temps, sous différents angles, comme l'histoire elle-même.

L'Europe est décrite au moyen de ses réalisations et de ses traditions, mais qu'est-ce qui la distingue des autres continents? Pouvons-nous dire que nous avons un passé européen partagé alors que l'histoire a touché les peuples de façon différente? Pouvons-nous trouver des éléments communs, un creuset de la mémoire européenne?



Les fonctions techniques du web reposant sur les liens hypertextes s’inscrivent dans une éducation autour de l’Europe dans la mesure où elles visent un accroissement des connaissances par un accès à davantage d’informations.

L’histoire est mémoire, s’appuie sur des lieux de mémoire et fait l’objet d’un apprentissage en ligne. Elle se montre dans les régions textuelles et hypertextuelles des sites.

c. L’européanité par les émotions

L’objectif « Faire ressentir » sur les sites se traduit de deux façons.

1) L’émotion par les mots

Le Musée de l’Europe se distingue par son score élevé en « Faire ressentir » (score de 478). Le mot « Europe » dans le catalogue d’exposition apparaît 794 fois et dans le dossier pédagogique

68 fois. Ainsi, les déictiques « Nous » (et le pronom possessif « notre ») sont extrêmement utilisés sur le site. « Nous » signifie généralement moi et d'autres, ces "autres" pouvant être désignés plus ou moins clairement grâce au contexte d'énonciation. Selon Labbé (1998 : 4), le « nous inclusif large » relève du "moi", du "vous" et d'autres que le discours désigne. Le Musée utilise ce « nous inclusif large » en suggérant le « vous » (internaute) et le « moi institutionnel ». À titre d'exemple, sur la page d'accueil, en bas, un bandeau texte sous un bandeau image présente l'exposition « C'est notre Histoire !⁹ ». Celle-ci remplit ainsi un rôle d'adhésion citoyenne au discours du musée. Nous avons aussi été attentifs au slogan répété « C'est notre Histoire ! » (score de 146) car il souligne que l'exposition s'adresse « au cœur » et suscite « réflexions et émotions ». L'exposition est utilisée comme un slogan destiné à mobiliser les citoyens européens. Sur l'ensemble du site, ce slogan témoigne d'une valeur perlocutoire et d'« exemplification » (Stockinger : 43). Le musée s'adresse ainsi aux internautes dans l'optique d'un rassemblement : les locuteurs (acteurs du musée) invitent les internautes à dessiner les contours d'une appartenance identitaire et citoyenne.

La Maison de l'histoire européenne est plus inclusive (« nous ») sur son site que dans les ressources pour le public scolaire. Cela s'explique par le caractère particulièrement scolaire de celles-ci, qui se veulent donc plus neutres et recherchent un consensus. Sur le site, l'usage du « nous » et « notre » (lemmatisé) est assez important (33). Cet acte de langage révèle comment le musée s'autorise à dessiner les contours de l'identité européenne dans sa mission. Le mot « Europe » (et variantes lemmatisées) remplit dès lors une double fonction :

- d'apprentissage ;
- émotionnelle de ralliement inclusif au discours véhiculé.

2) Les images, vectrices d'émotions

L'aspect émotionnel et le recours à des images traduisent des relations à l'Europe sous le prisme du symbolisme avec des unités significatives matérielles et immatérielles qui incarnent l'Europe (des lieux de mémoire tels : drapeau, objets phares, portraits, affiches, etc.). Il s'agit d'induire des émotions fortes pour susciter une adhésion à une histoire et à une mémoire commune.

Les images sur le site du musée de Schengen jouent un rôle symbolique avec la signature du traité. Les images et objets des collections à l'écran sont donc des éléments essentiels dans le « faire ressentir ». Cette stratégie affective est employée dans les régions textuelles et hypertextuelles dans l'optique de susciter un ralliement identitaire.

Le Musée de l'Europe présente une « pluie d'images » sur son site (expression tirée d'un dossier de presse) et ses ressources pour faire prendre conscience aux Européens qu'ils partagent un imaginaire commun. Il met à disposition sur son site 22 images en téléchargement et 123 dans le catalogue de l'exposition. La Maison de l'histoire européenne dispose de 93 images sur son site et utilise des images d'objets muséaux pour mettre en scène des lieux de mémoire européens « symboliques » comme l'illustre la figure 7.

⁹ http://www.expo-europe.be/component/option,com_frontpage/Itemid,1/lang,fr/

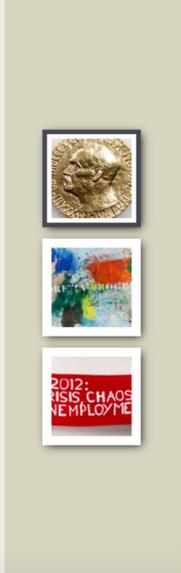
Figure 7 : L'affect par l'image d'objets muséaux du site

ÉLOGES ET CRITIQUES

En 2012, l'Union européenne reçoit le Prix Nobel de la paix pour avoir contribué à promouvoir la paix et la réconciliation ainsi que la démocratie et les droits de l'homme en Europe pendant plus de soixante ans. Mais des critiques protestent contre l'attribution de ce prix alors que des millions de citoyens de l'Union européenne sont très durement touchés par les difficultés économiques, ce qui remet en question le rôle de l'Union à l'avenir.



Le prix est remis aux présidents des trois principales institutions de l'Union européenne le 10 décembre 2012, lors de la cérémonie de remise du Prix Nobel de la paix à Oslo. Le fait que des chefs d'État et de gouvernement de pays ayant été des ennemis pendant des siècles reçoivent ce prix en commun est hautement symbolique.



Médaille du Prix Nobel de la paix Oslo (Norvège) 2012 Fac-similé © Union européenne 2016 / Maison de l'histoire européenne, Bruxelles (Belgique)

d. L'europanité par l'exemplarité institutionnelle

Les musées démontrent une implication institutionnelle dans la cause européenne dans les régions paratextuelles. Ils dépassent une simple prérogative éducative et informationnelle pour aboutir à un double objectif :

- montrer comment l'introduction de la thématique de l'Europe change le rapport des musées au public. En effet, le web est vecteur d'un potentiel du « faire valoir » des actions et réflexions menées par les institutions. Ce « faire-valoir » est aussi employé dans un but de médiation pour encourager le visiteur à adhérer à l'Europe, via une démarche d'exemplarité. La citation du site du Musée de l'Europe est éclairante : « le Musée de l'Europe est aussi un musée d'identité pour contribuer à l'émergence d'un esprit civique européen ».
- repenser la dimension institutionnelle du musée car cet enjeu constitue un impact fort en termes muséologique et muséographique. La problématique du rapport musée/Europe aboutit à une logique sociale commune. Le musée s'engage et prend position dans le débat politique sur l'Europe. Il relaie les savoirs et le fait valoir en ligne. Il se montre vertueux et affiche son exemplarité pour conscientiser l'internaute. Se pose ainsi pour le musée l'implication en matière politique. En outre, grâce à cet engagement valorisé, le musée participe au débat et quitte son statut neutre : « il prend la parole comme un corps constitué de la vie civile » (Davallon, Grandmont et Schiele 1992 : 138).

Dans ce contexte, on assiste à une réactualisation de l'unité culturelle européenne pour trouver un appui au projet politique, qui souhaite enraciner sa légitimité en mobilisant les idées de culture et de patrimoine européens (Wolton 1993 : 320). Le patrimoine et la culture acquièrent une dimension politique et deviennent des éléments phares de la construction européenne. Ils

sont une courroie de transmission entre les discours de rupture et des stratégies communicationnelles d'autant que les musées étudiés ont un lien avec la Commission européenne. Il s'agit donc de « vendre » le « produit Europe » dans une Europe en crise (Babouard et Malesherbe 2015 : 34).

Conclusion

Les sites web des musées sont des vecteurs importants de l'identité et de la mémoire européennes qui s'appuient sur des lieux de mémoire européens. En ligne, ces vecteurs passent par l'apprentissage de l'histoire, par des stratégies affectives et par un devoir d'exemplarité des musées. Cela n'est pas sans poser quelques questions. En effet, ces stratégies institutionnelles peuvent-elles se traduire en pratiques des internautes ? Cela pose donc la question de la réception de l'identité « de propagande » (Calligaro : 35) au sein des groupes sociaux qui visitent les sites. Sont-elles véritablement intériorisées ? Pour dépasser l'obstacle épistémologique que constitue la notion d'identité qui place le regard en priorité sur le discours sans prendre en compte les pratiques, l'intériorisation et la réception des discours et les représentations (Avanza et Laferté 2005 :138), n'est-il pas plus judicieux d'utiliser les notions de « communalité » (partage d'un attribut commun), de « connexité » (attaches relationnelles qui lient les gens entre eux) et de « groupalité » (sentiment d'appartenance à un groupe) au lieu du simple concept d'identité ? Ces notions constituent des manières plus globales dont les acteurs (et les idiomes culturels, les récits publics et les discours dominants sur lesquels ils s'appuient) leur attribuent sens et portée » (Brubaker 2001 : 79).

L'ambition de cet article, qui s'appuie sur une méthodologie heuristique, est d'ouvrir un champ en friche porteur sur la façon dont les organisations culturelles communiquent une ambition politique d'adhésion à un discours en ligne. En espérant qu'il inspire des recherches fécondes !

Bibliographie

BADOUARD, Romain, & MALHERBE, Michaël, 2015, « La communication des institutions européennes sur Internet : vingt ans d'expérimentation politique », *Communication & langages*, 183 :1, 31-58.

BOUDJEMA, Cédric, 2019 « L'éducation muséale en ligne : entre savoir réticulaire, coopération et standardisation », *Les Cahiers du numérique*, vol. 15 : 1, 119-143.

BRUBAKER Rogers, 2001, Au-delà de L'« identité », *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 139, 66-85.

CALLIGARO, Oriane, 2017, « Quelle(s) culture(s) pour l'Europe : Les visions contrastées du Conseil de l'Europe et de l'Union européenne de 1949 à nos jours », *Politique européenne*, 56 : 2, 30-53.

CHARLETY, Véronique, 2006, « Repères fondateurs : Introduire l'histoire dans l'espace public européen », *Politique européenne*, 18 : 1, 17-47.

DAVALLON, Jean, GRANDMONT, Gérard & SCHIELE Bernard, 1992, *L'environnement entre au musée*, Lyon : Presses Universitaires de Lyon, 206 p.

DÉLOYE, Yves, 2006, « La socio-histoire et l'intégration européenne », *Politique européenne*, n° 18, 5-154.

FRANCOIS, Etienne, SERRIER Thomas, 2012, « Les lieux de mémoire européens », *La documentation française*, 64 p.

LABBE, Dominique, 1998, « Le « nous » du général de Gaulle », *Quaderni di studi linguistici*, 4/5, 331-354.

LE GOFF, Jacques, 1988a, *La Nouvelle histoire*, Éditions Complexe, 334 p.

LE GOFF, Jacques, 1988b, *Histoire et mémoire*, Éditions Gallimard, 409 p.

LE TRI, Anne-Kim, 1997, « Le concept de patrimoine européen : méthodes et principes de validation », *Représentations du passé : patrimoine, musées, problématiques identitaires et culturelles en Europe*, Saint-Denis, Le Fil d'Ariane, disponible sur : <http://www.mythe-imaginairesociete.fr/?p=4775>, consulté le 17/07/2019.

MAZE, Camille, 2012, « Des usages politiques du musée à l'échelle européenne : Contribution à l'analyse de l'europanisation de la mémoire comme catégorie d'action publique », *Politique européenne*, 37 : 2, 72-100.

NORA, Pierre, 1984, *Les lieux de mémoires*, Quarto Gallimard, 1643 p.

NORA, Pierre, 1988, « Les lieux de mémoire dans la culture européenne », *Europe sans rivage, de l'identité culturelle européenne, symposium international*, Paris, Albin Michel, 38-42.

NORA, Pierre, 2011, *Présent, nation, mémoire*, Editions Gallimard, 420 p.

POMIAN, Krzysztof, 2004, « Pour un musée de l'Europe. Visite commentée d'une exposition en projet », *Le Débat*, vol. 129, no. 2, p. 89-100.

STOCKINGER, Peter, 2005, *Les sites web : description, conception et évaluation*, Paris, Hermès Sciences publications, 230 p.

SOUCHIER Emmanuel, 1998, « L'écrit d'écran, pratiques d'écriture & informatique », *Communication et langages*, n°107, 1er trimestre 1996, 105-119.

SOUCHIER Emmanuel, CANDEL Etienne, GUSTAVO, Gomez-Mejia, 2019, *Le numérique comme écriture, Théories et méthodes d'analyse*, Armand Colin Codex, 358 p.

TARDY, Cécile, DAVALLON, Jean, JEANNERET & Yves, 2007, « Les médias informatisés comme organisation des pratiques de savoir », *Organisation des connaissances et société des savoirs : concepts, usages, acteurs*, Actes du 6e colloque international du chapitre français de l'ISKO, organisé par le LERASS, université Paul Sabatier Toulouse III. 7 et 8 juin 2007, 169-184.

VERLAET, Lise, 2015, « La deuxième révolution des systèmes d'information : vers le constructivisme numérique », *Hermès, La Revue*, vol. 71, n°. 1, 249-254.

WOLTON, Dominique, 1993, *La dernière Utopie, naissance de l'Europe démocratique*, Flammarion, Paris, 454 p.

ZWANG Aurélie, 2013, *Les expositions comme média éducatifs pour l'Education du développement durable : une légitimation en tension entre cadres prescriptifs et images des concepteurs*, thèse, Muséum national d'Histoire naturelle.

MESSAGERIE ET AGENDA

Rechercher

Boudjema Cedric

Mail

Contacts

Calendrier

Tâches

Porte-documents

Préférences

Revue Communica

Fermer

Répondre

Rép. à tous

Faire suivre

Archiver

Supprimer

Spam

Actions

**Revue Communication & Organisation : accord pour publication**

Expéditeur : marie-helene hermand

À: cedric boudjema

Attestation produite à la demande de C. Boudjema

Le 23 mars 2020

Je soussignée Marie-Hélène Hermand, coordinatrice du numéro 57 de la revue *Communication & Organisation*, à paraître et intitulé « L'identité européenne à travers les sites web de musées européens » signé par

La publication de ce numéro de la revue est prévue fin juin 2020 aux Presses universitaires de Bordeaux.

Bien cordialement,

--

Marie-Hélène Hermand

Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication

Université Bordeaux Montaigne (UBM), Département ISIC - Laboratoire MICA

Responsable du Master Communication publique et politique (UBM/Sciences Po Bordeaux)

Collaboratrice scientifique à l'Université libre de Bruxelles, Centre de recherche ReSIC

