Geneviève VIDAL, *Contribution à l'étude de l'interactivité. Les usages des multimédias des musées*

Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux, coll. Labyrinthes, 2006, 168 p.

Sébastien Rouquette

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/2581>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.2581

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2007

Pagination : 449-451

ISBN : 978-2-86480-849-7

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Sébastien Rouquette, « Geneviève VIDAL, *Contribution à l'étude de l'interactivité. Les usages des multimédias des musées* », *Questions de communication* [En ligne], 12 | 2007, mis en ligne le 12 avril 2012, consulté le 08 avril 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/2581> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.2581>

Ce document a été généré automatiquement le 8 avril 2021.

Tous droits réservés

Geneviève VIDAL, *Contribution à l'étude de l'interactivité. Les usages des multimédias des musées*

Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux, coll. Labyrinthes, 2006, 168 p.

Sébastien Rouquette

RÉFÉRENCE

Geneviève VIDAL, *Contribution à l'étude de l'interactivité. Les usages des multimédias des musées*. Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux, coll. Labyrinthes, 2006, 168 p.

- 1 *Contribution à l'étude de l'interactivité. Les usages des multimédias des musées* de Geneviève Vidal est l'un des derniers livres de la collection Labyrinthes des Presses universitaires de Bordeaux, spécialisée dans l'analyse des technologies d'information communication. Conformément au principe de cette collection, ce livre vise à mieux comprendre les nouvelles modalités d'échange et de fonctionnement permises par l'interactivité des sites de musées. En quoi l'interactivité des sites modifie-t-elle ou non les échanges publics/musées ? Les sites sont-ils finalement conçus comme de nouvelles modalités de diffusion des pièces des musées ou renouvellent-ils les rapports avec le grand public ? La réponse pourrait- « adroitement » - tenir en une formule : cela dépend de la définition d'interactivité choisie. Une réponse qui n'est pas seulement une façon de jouer sur les mots, mais qui dit bien la difficulté et l'importance à définir cette notion. Car, selon la définition choisie, la façon d'envisager les rapports entre musées et internautes diffère totalement.
- 2 La première définition, la plus large, est aussi celle qui fait le plus débat : celle de l'interactivité comme accès à des contenus multimédias scénarisés. Dans cette première version, il ne s'agit pas d'étudier seulement les formes d'interaction proposées sur les sites, mais de disséquer l'ensemble des contenus multimédias de différents musées, les

forums comme les arborescences, les liens proposés, etc. En choisissant une définition aussi extensive, le risque est de diluer l'intérêt spécifique d'une approche strictement interactive des produits multimédias. Reste que, comme le fait Geneviève Vidal, remettre les interactions proposées dans leur contexte multimédia est une nécessité. Son observation de multiples contenus multimédias de sites de musées montre une diversité des pratiques mises en ligne : certains choisissant d'organiser des forums avec facilitateurs plutôt que des médiateurs, d'autres diffusant des questionnaires ou sondages. Elle note surtout que les forums sont dans l'ensemble évités : pour des raisons de coûts (modération), de sécurité, et surtout de positionnement : les musées encadrant les échanges avec leurs publics. Traditionnellement, cela passe par des enquêtes, recueil de témoignages, livres d'or. Électroniquement, cela se traduit par des courriels aux réponses souvent automatisées et par des forums peu actifs. Selon l'auteur, cette faible interactivité tient à la fois à un manque d'engagement des musées et des internautes.

- 3 En ce qui concerne les musées, la mise en ligne d'un site s'inscrit dans des conceptions traditionnelles de médiation culturelle. Selon ce modèle diffusionniste mis en pratique par les sites, les rubriques de jeux, les bases de données, les différents modèles de navigation présentés, les actions proposées (agrandir des images, etc.) continuent de mettre à disposition les collections dont ils disposent. L'objectif principal reste d'irradier le contenu des expositions en ligne. Les musées veulent être des acteurs martres de leurs actions et de la médiation en ligne de leurs collections.
- 4 Du côté des internautes interrogés, la promesse d'interactivité se réduit souvent à la possibilité de choisir. Si l'interactivité amène un pouvoir des usagers, c'est à une condition : privilégier dans la définition de « pouvoir » la stricte notion de possibilité. C'est là une deuxième définition d'interactivité, une vision *a minima* compatible avec le modèle informatique : l'interactivité comme choix, un choix parmi un ensemble de boutons, de propositions, d'options, de chemins de lecture. Dans ce cas-là, le site est jugé interactif au motif qu'il suppose un dialogue homme-machine. Le critère étant qu'une machine est informatiquement capable de traiter de nouvelles données (Thierry Daniel, « L'information locale en ligne peut-elle être interactive ? », pp. 247-261, in : Damian Béatrice, Ringoot Roselyne, Thierry Daniel, Ruellan Denis, coords, *Inform@tion.local* Paris, Éd. L'Harmattan, 2002). Il s'agit alors de pouvoir choisir son mode de consultation, de pouvoir consommer dans des stocks de données numérisées, selon leurs goûts, leurs visites passées ou à venir leur univers social et familial. C'est finalement peu, tout au moins peu impliquant pour les concepteurs des sites. Mais, s'il l'on en croit les enquêtes d'usages réalisées par Geneviève Vidal auprès d'internautes, c'est déjà jugé comme satisfaisant. Parce que cette liberté de mouvement est jugée importante par les internautes, il ne faut ni minorer, ni négliger l'importance accordée à la possibilité de choisir le moment de visite, l'ordre de navigation (consultation hypertextuelle), l'impression d'un accès personnalisé, ou encore le plaisir de la commande du clavier ; d'arriver près du tableau, de pouvoir le toucher.
- 5 Mais en ce qui concerne le dialogue homme-homme, internautes et responsables des sites, voire des musées, cet échange tient à peu de mots. Ici comme ailleurs, le nombre de forums est limité, le nombre d'échanges plus faibles encore. « Rares sont les usagers qui cherchent à concrètement intervenir sur les contenus en ligne » constate-t-elle. On c'est là troisième définition d'interactivité, la plus précise, la plus contraignante mais aussi la plus significative. Car cela implique clairement que les sites n'engagent pas de

nouvelle forme d'appropriation des musées. Élément de comparaison intéressant parce qu'éclairant : les visiteurs laissent plus de réactions dans les livres d'or que les internautes de messages sur les forums. Comme si le visiteur se sentait plus impliqué sur place qu'à distance. En tout cas, leur vote est plus affirmé, plus engagé. La participation qu'implique cette troisième définition d'interactivité est-elle plus difficile à distance que sur place ?

- 6 Comment expliquer ces constats ? Faut-il y voir, une capacité des musées à faire de « l'interactivité à bon compte » comme le pense Geneviève Vidal ? Sans doute si l'on considère combien il est moins risqué pour les institutions muséales de permettre aux internautes d'expérimenter, de toucher, d'agir, de réfléchir sur les collections plutôt que de les critiquer ou de proposer des solutions alternatives. Faut-il y voir également, un des effets du caractère éminemment variable, voire malléable du terme, la promesse d'interactivité recouvrant alors des actions très différentes selon les perspectives adoptées ? Oui probablement. Et le flou qu'implique cette variabilité de la notion explique sans doute, en partie, la difficulté qu'éprouve parfois le lecteur à suivre le fil de la démonstration de l'auteur. Faut-il y voir enfin une forme de renoncement d'internautes plus soucieux d'un site ergonomique, enrichissant, facilement exploitable au prix d'une interactivité modérée ? Sans doute également.
- 7 Au fond, ce dernier sujet abordé en conclusion de ce livre constitue l'une des questions centrales d'une sociologie de l'interactivité : pour quelles raisons sociales beaucoup d'expériences institutionnelles d'interactivité restent encore aussi timides ? Souligner cela revient à dire que les réponses de ce travail conduisent de nouvelles questions : en quoi ce constat d'une faible exploitation des potentialités de l'interactivité de l'internet tient à une « stratégie » sinon pensée et réfléchie, au moins justifiée, rationalisée après coup ? Et à quelles conditions, avec quelles évolutions - économiques, institutionnelles, idéologiques, de concurrence entre les musées, sociétales - les musées comme d'autres institutions pourraient accepter de passer d'une position de contrôle absolu des échanges et des significations portées sur les collections, à une position plus inconfortable de co-construction continue et fragmentée ? Sur le plan des idées, sinon des pratiques, l'interactivité reste bien, en cela le domaine plein de richesses que l'on annonce souvent.

AUTEURS

SÉBASTIEN ROUQUETTE

Université Clermont-Ferrand 3

CEISME, université Paris 3

sebastien.rouquette@univ-bpclermont.fr