

## Les « substituts numériques » : questionner la médiatisation des expositions de musée à l'écran

Article inédit, mis en ligne le 24 juin 2024.

### Sébastien Appiotti

*Sébastien Appiotti est maître de conférences au CELSA – Sorbonne Université, laboratoire GRIPIC. Ses recherches sont à la croisée de l'anthropologie de la communication, de la muséologie et de la sémiotique sociale, et portent notamment sur la connaissance des publics de la culture, la conception et la réception de dispositifs de médiation culturelle numérique, et les pratiques de l'image photographique.*  
[sebastien.appiotti@sorbonne-universite.fr](mailto:sebastien.appiotti@sorbonne-universite.fr)

### Lise Renaud

*Maître de conférences à Avignon Université et chercheure au Centre Norbert Elias (UMR 8562). Sa recherche porte sur les processus de figuration visuelle tant au niveau de leur fondement idéologique que de leur inscription dans des formes sémiotiques. Elle s'intéresse plus spécifiquement à l'imaginaire des médias informatisés et aux stéréotypes de la communication patrimoniale.*  
[lise.renaud@univ-avignon.fr](mailto:lise.renaud@univ-avignon.fr)

## L'EFFET CRISE SANITAIRE DU COVID-19

Plateforme [www.culturecheznous.gouv.fr](http://www.culturecheznous.gouv.fr), visites à distance de lieux culturels et patrimoniaux, mise en ligne d'expositions n'ayant pas pu être montrées au public : si les opérations de médiatisation de l'exposition ne sont pas récentes (Couillard, 2019), la crise sanitaire du Covid-19 et les périodes de confinements successifs ont constitué un accélérateur pour les politiques publiques de numérisation des institutions patrimoniales et plus spécifiquement pour la médiatisation informatisée des expositions.

Cette période a, en effet, été marquée par un florilège d'initiatives médiatiques fortement encouragées par les tutelles, pour maintenir l'activité des institutions culturelles et « rester en contact » avec les publics. Vidéos, sites web dédiés, publications sur les réseaux socio-numériques, etc. : les formats proposés ont été aussi variés que les appellations mobilisées, et ce, sans qu'aucune logique ne préside à leur désignation (« visite en ligne », « exposition numérique », « exposition immersive », etc.). L'accroissement de la présence des musées et monuments dans la production de contenu médiatique informatisé a de surcroît trouvé un écho dans les rubriques « culture » de différents médias (presse écrite, radio, télévision, etc.). Pendant cette période, ces productions en ligne sont devenues les seuls événements permettant aux institutions patrimoniales de continuer à exister dans l'actualité médiatique. Cette événementialisation a eu tendance à masquer l'ancienneté de ces initiatives et a donné l'impression que ces productions médiatiques, et leur prétention à la substitution, étaient nouvelles. Pourtant, si durant cette période, les productions informatisées proposées ont augmenté en nombre, elles se sont majoritairement calquées sur des tendances de formats et standards médiatiques (modèle « Matterport » par

exemple pour la visite d'espaces en trois dimensions) élaborés depuis plusieurs années par les industries médiatisantes (Jeanneret, 2014).

In fine, ces initiatives fonctionnent comme un catalyseur de tendances plus globales qui affectent en profondeur le champ muséal et patrimonial depuis plusieurs années : réquisition numérique (Labelle, 2007), injonction à la participation et à l'innovation (Appiotti, Sandri, 2020), instrumentalisation marchande des médiations muséales (Marti, 2019), évaluation des actions culturelles menées auprès des publics (Eidelman, Roustan, Goldstein, 2008). Elles s'ancrent dans un jeu de représentations sociales qui visent à moderniser le musée et en même temps, à crédibiliser et à authentifier les contenus mis en forme par les entreprises du numérique. Les expositions numérisées sont alors à considérer comme une production médiatique qui, d'une part, illustre le mouvement de numérisation des objets et savoirs patrimoniaux initié dans les années 70-80, et d'autre part, souligne l'évolution des relations entre les industries médiatisantes qui les produisent et les institutions muséales. Cette production constitue en effet « un substitut numérique » au sens de Cécile Tardy : il « tient lieu de l'original et il se prête à des pratiques totalement différentes, liées à sa matérialité numérique et aux dispositifs informatisés qui sont en mesure de le transmettre. La substitution assigne un objet à une autre vie sociale en autorisant de nouvelles contextualisations. Émerge avec le substitut un objet hybride, entretenant au plus profond de lui-même une parenté avec un autre, mais fonctionnant comme un être relativement autonome vis-à-vis de ce dernier » (2012, p. 259-260).

## UNE APPROCHE COMMUNICATIONNELLE DES SUBSTITUTS NUMÉRIQUES D'EXPOSITION

En tenant compte de ces dynamiques anciennes, l'on peut retenir des travaux en sciences de l'information et de la communication menés en amont de la crise sanitaire trois apports principaux pour appréhender cette production médiatique : la substitution numérique comme transformation énonciative ; le fonctionnement sémiotique de ces productions médiatiques vis-à-vis de l'exposition *in situ* ; le rôle et les jeux d'acteurs dans ce processus.

Concernant le premier apport, l'idée selon laquelle l'exposition en ligne ou numérique est une reproduction à l'écran d'une exposition *in situ* constitue un argument de justification pour la mise en place de tels projets et de leur valorisation. L'invisibilisation des médiations qui favorisent la médiatisation d'une exposition (c'est-à-dire l'ensemble des choix éditoriaux qui permettent son inscription à l'écran) corrobore cette impression d'une capacité des outils numériques à dupliquer le réel. La promotion des projets numériques patrimoniaux use alors à loisir des noms comme « double » ou « jumeau » qui, aussi séduisants soient-ils, méritent d'être interrogés dans ce qu'ils masquent et donnent à voir comme processus communicationnels. Suivant cette logique, la notion de « substitut numérique » (Tardy, 2012) est heuristique pour penser cette relation entre la représentation et son objet, mais à la condition de la mobiliser sans réduire les fondements de cette réflexion. Cette notion s'inscrit dans une interrogation plus large sur la conversion de l'exposition à l'image et sur ses enjeux en tant que représentation documentaire. Car c'est bien dans les jeux d'écriture à l'écran (révélés par les pratiques documentaires) que l'exposition montre sa complexité médiatique et les enjeux éditoriaux de sa transposition et de sa médiatisation. En d'autres termes, l'intérêt d'un point de vue communicationnel est moins dans la ressemblance avec l'objet numérisé que dans la

façon dont la circulation des images des expositions affecte la garantie d'authenticité de l'institution muséale (Tardy, 2015). Cette question est centrale pour comprendre ce qui est en jeu dans l'énonciation via les écrits d'écran.

Un deuxième apport met en évidence que l'exposition est un média reposant sur la spatialisation. C'est un assemblage de composants sémiotiques variés suivant un agencement dans un espace donné (Davallon 1999, 2003, Davallon et Flon, 2013). Elle a comme particularité de ne pas se présenter comme un support technique unificateur contrairement à d'autres médias, notamment ceux informatisés. Ainsi, lors de la production de substituts numériques, ces médias prennent en charge par une technique unique de diffusion (l'écran), l'ensemble des composants de l'exposition (objets, texte, personne, espace, etc.) (Davallon, 2003). Cette absorption ne peut qu'interroger : comment s'effectue-t-elle ? Qu'est-ce qui est transposé à l'écran ? Qu'est-ce qui est invisibilisé ? Poser un regard diachronique sur les substituts numériques d'exposition invite alors à observer une évolution des formats de représentation : textes illustrés à l'écran, photographies d'objets de collection commentées, représentations miniaturisées d'un espace d'exposition voire de musée... Au-delà des évolutions techniques facilitant la numérisation, la modélisation ou la captation photographique d'un objet, l'intérêt est ici de relever une transformation des composants représentés et une forte tendance contemporaine à représenter la dimension spatiale de l'exposition et le déplacement du visiteur. Ce point de vue offre la possibilité de déconstruire l'évidence apparente des désignations ou des effets de *mimésis*. Qu'est-ce qui est représenté à l'écran ? Quels sont les composants considérés comme signifiant l'exposition ? Quels sont les signes permettant les processus de reconnaissance ? Sur quels schèmes interprétatifs reposent-ils ? Et quels intérêts y-a-t-il à se référer à l'exposition *in situ* ? En somme, au-delà des appellations mobilisées, qu'est-ce qui fait exposition à l'écran ?

Effectuer une telle déconstruction souligne que, d'une part, l'exposition est un format médiatique reconnaissable, dont l'archétype est celui produit par les musées mais que, d'autre part, les signes utilisés (simulation de déplacement, avatar de visiteur, etc.) conduisent aussi à un brouillage des frontières dont le flou n'est levé que grâce à un affichage explicite de l'énonciateur « musée ». Il suffit pour s'en convaincre de penser aux visites immobilières d'appartement en ligne qui notamment du fait des logiciels similaires utilisés, sont particulièrement semblables à certains substituts numériques d'exposition muséale réalisés pendant la crise sanitaire.

Un troisième apport concerne les relations entre les acteurs en présence et la rencontre entre cultures professionnelles. Si certaines recherches en muséologie ont questionné les jeux d'acteurs autour des premières initiatives françaises de numérisation des patrimoines (de Bideran, 2012, Couillard, 2017), l'effervescence autour de la production de substituts numériques d'exposition, plus seulement à visée documentaire mais au-delà, à visée de médiation auprès des publics, s'est accompagnée depuis le milieu des années 90 d'une diversification de l'offre de services et des acteurs impliqués qui soulève des questionnements. Bien que réside une difficulté méthodologique certaine pour cerner les pratiques culturelles des internautes, le domaine des musées et des patrimoines reste particulièrement attractif pour les industriels. Les rapprochements entre les industries médiatisantes et les musées sont devenus fréquents : chaque partie prenante semble y trouver son intérêt, que ce soit en termes d'images, de réponses aux attentes des tutelles ou de valorisation de son activité. Pour autant cette médiatisation des expositions muséales

affecte aussi les rôles à travers la polyphonie énonciative qu'elle nécessite. Le rôle du musée se limite-t-il à fournir et certifier des contenus ? Quelles sont les conditions pour qu'il soit en mesure de créer un format spécifique ? Cela pose inévitablement la question de la « propriétérisation » des savoirs (Bué, 2021) et notamment celui de la maîtrise du média exposition. Dans cette rencontre, les lieux de savoirs ne se voient-ils pas déposséder d'un format dont ils maîtrisent les codes ? Quelles négociations opèrent-ils pour garder la main ?

Ce Supplément propose de prolonger ces réflexions. Il rassemble des articles inédits consécutifs aux échanges ayant eu lieu lors de deux journées d'étude *Les substituts numériques des expositions* organisées par le GRIPIC et le Centre Norbert Elias avec le soutien de la FR Agorantic, qui se sont tenues respectivement le 4 février 2022 à la Maison de la Recherche de la Faculté des Lettres de Sorbonne Université et le 3 juin 2022 à Avignon Université<sup>1</sup>. Ces deux journées avaient pour objectif d'explorer les formes et formats éditoriaux des projets de numérisations des institutions culturelles et patrimoniales en les replaçant dans le temps long des politiques numériques patrimoniales. Ainsi, au lieu d'adopter une approche par la rupture et la nouveauté, ces deux journées ont acté l'importance de mettre en lumière les filiations et les transformations dans l'approche que les sciences de l'information et de la communication ont progressivement construite sur les substituts numériques d'exposition.

## UNE ARCHÉOLOGIE DES OBJETS ET DES QUESTIONS DE RECHERCHE

A la suite des tournants communicationnel et gestionnaire des musées (Davallon, 1992), des recherches ont interrogé le déploiement des bases de données de musées en ligne (Després-Lonnet, 2009), des CD-Roms culturels (Davallon, Gottesdiener, Le Marec, 1999 ; 2000 ; Séguy, 1999), des sites web (Vidal, 1998). Plus récemment, les regards se sont tournés vers des livres d'art numériques (Saemmer, Tréhondart, 2017) ou des applications mobiles (Lesaffre, Watremez, Flon, 2014 ; de Bideran, Fraysse, 2015 ; Appiotti, 2020 ; Renaud, 2020) et ont mis en exergue les promesses (Renaud, 2017 ; Navarro, Renaud, 2020), injonctions (Pianezza et al., 2019) et implications de ces dispositifs multimédia tant pour les institutions muséales que pour les visiteurs.

Les interrogations sur les usages et enjeux en termes de médiation sont donc loin d'être récentes et conservent une profonde actualité, notamment du fait de l'accélération de la numérisation des contenus et de la textualisation des pratiques sociales et culturelles. Pour autant, l'importance accordée aux stratégies industrielles dans les recherches contemporaines souligne la montée en puissance de questionnements autour d'enjeux politiques, économiques et symboliques sous-jacents au processus de médiatisation numérique des expositions.

Ces productions médiatiques contemporaines méritent d'être appréhendées avec

.....

1. L'organisation de ces deux journées d'étude trouve son origine dans les réflexions collectives des membres du projet EXPOZ (<https://centrenorbertelias.cnrs.fr/programmes-de-recherche/expoz/>) et dans un atelier mené au Mucem Lab avec des professionnels des musées de Marseille. Les échanges avec d'autres musées en France (Hospice Comtesse, Musée Fabre notamment) et les rencontres professionnelles Métis ont aussi contribué à alimenter cette réflexion. Une mention particulière à Yasmine El Bodkhani, stagiaire recherche EXPOZ, qui a plus qu'œuvré à la synthèse de ces discussions.

prudence, c'est-à-dire en mettant à distance les arguments promotionnels qui les présentent comme pleinement novatrices. C'est en réintroduisant du temps long, en inscrivant les pratiques et représentations dans l'histoire des musées et de leurs transformations, dans celle du déploiement de la numérisation et de ses industries, que les logiques de transformations peuvent être pensées dans toute leur complexité.

Ainsi, ce Supplément invite à inscrire les tendances actuelles des musées en ligne dans l'archéologie du déploiement des dispositifs numériques de médiation des patrimoines, à penser les rapprochements entre des acteurs aux cultures professionnelles différentes par les enjeux socio-symboliques qui les incitent, et à mettre à l'épreuve des méthodologies capables de caractériser ce qui se passe derrière la visualisation des écritures et images informatisées, en d'autres termes, derrière les représentations médiatiques des expositions de musée à l'écran.

En préambule à sa lecture, nous présentons les neuf articles de ce dossier en soulignant le choix d'une organisation autour de quatre étapes. Chacune permet de mieux saisir les enjeux sous-tendus par l'actualisation du questionnement autour des substituts numériques d'exposition.

## 25 ANS DE RECHERCHE SUR LES DISPOSITIFS INFORMATISÉS DE MÉDIATION

Depuis les années 1990, les institutions muséales seraient en train de se « culturaliser » (la culture étant ici entendue au sens large, telle que défendue par exemple par l'UNESCO lors de la déclaration de Mexico en 1982) : c'est par ce constat d'une bascule du musée depuis le patrimoine vers la culture que débute l'article de Jean Davallon. Cette dynamique, loin d'être neutre, se traduit concrètement par des injonctions dans les politiques publiques à la démocratisation culturelle, à la gestionnarisation et la marchandisation du fonctionnement du musée et à la montée en puissance de certaines missions (cibler, communiquer, diffuser, etc.).

Ce constat nous a semblé essentiel à partager pour accompagner le lecteur dans sa découverte des thématiques abordées par ce Supplément : 25 ans après les enquêtes de Jean Davallon, Hana Gottesdiener et Joëlle Le Marec (1999 ; 2000) sur les CD-Roms culturels, qu'ont-ils à nous apprendre leurs réflexions sur l'introduction dans les musées des dispositifs informatisés de médiation ? Comment les observations menées pendant cette même période par Marie Després-Lonnet à propos des bases de données patrimoniales continuent-elles de renseigner les représentations des missions du musée de type Beaux-Arts, de ses publics comme du patrimoine culturel ?

Nous retiendrons tout d'abord la portée heuristique de ces deux approches pour analyser la profondeur généalogique des questionnements autour du numérique et du musée, et ce afin d'éviter toute approche tautologique - sur les « effets » ou sur « l'impact » des dispositifs sur les publics et leur expérience esthétique - ou naturalisante - reprenant pour argent comptant les « discours d'escorte » (Jeanneret, Souchier, 2001) autour de l'innovation, de l'éducation d'un « bon » visiteur par le numérique, ou encore de la salvation du musée par ses dispositifs de médiation informatisée.

À cet égard, l'approche comparée proposée par Jean Davallon saisit un triptyque essentiel dans la compréhension de l'arrivée de ces dispositifs au musée : les institutions muséales,

la conception-réalisation et les usagers de ces dispositifs. Or, et c'est le premier écueil pour toute recherche concernant ces derniers : « chacun de ces trois mondes obéit à une logique qui lui est propre ». Au-delà de la multiplication récente des formes dispositives de médiation informatisée, Jean Davallon propose de s'intéresser plus spécifiquement à ce que font ces dispositifs à l'institution sur un plan symbolique comme dans sa quotidienneté. Que ces derniers contribuent à déplacer le centre de gravité de l'institution vers le visiteur, sa participation et son évaluation ou à remettre en cause l'autonomie et la singularité du musée, les dispositifs informatisés sont de précieux indicateurs pour interroger les soubassements idéologiques et techno-sémiotiques de la collaboration entre institutions et industries médiatisantes.

Marie Després-Lonnet, de son côté, propose une démarche similaire en questionnant les modalités d'accès en ligne du patrimoine culturel à partir d'une archéologie d'un « projet technico-politique » au long cours : celui de la numérisation, puis de la mise en visite des collections nationales, avec la base Joconde, et européennes, avec Europeana. La mise en ligne de ces substituts numériques s'est accompagnée au sein des architectes de fonctionnalités permettant la découvrabilité plus ou moins guidée d'œuvres à partir de leur documentation. Ces recherches sur le temps long donnent la possibilité à la chercheuse de constater par exemple certains glissements sémantiques autour de deux dynamiques que nous soulignons : « la distance entre objets matériels et représentations numériques de ces objets s'est effacée. [...] L'image ne renvoie plus vers l'objet ni surtout vers les collections auxquelles il appartient et qui lui donnent son sens en tant qu'objet de patrimoine, elle devient elle-même, par une forme de métonymie visuelle, un sémiophore (Pomian, 1990). » ; « Dans un mouvement inverse, ce sont des contenus et des données qui incarnent et attestent de la valeur, y compris économique, de notre patrimoine culturel ».

Ce double mouvement est l'une des conséquences majeures de ces projets qui ont contribué à mettre en ligne et faire circuler mondialement les objets du patrimoine par leur substitution numérique et leur mise en données. Marie Després-Lonnet invite à juste titre à se saisir des enjeux de pouvoir se tramant dans l'interopérabilité des données, et de leur mise en marché par une multiplicité d'acteurs politiques et économiques : le musée est-il toujours le seul garant de la patrimonialité de ses collections ? Est-il encore perçu comme agent d'autorité sur les substituts numériques d'œuvres qu'il a pourtant contribué à mettre en circulation ?

## ENQUÊTER SUR LES SUBSTITUTS NUMÉRIQUES À TRAVERS LES DISCOURS D'ESCORTE ET LES STRATÉGIES D'ACTEURS

La seconde étape de ce Supplément nous conduit au plus proche de la crise sanitaire du Covid-19, dont nous avons montré plus haut qu'elle avait été un facteur d'accélération de la production et de la diffusion des substituts numériques. Partant de ce constat, Camille Rondot, Allison Guiraud, Caroline Creton, Arnaud Jooris et Julie Pasquer-Jeanne s'interrogent tour à tour sur les stratégies d'acteurs en amont et pendant la phase de conception de dispositifs de médiation informatisée : comment la transformation des missions du musée pendant la crise sanitaire nous renseigne-t-elle plus profondément sur le rôle majeur joué par les substituts numériques d'exposition ? Quelles promesses, espoirs et valeurs cristallisent actuellement ces dispositifs mobilisant des substituts numériques ? Quels rapports de pouvoir se jouent entre les entreprises prestataires et les équipes des

institutions au moment de la conception de tels dispositifs ?

Camille Rondot s'intéresse dans son article aux stratégies numériques de musées sur les réseaux socio-numériques pendant les confinements de population de 2020 et 2021. L'analyse sémio-discursive de son corpus montre la dimension éminemment sémiotique et politique de l'accessibilité de l'institution par l'usage de ses substituts. D'une part, l'auteure identifie des « grammaires de forme » (Rondot) triviales, renseignant tout à la fois des formes d'adresse aux publics privilégiées et un archétype de la visite « idéale » d'exposition de type Beaux-Arts. D'autre part, et en s'appuyant notamment sur Cécile Tardy (2015) considérant que la numérisation des œuvres ne peut être uniquement interrogée par le prisme d'enjeux de conservation, Camille Rondot souligne la manière dont les substituts numériques et leurs usages sont le signe d'une imbrication toujours plus fine entre des enjeux de médiation et de médiatisation, et aussi d'une transformation de la figure du visiteur en ligne, mis en tension par l'institution entre son statut de public et de consommateur de contenus en ligne.

Allison Guiraud interroge de son côté les imaginaires de la visite virtuelle promus par les entreprises conceptrices concernées : son étude est à la fois un défi et une forme de renouvellement méthodologique, puisque qu'elle se propose d'explorer les substituts numériques et leur mise en scène à la croisée de l'ethnographie dans les salons professionnels du secteur culturel et patrimonial et de la sémiotique. Cette approche lui permet de saisir le déploiement, la performativité comme les idéologies structurant les discours d'escorte entrepreneuriaux, et partage avec Yves Jeanneret (2019) le projet de dénaturer les rapports de pouvoir à l'œuvre dans les discours légitimes autour de la médiation culturelle. Ces discours, hybridant certains *topoi* de la médiation culturelle (accessibilité, démocratisation, pédagogie) et du numérique (rapidité, simplicité, ubiquité), renseignent les chercheurs sur la mobilisation des substituts numériques en tant qu'argument d'autorité « sur la nécessité d'une mutation des musées sous l'espèce de la prétendue "transformation digitale" » (Jeanneret, 2019, p.116).

Dans leur article, Caroline Creton, Arnaud Jooris et Julie Pasquer-Jeanne enquêtent sur les stratégies de coopération d'acteurs privés et institutionnels à l'œuvre autour de la conception de dispositifs de médiation informatisée. En s'inspirant d'Howard Becker qui considère le travail artistique comme une « chaîne de coopération » (2010 [1988]) entre une pluralité d'acteurs sociaux, les auteurs entendent ici mettre en évidence la manière dont les phases de conception d'un ensemble varié de dispositifs (réalité virtuelle, films, bornes, cartes interactives, etc.) sont le fruit d'un travail collectif négocié pesant sur la forme même de ce qui est produit. La granularité fine du protocole d'enquête, mêlant à la fois une analyse du Projet scientifique et culturel de deux institutions (domaine de Trévarez ; château des Ducs de Bretagne) et d'entretiens semi-directifs, souligne notamment que le façonnement de la chaîne de coopération dépend avant tout de la taille de l'institution et des enjeux scientifiques de l'exposition. Les trois auteurs indiquent par ailleurs que l'acculturation différenciée des institutions et de leurs agents au numérique conduit à la mise en place de stratégies d'internalisation ou d'externalisation en fonction des compétences en présence, ainsi qu'à des ajustements d'attentes, de pratiques et de « territoires d'action » (Creton, Jooris, Pasquer-Jeanne) entre différents services (médiation, publics) et leurs entreprises prestataires.

## ENJEUX DE REPRÉSENTATION ET DE SUBSTITUTION DES MUSÉES

Le troisième temps de ce Supplément avec Sarah Labelle, Eleni Mouratidou et Caroline Marti, porte sur les enjeux induits par la mise en circulation et la monétisation des substituts numériques. Ces dernières sont en effet vivement encouragées par le ministère de la Culture, pour qui « l'ouverture des données publiques en matière de culture et de communication s'inscrit [...] en faveur du partage des données publiques, ainsi que dans le développement d'une économie numérique culturelle »<sup>2</sup>. Que ces substituts nourrissent de nouveaux formats éditoriaux (IA génératives d'image, telles que Dall-E ou Midjourney), architextes (Google Arts & Culture) ou soient le fer de lance de collaborations entre institutions et monde marchand (accessoires, vêtements, etc.), les enjeux politiques et économiques derrière les écrans sont majeurs, et ce pour un certain nombre d'acteurs : institutions, GAFAM, entreprises du numérique, marques partenaires. À l'aune des transformations affectant l'économie des substituts numériques d'exposition, va-t-on jusqu'à observer une redistribution des rapports de pouvoir entre les différents acteurs précédemment cités ?

Pour répondre à cette interrogation centrale, Sarah Labelle et Eleni Mouratidou ont privilégié l'étude de la plateforme Google Arts & Culture et de ses « prétentions médiationnelles » (Mouratidou, 2020). Les auteures qualifient à cet égard Google Arts & Culture de « musexpo », soit « un format qui condense[nt] la coprésence des musée(s) et lieu(x) d'exposition avec des industries marchandes, y compris celles du web » (Labelle, Mouratidou) et qui permet notamment de désigner comme d'analyser des « lieux d'idéologisation de la culture ». Or, c'est bien cette coprésence entre acteurs culturels et marchands de nature différente qui est naturalisée au sein de Google Arts & Culture par la « re-présentation » d'une œuvre par son substitut. A l'origine créée en 2011 comme un agrégateur de collections de musées partenaires, la plateforme s'est progressivement enrichie de fonctionnalités donnant à voir des processus de substitution à l'œuvre (cartels, gestes manipulatoires du substitut à l'écran, etc.), voire de « méta-substitution », par l'ajout de petites formes (Candel, Gomez-Mejia, 2016 : 73). Google Arts & Culture, sous couvert d'accessibilité et de découvrabilité des œuvres, se positionne en tant qu'« architexte total » dont l'analyse ici proposée met en évidence les enjeux les plus prégnants de ce que fait aux œuvres, aux musées comme à leurs substituts, l'alliance idéologique, politique et socio-économique d'acteurs du numérique et du secteur muséal.

Caroline Marti aborde, quant à elle, ces enjeux de représentation des œuvres par leurs substituts à travers les collaborations entre acteurs marchands et musées. Comprendre les différents régimes d'exposition d'œuvres et de ses substituts quand ces dernières changent de cadre énonciatif est au cœur de la réflexion de l'auteure à partir d'un musée, le Louvre, et de deux marques du secteur de la mode : Uniqlo et Swatch. Dans un contexte d'investissement de plus en plus massif du musée par les acteurs issus de la sphère marchande, les enjeux de valorisation économique des substituts numériques prennent tout leur sens : l'image de l'œuvre, numérisée, reproductible et circulante, va en effet constituer la matière première de partenariats contribuant à ré-énoncer l'œuvre dans un nouveau contexte : celui de l'acteur marchand et de son offre de produits et services dérivés. Les analyses de Caroline Marti constituent en ce sens un apport majeur à

.....

2. Extrait de la description de l'organisation du site data.gouv.fr (<https://www.data.gouv.fr/fr/organizations/ministere-de-la-culture-et-de-la-communication>), consulté le 25 janvier 2024.

la réflexion de ce Supplément, tout particulièrement car elles démontrent « le processus d'inversion de la médiation qui accompagne la facilitation de l'accès à l'œuvre originale », de l'acteur marchand vers l'institution et l'œuvre originelle. Cette inversion permet à l'auteure d'introduire une variable supplémentaire dont il faut tenir compte pour étudier les substituts numériques : l'importance des discours médiatiques d'escorte, qui contribuent grandement, du fait de leur adhésion majoritaire à ce type de partenariat, au succès de ces projets pour les acteurs marchands analysés.

## Étudier les substituts numériques, en faisant dialoguer conception et réception : approches méthodologiques

Un dernier temps de ce Supplément s'intéresse aux défis posés aux chercheurs qui seraient amenés à étudier de façon contemporaine les substituts numériques dans des interfaces numériques variées (application mobile, réseau social, site web, etc.). Nous avons ici choisi de mettre en écho deux approches méthodologiques « bricolées » au plus proche de leurs objets : la première est la « sémiotique sociale » (Saemmer, Tréhondart, Coquelin, 2022), démarche visant à analyser la construction du sens par le sujet face à un objet ; la seconde est une panoplie mixte d'approches, à la croisée de méthodes numériques de recherche (*webscraping*, carnet d'activités en ligne) et de méthodes conventionnellement convoquées dans les études de publics d'institutions (entretiens, questionnaires, *in situ* ou en ligne).

Plus précisément, Alexandra Saemmer et Nolwenn Tréhondart proposent un retour rétrospectif sur un projet de recherche mené autour du livre d'art numérique en France dans les années 2010. Ce dernier s'inscrit dans la lignée des enquêtes menées par Jean Davallon, Hana Gottesdiener et Joëlle Le Marec (1999 ; 2000), en analysant de concert les pratiques de conception et de réception de ces dispositifs. L'objet d'étude sur lequel porte plus spécifiquement l'article est le catalogue d'exposition numérique *Edward Hopper : d'une fenêtre à l'autre*. L'originalité de la démarche réside dans le fait que les substituts numériques sont ici questionnés par le prisme d'une analyse des « filtres interprétatifs » des concepteurs (Tréhondart, 2018, 2016) et des récepteurs (*Ibid.*, 2022) de ce dispositif. Par « filtre interprétatif », les auteures entendent les « motivations socio-culturelles » mobilisées de façon plus ou moins conscientes par le sujet pour étayer sa construction du sens, à partir de savoirs culturels, contextuels, et de ressources interprétatives liées à leurs croyances, ou encore leurs pratiques culturelles et numériques. Cette approche originale a permis aux auteures de co-interpréter les substituts avec leurs enquêtés. Ce faisant, elles ont eu l'opportunité de sonder tout à la fois les horizons d'attente des publics et la manière dont leurs pratiques sont figurées par les concepteurs, puis encodées dans un dispositif tel que le catalogue d'exposition numérique Edward Hopper.

Enfin, Irène Bastard, Marie-Laure Bernon et Marie Ballarini proposent dans leur article une mise en discussion de deux projets de recherche structurants récemment menés à la Délégation à la stratégie et à la recherche de la Bibliothèque nationale de France (BnF). L'un porte sur les publics d'institutions en ligne ; l'autre sur les publics de créateurs de contenus culturels. Les deux recherches ont en commun une question centrale dans leurs réflexions : comment renouveler les méthodes d'études de publics face aux profondes transformations de leurs pratiques, notamment en ligne ? Cet article, du fait de sa démarche comparée, offre l'opportunité au chercheur de mieux cerner les points aveugles et les biais des méthodes de recherche quand les chercheurs analysent les publics

des substituts numériques d'exposition. Il est également un vibrant plaidoyer pour sortir des silos disciplinaires et méthodologiques, en arrivant à la conclusion « qu'aucune approche ne se suffit à elle-même et que l'accumulation des points de vue sur les visiteurs et leurs visites reste nécessaire », à la fois quantitative et extensive, mais aussi intensive et qualitative.

## VERS UNE POSTURE DE VIGILANCE ?

La thématisation des contributions à ce Supplément offre un chemin de lecture possible pour fournir au lecteur des clés de compréhension des mutations profondes du musée, des œuvres comme des expositions numériquement substituées. En 2019, Yves Jeanneret considérait que le musée était doublement inquiété : d'une part, du fait de la remise en cause de son identité historique, au bénéfice d'une identité et de missions concurrentes, en tant qu'acteur favorisant la circulation des contenus (dont les substituts numériques) au sein des industries médiatiques ; d'autre part, du fait d'injonctions accrues à changer et à se moderniser, dans un contexte où les industries médiatiques lui contestent son statut à faire autorité culturelle et ont des prétentions fortes à agir sur le social.

Jean Davallon, reprenant ce constat dans la conclusion de son article, fait l'hypothèse que le chercheur ne reste pas insensible face à ce qui pèse sur le musée et ses missions. A plusieurs reprises, les articles de ce Supplément ont souligné les profonds changements de posture et de régime de coopération entre professionnels du musée, entreprises et chercheurs. Loin d'être anecdotique, une approche par les substituts numériques est donc plus que jamais d'actualité, en étant au carrefour d'enjeux culturels, économiques, politiques et sociaux pour le musée. Ce Supplément nous invite, en tant que chercheur, à rester vigilant, scrupuleux, à interroger son éthique de la recherche comme ses méthodes, pour pleinement se saisir des « situations paradoxales dont la rencontre entre la logique du musée et celle des industries médiatisantes est porteuse ».

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Appiotti, Sébastien (2020), Photographiez, participez ! Cadrage du regard et pratiques photographiques du public au fil des mutations du Grand Palais. Université Paris 8 Vincennes-Saint-Denis, <https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-03185227>

Appiotti, Sébastien ; Sandri, Éva (2020), « « Innovez ! Participez ! » Interroger la relation entre musée et numérique au travers des injonctions adressées aux professionnels », *Culture & Musées*, n° 35, <http://journals.openedition.org/culturemusees/4383>

Becker, Howard Saul (2010 [1988]), *Les mondes de l'art*, Paris : Flammarion (collection « Art, histoire, société »).

Bideran, Jessica de ; Fraysse, Patrick (2015), « Guide numérique et mise en scène du territoire, entre médiation patrimoniale et stratégie de communication touristique », *Études de communication*, n° 45, p. 77-96.

Bideran, Jessica de (2012), *Infographie, images de synthèse et patrimoine monumental : espace de représentation, espace de médiation*, thèse de doctorat en art et histoire de l'art - Université Michel de Montaigne - Bordeaux III.

Bué, Pascal, (2021), « La représentation contre la représentation. Dispositifs d'écriture de l'espace et pratiques de représentation : l'objet de la querelle », *Interfaces numériques*, Vol 10, n° 1, <https://doi.org/10.25965/interfaces-numeriques.4535>

Candel, Etienne ; Gomez-Mejia, Gustavo (2016), « Le bouton like : poétique du clic, vertige des discours », *Semen*, n° 42, p 71-92.

Couillard, Noémie (2017), *Les community managers des musées français : identité professionnelle, stratégies numériques et politique des publics. Héritage culturel et muséologie*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication - Université d'Avignon; Université du Québec à Montréal.

Couillard, Noémie (2019), « Les politiques culturelles numériques : repenser la place des nouvelles technologies dans le patrimoine », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 19, S1-A, p. 13-26, <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2019-S1-page-13.htm>.

Davallon, Jean (1992), « Introduction. Le public au centre de l'évolution du musée », *Culture & Musées*, n° 1, p. 10-18.

Davallon, Jean (2003), « Pourquoi considérer l'exposition comme un média ? », *MédiaMorphoses*, n° 9, p. 27-30.

Davallon, Jean ; Flon, Émilie (2013), « Le média exposition », *Culture & Musées*, Hors-série, p. 19-45.

Davallon, Jean ; Gottesdiener, Hana ; Le Marec Joëlle (1999), « Les cédéroms de musées, vers de nouveaux rapports du public aux œuvres ? » (p. 135-148), in Château, Dominique ; Darras, Bernard (dir.), *Arts et Multimédia : l'œuvre d'art et sa reproduction à l'ère des médias interactifs*, Paris : Publications de la Sorbonne.

Davallon, Jean ; Gottesdiener, Hana ; Le Marec Joëlle (dir.) (2000), *Les premiers usages des cédéroms de musée*, Dijon : OCIM.

Després-Lonnet, Marie (2009), « L'écriture numérique du patrimoine, de l'inventaire à l'exposition : Les parcours de la base Joconde ». *Culture & Musées*, n° 14, p. 19-38, [https://www.persee.fr/doc/pumus\\_1766-2923\\_2009\\_num\\_14\\_1\\_1505](https://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2009_num_14_1_1505).

Eidelman, Jacqueline ; Roustan, Mélanie ; Goldstein, Bernadette (dir.) (2008), *La place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées*, Paris : La Documentation française (collection « Musées-Mondes »).

Jeanneret, Yves ; Souchier, Emmanuël (2001), « Présentation. Les T.I.C., objets de valeur », *Communication et langages*, n° 128, p. 33, <https://doi.org/10.3406/colan.2001.3072>.

Jeanneret, Yves (2014), *Critique de la trivialité. Les médiations dans la communication, enjeu de pouvoir*, Paris : Non Standard.

Jeanneret, Yves (2019), « La place des transformations médiatiques dans l'évolution des musées. Une problématique. » (p. 97-123), in Le Marec, Joëlle ; Schiele, Bernard ; Luckerhoff, Jason (dir.), *Musée, Mutations...*, Dijon : Éditions universitaires de Dijon.

Labelle, Sarah (2007), *La ville inscrite dans « la société de l'information » : formes d'investissement d'un objet symbolique*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication - Université Paris IV Sorbonne, Celsa.

Mouratidou, Eleni (2020), *Politiques de re-présentation de l'industrie de la mode. Discours, dispositif, pouvoir*, Londres : ISTE.

Pianezza, Nolwenn ; Navarro, Nicolas ; Renaud, Lise (2019), « Pour une archéologie de l'injonction : leitmotivs dans la presse autour des projets numériques patrimoniaux », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n°19/S1-A, p. 27-38, <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2020/01/2019A-02-Pianezza-Navarro-Renaud.pdf>

Navarro, Nicolas ; Renaud, Lise (2020), « Fantasmagorie du musée : vers une visite numérique et récréative », *Cultures & Musées*, n° 35, p. 133-163, <https://doi-org.buproxy2.univ-avignon.fr/10.4000/culturemusees.4713>.

Pomian, Krzysztof, (1990), « Musée et patrimoine », (p. 177-198), in Jeudy, Henri Pierre, *Patrimoines en folie*, Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme.

Renaud, Lise (2017), « Versailles sur écran. Promesses touristiques numériques et visite fantasmée », *Communication & langages*, vol. 191, n° 1, p. 67-81.

Renaud, Lise (2020), « Repenser les outils numériques d'interprétation patrimoniale » (p. 133-155), in Deramond, Julie ; Bideran, Jessica de ; Fraysse, Patrick (dir.), *Scénographies numériques du patrimoine*. Avignon : Éditions universitaires d'Avignon, consulté le 05 septembre 2023, [hal-03279026](https://hal-03279026).

Saemmer, Alexandra ; Tréhondart, Nolwenn, (2017), « Approche socio-sémiotique du catalogue d'exposition numérique *Edward Hopper. D'une fenêtre à l'autre* » (p. 169-202), in Saemmer, Alexandra ; Tréhondart, Nolwenn, *Livres d'art numériques : De la conception à la réception*, Paris : Hermann.

Saemmer, Alexandra ; Tréhondart, Nolwenn ; Coquelin, Lucile (2022), *Sur quoi se fondent nos interprétations ? Introduction à la sémiotique sociale*, Lyon : Presses de l'Enssib.

Tardy, Cécile (2012), *Représentations documentaires de l'exposition*, Paris : Éd.Hermann (collection « Cultures numériques »).

Tardy, Cécile (2015), « La médiation d'authenticité des substituts numériques ». in Tardy, Cécile, & Dodebei, Vera, *Mémoire et nouveaux patrimoines*. Marseille : OpenEdition Press.

Tréhondart, Nolwenn (2018), « Pratiques de conception du livre numérique enrichi : enjeux idéologiques et créatifs », *Interfaces numériques*, Vol.7, n° 3, <https://doi.org/10.25965/interfaces-numeriques.3619>.

Tréhondart, Nolwenn (2016), *Le livre numérique enrichi : conception, modélisations de pratiques, réception*, thèse en sciences de l'information et de la communication, université – Université Paris 8, Saint-Denis.

Vidal, Geneviève (1998), « L'interactivité et les sites Web de musée », *Publics et Musées*, n°13, p. 89-107, [https://www.persee.fr/doc/pumus\\_1164-5385\\_1998\\_num\\_13\\_1\\_1103](https://www.persee.fr/doc/pumus_1164-5385_1998_num_13_1_1103)