

La cybermuséologie et ses nouveaux objets culturels : mise en contexte et étude de cas

Cybermuseum and its new cultural objects: Contextualization and case study

Eric Langlois

Volume 7, numéro 2, 2015

La collection muséale

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1030251ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1030251ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Association Québécoise de Promotion des Recherches Étudiantes en
Muséologie (AQPREM)

ISSN

1718-5181 (imprimé)

1929-7815 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Langlois, E. (2015). La cybermuséologie et ses nouveaux objets culturels : mise en contexte et étude de cas. *Muséologies*, 7(2), 73–93.
<https://doi.org/10.7202/1030251ar>

Résumé de l'article

Musées et expositions virtuels sont-ils synonymes de musées et d'expositions en ligne ? Pourquoi certains chercheurs préconisent-ils l'emploi des désignations *cybermusée* et *cyberexposition* ? Peut-on considérer ces productions médiatiques comme étant de nouveaux objets culturels ? En quoi le sont-ils ? En plus de proposer des réponses à ces questions, cet article met de l'avant un certain appareil critique, permettant ainsi d'appréhender l'étude d'un corpus cybermuséal précis. La cybermuséologie, spécialisation de la muséologie contemporaine, commande une réflexion certaine. Celle-ci est souhaitable, voire nécessaire pour envisager toute production relative à ce domaine.

Article quatre

La cybermuséologie et ses nouveaux objets culturels : mise en contexte et étude de cas

Eric Langlois

Eric Langlois est professeur de muséologie et patrimoines à l'Université du Québec en Outaouais (UQO). Spécialisé dans le champ de recherche qu'est la cybermuséologie, on lui doit notamment la création du premier programme dans ce domaine au Canada (1^{er} cycle). C'est après une carrière professionnelle consacrée au développement d'applications en cybermuséologie (sites, jeux, expositions), qu'il est engagé par l'UQO en 2002 afin de développer ce programme au sein de l'École multidisciplinaire de l'image (ÉMI). Il y crée également, avec la professeure Nada Guzin Lukic, un programme de premier cycle complet en muséologie et patrimoines. Il a en outre fait partie de l'équipe professorale de l'ÉMI qui a initié un nouveau programme de maîtrise en muséologie et pratiques des arts. Alliant théorie et pratique, il réalise des mandats de recherche pour différents organismes et institutions. Son expertise unique est reconnue au Canada et à l'international.
eric.langlois@uqo.ca

74

Musées et expositions virtuels sont-ils synonymes de musées et d'expositions en ligne ? Pourquoi certains chercheurs préconisent-ils l'emploi des désignations *cybermusée* et *cyberexposition* ? Peut-on considérer ces productions médiatiques comme étant de nouveaux objets culturels ? En quoi le sont-ils ? En plus de proposer des réponses à ces questions, cet article met de l'avant un certain appareil critique, permettant ainsi d'appréhender l'étude d'un corpus cybermuséal précis. La cybermuséologie, spécialisation de la muséologie contemporaine, commande une réflexion certaine. Celle-ci est souhaitable, voire nécessaire pour envisager toute production relative à ce domaine.

L'univers de la cybermuséologie engendre bon nombre de productions culturelles. Du cybermusée à la cyberexposition, en passant par les cyberactivités d'apprentissage, les musées sont pour la plupart actifs dans Internet, à divers degrés. Ces nouveaux objets de culture, comme formes particulières d'actualisation de la muséologie, rendent compte d'une variété d'approches de mise en ligne des patrimoines matériels et immatériels. À cet effet, cet article propose une réflexion sur la cybermuséologie et sur la nature de ses productions, ainsi qu'un regard analytique sur un terrain précis, soit celui d'une sélection de sites Web de certains musées ayant fait l'objet du séminaire doctoral d'été 2013 en muséologie de l'Université du Québec à Montréal¹.

Plus particulièrement, ce texte propose une mise en contexte du terme *cybermuséologie* afin d'en étayer la justesse ; il discute de ce qu'impliquent les acceptions usuelles du qualificatif nouveau et de l'arrimage de celui-ci avec le corpus impliqué ; ensuite les différentes considérations qui ont articulé l'analyse effectuée sont répertoriées et expliquées ; finalement, observation et analyse viennent prendre place en dernière partie du texte.

Cybermuséologie : précisions ontologiques et sémantiques

Il est important de mettre en contexte le terme *cybermuséologie* et ses corrélats : *cybermusée* et *cyberexposition*. D'une part, parce que plusieurs appellations sont en usage pour nommer les formes d'actualisation de la muséologie dans Internet et la pratique qui les engendre ; d'autre part, parce qu'il y a confusion sémantique quant à celles-ci.

Déjà, en 2003, mes travaux de deuxième cycle m'ont amené à établir des distinctions parmi les différentes acceptions courantes dans le domaine². Rien, au sein de la littérature, n'était alors établi pour permettre un départage sémantique. Qui plus est, le néologisme *cybermuséologie* n'avait pas été identifié comme l'unité linguistique appropriée permettant de nommer une pratique qui pourtant existait déjà depuis environ neuf ans³. Il était important, comme cela le demeure aujourd'hui, de donner certaines précisions afin de déterminer ce qui caractérise les diverses formes de productions muséales numériques et, ainsi, être en mesure de les départager. De façon globale, les acceptions courantes, tant à l'oral qu'à l'écrit, se sont déclinées et se déclinent encore de la façon suivante : on qualifie la muséologie, les musées et leurs expositions par l'utilisation des qualificatifs *virtuel* et *numérique*, mais aussi par l'utilisation de la locution adjectivale *en ligne*. Or, le qualificatif le plus couramment utilisé demeure *virtuel*. Mais comment s'y retrouver ? Il faut dans un premier temps identifier ce qu'induit le terme *virtuel* et, dans un deuxième temps, départager ce qui relève ou non de la médiatisation par ce média qu'est Internet.

On peut longuement discuter, notamment d'un point de vue philosophique, de ce que recèle le terme *virtuel*, mais il convient de retenir ici quelques significations. Ce terme se trouve en décalage quant à sa réelle signification et à son usage courant dans le domaine de la cybermuséologie. De fait, les appellations que sont *musée virtuel* et *exposition virtuelle* sont largement utilisées depuis plusieurs années déjà. Bernard Deloche, bien qu'ayant publié en 2001 un ouvrage portant le titre *Le musée virtuel*⁴, revient avec une publication subséquente (en 2007) avec des précisions sémantiques sur ce terme.

1 MSL9005, Objets, expositions, médias. Nouveaux objets. Doctorat en muséologie, médiation, patrimoine. Université du Québec à Montréal. Mai 2013.

2 Programme 2-131-1-0, Maîtrise en muséologie effectuée de 2000 à 2005. Université de Montréal (Programme conjoint Université du Québec à Montréal et Université de Montréal).

3 Les premiers cybermusées dans le monde sont apparus vers 1994. Au Canada, le Musée canadien des civilisations a lancé la première version de son site Web en 1994. Lire à ce sujet MACDONALD, George et Stephen ALSFORD. *Le musée numérique*. <<http://www.civilisations.ca/recherche-et-collections/recherche/resources-pour-chercheurs/essais-1/museologie/macdonald-et-alsford/le-musee-numerique/>> (consulté le 13 juin 2013).

4 DELOCHE, Bernard. *Le musée virtuel. Vers une éthique des nouvelles images*. Paris : Presses universitaires de France, 2001.

On sait que, loin d'être une invention récente comme le croit souvent le grand public tenté de saluer l'apparition d'un néologisme, le terme de *virtuel* est ancré dans les racines de la pensée occidentale. Il vient du latin *virtus*, qui signifie la puissance ou la capacité à faire quelque chose (Aristote). Ainsi compris, le virtuel ne désigne ni l'irréel ni le numérique ni l'image de synthèse. Il n'est que du réel « en puissance d'être actualisé »⁵.

En partant de cet entendement du terme *virtuel*, Deloche présente le musée virtuel comme un concept qui englobe les diverses solutions à la question de la mémoire collective, comme un cadre général dans lequel doit s'inscrire toute réflexion en muséologie. Le musée virtuel est alors bien loin d'être restreint à l'entendement usuel que l'on s'en fait. D'abord, il n'est pas la simple transposition du musée physique au cybermédia et, ensuite, il serait davantage compris comme une muséologie en puissance de s'actualiser sous différentes formes et réalités. Conséquemment, les actualisations de ces entendements sont plurielles et Deloche en retient les suivantes : musée institutionnel, musée de collection privée, musée de la mobilité, musée sans collections, musée inventaire, musée imaginaire. L'appellation *musée virtuel* n'y paraît pas, car celle-ci englobe l'ensemble de ces actualisations. Conséquemment, cela a pour effet de mettre en contexte le terme *cybermusée*. Deloche entend celui-ci de la manière suivante :

Cybermusée signifie en effet musée cybernétique ou musée existant par le relais des machines à informations. Une autre expression adéquate et moins intimidante tend aujourd'hui à s'imposer concurrentement à celle, totalement inadéquate, de *musée virtuel*, il s'agit de « musée en ligne »⁶.

L'appellation *musée en ligne* peut être utilisée et elle est ontologiquement le synonyme de *cybermusée*. L'expression *musée virtuel*, dans son utilisation vernaculaire et erronée, n'est pas suffisamment précise. Ce qui est important dans cette mise au point sémantique, c'est de prendre acte que l'on doit départager ce qui est en ligne de ce qui ne l'est pas. Or, *musée virtuel*, dans son acception populaire, peut englober toute production muséale numérique, cyber ou non. Cette distinction ontologique ne relève pas du simple caprice linguistique, mais d'une réelle considération quant aux caractéristiques intrinsèques et médiatiques de ce qui est véhiculé par Internet. Ce média est en réseau et cela implique qu'il engendre une logique qui est propre à son caractère hypermédiatique. Quant aux acceptions que sont *muséologie numérique*, *musée numérique* et *exposition numérique*, elles sont acceptables, dès lors qu'elles sont entendues comme englobant toutes les productions, qu'elles soient en ligne ou non.

L'équipe d'André Desvallées et François Mairesse fait paraître en 2011 le *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*⁷ dans lequel sont définis les termes *cybermusée* et *cybermuséologie*. C'est évidemment un pas dans la bonne direction. *Musée numérique* et *musée virtuel* s'y trouvent également. Toutefois, si l'ensemble des définitions proposées identifie certaines distinctions, le départage net entre ce qui relève ou non d'Internet n'y est pas établi. La juste utilisation du préfixe *cyber* pour qualifier ce qui relève de la muséologie en ligne devra être encore promue dans le domaine pour en inscrire l'usage et, ce faisant, pour susciter une réelle prise de conscience. Pourtant, on peut observer l'emploi courant de ce préfixe dans divers cas de figure, notamment *cyberculture* ou *cyberespace*, pour ne nommer que ceux-ci. Personnellement, j'ai systématiquement employé l'appellation *cybermuséologie* dans mes différents travaux de recherche dès 2003,

5 DELOCHE, Bernard. *La nouvelle culture. La mutation des pratiques sociales ordinaires et l'avenir des institutions culturelles*. Paris : L'Harmattan, 2007, p. 162.

6 *Ibid.*, p. 161.

7 DESVALLÉES, André et François MAIRESSE. « Cybermusée et Cybermuséologie ». *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*. Paris : Armand Colin, 2011, p. 584.

allant jusqu'à concevoir en 2004, et à implanter en 2007, une formation universitaire en cybermuséologie⁸.

Nouveaux objets ?

Les cybermusées et les cyberexpositions sont-ils de nouveaux objets de culture ? Avant de répondre à cette question, il importe de se questionner sur le sens de l'adjectif qualificatif *nouveau*. Tout d'abord, son caractère subjectif doit être souligné. Comment peut-on en justifier l'utilisation pertinente ? Selon les définitions des dictionnaires usuels, est nouveau ce qui se manifeste pour la première fois, ce que l'on voit ou connaît depuis peu de temps, ce qui est inconnu ou inhabituel, ce qui est dans un tel état ou situation depuis peu de temps, ce qui relève de l'inexpérimenté, ce qui débute, ce qui est récent, ce qui est moderne, ce qui est original, enfin, ce qui tend à remplacer, voire ce qui succède. Force est d'admettre que les acceptions sont plurielles, mais on peut aussi prendre acte que tous ces entendements se fédèrent autour de l'insérité, du récent et du subséquent, comme nouvelle réalité.

Les cybermusées et les cyberexpositions induisent-ils de nouvelles réalités ? Pour un instant, prenons l'approche sémiotique pour y répondre. Celle-ci permet, entre autres, de révéler le caractère ontologique des dispositifs médiatiques et d'exercer ainsi une juste appréciation qualitative de ces derniers. On peut alors objectivement affirmer que les cybermusées et les cyberexpositions sont composés de supports (écrans) et de signes (textes, images et sons). Ceux-ci sont visibles et investis de significations, en tant que *sémiophores*⁹, un terme issu des travaux de Krzysztof Pomian. Dans le contexte de la cybermuséologie, les

musées utilisent le format médiatique du site Web pour littéralement mettre en média les contenus muséaux numériques relatifs à leurs collections, à l'écran, et donc au sein de l'interface. Ce processus est ici entendu comme celui de la *médiatisation*, dans le sens de « mettre en média¹⁰ ». Or, ces mêmes contenus muséaux, ainsi médiatisés, comportent évidemment des images représentatives d'objets de collections. Celles-ci ont été constituées par la photographie ou la numérisation. En conséquence, des captations par l'image (consignations) ont eu lieu. On a ainsi capté numériquement les sujets à représenter. Cette opération médiatique peut être entendue comme celle de la *médiation* par l'image. Catherine Saouter l'entend de cette manière dans ses travaux sur l'image¹¹. À partir de cet entendement du terme « médiation », elle propose même l'utilisation du corrélat néologique « *médier* » comme désignant l'action menant à la médiation. De ce fait, un objet muséal peut être « médié » par des procédés de consignation numérique, comme il a pu l'être à une certaine époque par des procédés argentiques, voire analogiques. Il est important de distinguer cet entendement du terme « médiation » de celui relatif au champ de pratique de la « médiation culturelle », au sens d'intermédiaire (humain ou objet) entre un corpus muséal et des publics. L'avantage d'envisager de cette façon les termes « médiatisation » et « médiation », et donc les opérations qui en découlent, est de permettre, en situations de production et d'analyse d'occurrences cybermuséales, d'appréhender distinctement ce qui relève de l'articulation d'un dispositif (le site Web et ainsi l'interface) et ce qui participe à l'efficacité médiatique de ses contenus (en particulier les images). En somme, et dans le présent contexte, ces entendements permettent entre autres d'affirmer que les sémiophores cybermuséaux relèvent d'un résultat

8 Voir : Université du Québec en Outaouais. 8742 – *Mineure en cybermuséologie*. <<http://services.uqo.ca/Consultation-BanqueProgrammes/programmes/8742.html>> ; et 6742 – *Certificat en cybermuséologie*. <<http://services.uqo.ca/ConsultationBanqueProgrammes/programmes/4742.html>> (sites consultés le 13 juin 2013).

9 Le texte reprend ici des considérations ontologiques inhérentes à la définition du concept qu'est le sémiophage, tel que défini par POMIAN, Krystof. « Histoire culturelle, histoire des sémiophores ». In. RIOUX, Jean-Pierre et Jean-François SIRINELLI (dir.). *Pour une histoire culturelle*. Paris : Gallimard, 1994, p. 73-100.

10 SAOUTER, Catherine. *Médiation et médiatisation : quelques redéfinitions*. Montréal : texte inédit, 2011.

11 *Id.*

médiatique issu du processus qu'est celui de la médiatisation. Aussi, impliquent-ils un échange entre deux ou plusieurs partenaires (voire entre l'autorité muséale et les publics internautes, ou entre ces mêmes publics), et entre le visible (l'interface, l'écran) et l'invisible (le code). Or, si les signes qui composent ces nouvelles formes de médiatisation muséale demeurent usuels (images, textes et sons), le support qu'ils imposent implique un rapport qui est relativement nouveau : l'écran porte l'invisible à son paroxysme dans son rapport au visible. D'une part, celui-ci, par le biais de l'interface, dispose d'une logique qui lui est propre et qui évolue constamment, tant en termes de formats qu'en procédés pour le manipuler. La souris et le clavier, intermédiaires usuels entre la main et l'écran, tendent aujourd'hui à laisser place à un rapport plus direct entre le corps et le support, soit par le raccourci *doigts-écran* qu'offrent maintenant les divers écrans tactiles. D'autre part, le langage de l'invisible, le code, articule ce que l'écran donne à voir et c'est dans cette dynamique communicationnelle¹² que des échanges s'établissent, entre destinataires et destinataires, et ceux-ci disposent de moyens de plus en plus sophistiqués pour y arriver. Les diverses possibilités qu'offrent les médias sociaux en sont des exemples probants.

La cybermuséologie est régie par cette évolution. Le dispositif qu'est l'ordinateur porte des actualisations numériques muséales qui ont été inusitées à l'époque des premières occurrences d'une certaine pratique du domaine dans les débuts des années 1990 et qui ne cessent de l'être par la constante évolution de ses moyens numériques (capacité de mémoire, réseautique, ergonomie, applications logicielles, performances multimédias) et par l'évolution de l'usage qui en est fait. Les diverses études en matière d'évaluation d'usage¹³ de productions

cybermuséales sont d'ailleurs à cet égard des sources documentaires indéniables. Lorsqu'on doit définir le public cible, il est impératif d'identifier celui-ci non seulement par les filtres socioéconomiques usuels, mais aussi par son degré d'habileté technologique. A-t-on affaire à un public faiblement, moyennement ou fortement initié aux technologies ? Il est alors plus réaliste d'envisager un public qui est multiple. En somme, les différents publics internautes sont dissemblables face aux technologies et, peu importe leur niveau d'usage, plusieurs sont constamment remis dans la posture du néophyte. À tout le moins, ils le redeviennent pour un temps, le temps de développer les habiletés nécessitées par de nouvelles réalités « personne-machine ».

Nouveau média, nouveau support, nouveau code, nouveaux rapports : il y a suffisamment d'indices pour induire qu'il y a là de nouvelles réalités. Internet est porteur d'un paradigme important qui lui est propre. Bien que ce qu'on entend par « récent » puisse être subjectif et extensif, le média qu'est Internet, vecteur technologique de ces réalités, l'est certainement. Ses trente années d'utilisation publique pourraient en restreindre le caractère récent, mais cela occulterait sa nature évolutive implicite.

Globalement, les actualisations médiatiques cybermuséales, en tant qu'objets de médiatisation porteurs de médiations, ont été subséquentes aux formes précédentes de diffusion médiatique mises en place par les musées (expositions matérielles, catalogues, audio-guides). Toutefois, les divers moyens matériels, analogiques et numériques sont maintenant à considérer comme complémentaires. Une stratégie efficiente, en termes de diffusion, doit dorénavant et pertinemment englober cette diversité. Mais cette prise de conscience s'est faite dans le temps et elle est encore loin d'être

12 Tel que l'établit par son schéma canonique. JAKOBSON, Roman. *Essais de linguistique générale*. Paris : Minuit, coll. « Arguments », n° 14, 1963, p. 214.

13 On peut consulter à ce sujet les nombreux articles et textes de conférences (1997 à aujourd'hui) de MUSEUMS AND THE WEB. <<http://www.museumsandtheweb.com/>> (consulté le 17 juin 2013). Également, les travaux concernant l'évaluation muséale des nouvelles technologies et des activités pédagogiques en ligne de DAIGNAULT, Lucie. *L'évaluation muséale : savoirs et savoir-faire*. Québec : Presses de l'Université du Québec, 2011, p. 183-189 et 233-243.

totale intégrée dans la pratique. Du début des années 1990 à aujourd'hui, les fonctions muséales que sont la diffusion, l'éducation, la conservation et la recherche ont été progressivement transposées dans le cyberspace. Pour reprendre un des entendements de Bernard Deloche en matière de virtualité muséale, il pourrait s'agir d'en accomplir l'exercice symbolique¹⁴. Quoi qu'il en soit, cette transposition s'est inscrite dans une continuité, et ce, malgré certaines ruptures d'usage qu'a pu engendrer initialement le média Internet dans l'univers de la muséologie. Ces ruptures initiales ont depuis laissé place à une constante adaptation d'usage, de la part des musées et de leurs publics internautes, engendrée par une suite de remaniements technologiques successifs et ininterrompus, évolution oblige. Cela place les internautes dans ce qui est subséquent et donc dans le contexte de la nouveauté, voire de l'actuel. Somme toute, cybermusées et cyberexpositions peuvent être considérés comme de nouveaux objets de culture, et ils le demeureront tout simplement par l'incessant et implicite renouveau de ce média qu'est Internet.

Médiation et médiatisation : appareil analytique en deux axes

Après avoir posé les bases argumentaires permettant d'envisager sémantiquement la cybermuséologie et adéquatement les productions médiatiques qui relèvent de celle-ci, au titre de nouveaux objets culturels, il convient maintenant de prendre acte de l'appareil analytique qui a servi aux observations et à l'analyse du terrain dont il est question dans cet article¹⁵.

Cet appareil a été développé dans le cadre de mes travaux de recherche tantôt théorique, tantôt appliquée¹⁶. Des différents concepts que j'interroge dans ma thèse (l'objet muséal, l'image numérique, la représentation et l'interface), j'en retiens deux aux fins du présent exercice critique : l'objet muséal et l'image

numérique. Ceux-ci sont suffisamment inclusifs pour permettre une prise en compte des enjeux qui sont à l'œuvre au sein du contexte médiatique concerné. L'objet muséal est ici à considérer comme sujet à médier, à représenter et à interpréter ; et l'image numérique l'est comme forme d'actualisation – en tant qu'image médiatrice de l'objet et d'image fonctionnelle qu'est l'interface en tant qu'occurrence visuelle médiatique. Bref, médiation et médiatisation, comme procédures sémiotiques et médiatiques menant à la mise en valeur des objets muséaux par l'image numérique, sont ici considérées comme deux axes, deux angles d'approche pour l'analyse du terrain. Par ces deux procédures est départagé un ensemble de considérations analytiques qui ont articulé l'étude du corpus. Ces considérations, élaborées théoriquement dans le cadre de mes enseignements, puis expérimentées par mes étudiants depuis plusieurs années, sont intrinsèques à la pratique cybermuséale. Elles permettent de développer une visée compréhensive et critique de ces nouveaux objets culturels que sont les cybermusées et les cyberexpositions. Il est à noter que chaque considération n'a pas été systématiquement convoquée lors de mes observations. De fait, elles l'ont été ponctuellement, en fonction des diverses réalités médiatiques des cas d'étude observés. Ces considérations sont les suivantes :

Axe 1 : Sous la procédure de mise en valeur qu'est la médiation

1 – Considération quant aux rôles attribués aux images numériques présentées : rôle de substitution (suppléance visuelle d'un objet), rôle de témoignage (rendre compte d'un fait, d'un événement), rôle démonstratif (expliciter par l'image un phénomène ou un fonctionnement).

2 – Considération relative aux conditions des objets à consigner, à médier : quels objets engendrent quelles stratégies en ce sens ? Selon que l'objet soit artefact

¹⁴ DELOCHE, *La nouvelle culture...*, op. cit., p. 163.

¹⁵ Cet appareil propose un ensemble de considérations pouvant être mobilisées tant en aval pour l'analyse qu'en amont pour l'élaboration de productions cybermuséales, ou pour leur scénarisation.

¹⁶ Ma pratique cybermuséale a débuté en 1997 au sein de la société Idéeclac. Cybermusées et cyberexpositions ont été autant des sujets de production, de recherche et d'enseignement universitaire.

(fabriqué par l'homme ou engendré par ses activités), écofact¹⁷ (produit par la nature) ou œuvre (relevant d'une production artistique), comment montrer l'objet par l'image ?

Axe 2 : Sous la procédure de mise en valeur qu'est la médiatisation

1 – Considération sémantique : quelle est la terminologie utilisée par l'autorité muséale en question au sein de son discours porté par ses médiatisations cybermuséales et au sujet de celles-ci ?

2 – Considération stratégique en matière de diffusion médiatique : soit les possibles relations de réciprocité entre les médiatisations matérielles (les expositions) et les cybermédiatisations (les cyberexpositions). Bien qu'inscrites dans des contextes distincts (le musée et Internet), expositions et cyberexpositions peuvent entretenir des relations de simultanéité ou d'indépendance temporelle et médiatique. Elles peuvent être complètement indépendantes l'une de l'autre, être proposées l'une avant l'autre dans le temps ou être présentées dans le même temps.

3 – Considération quant à l'exercice symbolique des différentes fonctions muséales (diffusion, éducation, conservation, recherche) : de quelle façon rend-on opérationnel l'exercice de ces fonctions par l'objet de médiatisation qu'est le cybermusée ?

4 – Considération quant à la stratégie interprétative du cybermusée : quelles sont les différentes stratégies interprétatives à l'œuvre au sein des cybermusées et de leurs cyberexpositions ? De la simple identification de l'objet jusqu'aux différents niveaux complémentaires d'interprétation permettant de situer, voire de mettre

celui-ci en contexte (textes interprétatifs, documents textuels, images, bandes sonores, vidéos, dossiers thématiques).

5 – Considération architecturale : relative aux composantes qui structurent ce nouvel objet qu'est le cybermusée et ses cyberexpositions, en tant que site Web (les rubriques et les sous-rubriques qui portent, départagent et articulent les divers contenus muséaux).

6 – Considération ergonomique : relative à l'efficacité de l'interface, du site Web qui la porte, et à ses composantes graphiques, fonctionnelles et de contenu. Les composantes graphiques servent à l'identification visuelle de la thématique concernée et à la mise en ambiance de l'interface. Les composantes fonctionnelles sont en fait tous les éléments qui permettent d'articuler et de rendre opérationnelle la cybervisite (menus, boutons, liens). Enfin, les composantes de contenu sont tous les textes, les images, les sons et les vidéos qui expriment les propos scientifiques de l'instance qu'est le musée.

7 – Considération d'adéquation aux nouvelles réalités du Web : le passage du Web 1.0 vers le Web 3.0 est-il pris en compte de manière effective dans ces prestations médiatiques que sont les cybermusées et leurs cyberexpositions ? Cela va du simple fait d'exister sur le Web en passant par la mise en ligne de collections, par l'offre de cyberexpositions, par l'intégration des médias sociaux, par la production d'applications pour appareils mobiles et intelligents, par l'intégration de la réalité augmentée et, enfin, jusqu'à la proposition de contenus ponctuellement adaptés en fonction de chaque type de cybervisiteur.

17 Laurier LACROIX utilise le terme écofact pour désigner les spécimens naturels. Voir : *Les collections muséales au Québec*. <<http://www.musees.quebec.museum/pdf/mad-lacroix.pdf>> (consulté le 17 juin 2013).

Observation du terrain

Tel que mentionné d'entrée de jeu, le terrain d'observation et d'analyse de cet article est constitué des sites Web des institutions muséales ayant fait l'objet d'études de cas lors du séminaire doctoral d'été 2013 en muséologie de l'Université du Québec à Montréal¹⁸. Ces institutions sont les suivantes : 1) le Musée québécois de culture populaire (Trois-Rivières); 2) Boréal, centre d'histoire de l'industrie papetière (Trois-Rivières); 3) le Musée de la Femme (Longueuil); 4) le Centre d'histoire de Montréal; et 5) Grévin Montréal.

Il convient d'abord de faire une observation particulière qui relève non pas de l'étude des sites Web, mais plutôt des différents échanges oraux qui ont eu lieu lors des visites dans les institutions muséales¹⁹. Il a été remarquable que l'ensemble des interlocuteurs, toutes institutions confondues, ait discuté de façon succincte et ambiguë de la médiation numérique de leurs collections et de possibles médiatisations par les cyberexpositions. À titre d'exemple, du côté du Musée québécois de la culture populaire, une exposition portant sur l'émission télévisuelle populaire *La petite vie*²⁰ était sur le point d'être inaugurée, mais on ne savait pas encore si on lui accorderait une cyberexistence : l'utilisation de la mobilité, on ne savait pas trop. Pourtant, on semblait vouloir utiliser les médias sociaux pour créer un lien d'échange entre les acteurs de cette exposition et ses publics. À Boréal, outre les séquences vidéo devant être mises en ligne portant sur les diverses fonctions de travail au sein de ce centre d'histoire, on ne nous a pas présenté le site Web comme faisant partie d'une diffusion complémentaire à la médiatisation *in situ*. Par ailleurs, au Musée de la Femme, la responsable a brièvement souligné l'existence de leur site Web, précisant au passage qu'elle ne s'y

connaissait pas trop et qu'un bénévole s'occupait gracieusement de cet aspect. Pourtant, à l'entrée de cette institution, lors de notre passage en mai 2013, le nom affiché de ce musée était *Le musée virtuel de la Femme*. En fait, selon le témoignage de la responsable, ce musée devait initialement être « cyber » et non physique. Enfin, au Centre d'histoire de Montréal, on nous a affirmé que les documents vidéo porteurs de témoignages, alors présentés dans l'exposition *Quartiers disparus*, allaient peut-être trouver refuge dans leur site Web, de façon à en pérenniser la diffusion. La production d'une cyberexposition, dérivée de cette exposition physique, ne semblait pas faire partie des projets à venir. S'il est vrai que ces institutions muséales ne disposaient pas toujours des ressources financières nécessaires aux productions cybermuséales, il est tout aussi vrai que leurs différents acteurs étaient grandement impliqués dans leur travail. Nous avons eu affaire à des gens engagés et passionnés, soumis à des réalités contextuelles de tous ordres. Toutefois, une prise de conscience médiatique ne s'était pas encore opérée, du moins auprès des dirigeants rencontrés. De fait, par la teneur des propos entendus lors de nos visites, on ne peut que constater que ces institutions ne considéraient pas toujours les formes d'actualisation cybermuséale comme faisant partie d'une stratégie médiatique globale et contemporaine. Pourtant, bien que relevant de médias différents, expositions et cyberexpositions peuvent partager plusieurs étapes de planification, de conception et de production muséale.

Le corpus cybermédiatique à l'étude

Les observations sont ici présentées par institution muséale ; elles sont constituées de remarques factuelles²¹.

18 Ce corpus, en termes de logique de constitution, a été déterminé par les professeurs du séminaire en fonction de sa représentativité des divers contextes de médiatisation relatifs aux nouveaux objets culturels muséaux.

19 En plus des conférences, des séances de discussion ont systématiquement eu lieu entre les dirigeants de ces établissements de culture, les étudiants et les professeurs qui ont participé au séminaire d'été.

20 Musée québécois de la culture populaire. *La petite vie*. Trois-Rivière (Québec). De juin 2013 à septembre 2014.

21 Les sites Web ont été analysés dans leur état de juin 2013. Ceux-ci ont évidemment évolué par la suite et l'utilisation de la mobilité et des médias sociaux a pu s'accroître depuis.

Musée québécois de la culture populaire²²

(ill. 1, ill. 2, ill. 3) D'un point de vue formel, ce cybermusée est composé des rubriques suivantes : 1) Planifiez votre visite ; 2) Expositions et collections ; 3) Vieille prison de Trois-Rivières ; 4) Activités culturelles et familiales ; et 5) Groupes scolaires. L'internaute y a accès aux informations pragmatiques, à une liste des expositions, à une présentation des collections et à la liste d'activités en cours. À noter que l'appellation *expositions virtuelles* y est utilisée pour désigner deux expositions en ligne, soit *Le début d'un temps nouveau*²³ et *Vivre en prison*²⁴ (subventionnées par le Musée virtuel du Canada). La première ne présente aucune image d'objet mais plutôt des images de documents d'archives. Pour ce qui est de la deuxième, elle présente un nombre restreint d'images d'objets, soit par la photographie, soit par l'illustration (probablement pour remédier à un manque de substituts photographiques). La collection numérique du musée semble peu utilisée par ces cyberexpositions. Toutefois, l'intégration de documents d'archives est bien présente. Des témoignages par l'image fixe, la vidéo et le son sont largement proposés et des transcriptions de ceux-ci sont également offertes. Sinon, dans le cas de *Vivre en prison*, quelques vidéos sont utilisées pour énoncer des directives de cybervisite. Cette cyberexposition propose par ailleurs des activités par l'entremise de séquences illustratives animées et interactives. À noter que bien que présentées comme étant une activité, celles-ci sont en fait une simple séquence animée sans interaction. Pour ce qui concerne les activités éducatives du musée, des brochures informatives sous format PDF sont disponibles. Outre ces deux cyberexpositions, les expositions physiques à venir, en cours, passées et itinérantes sont brièvement présentées par un court texte et une ou deux images. Quelquefois, une galerie d'images non identifiées est proposée. Il est à remarquer qu'aucune rubrique n'est dédiée aux

collections numériques. Il y a bien un champ de recherche sur la page d'accueil ; il n'est pas dédié aux collections numériques, mais plutôt aux différents contenus textuels du site (communiqués, nouvelles, activités). Enfin, pour ce qui est des médias sociaux, des liens vers Facebook, Twitter, Flickr et YouTube sont proposés. Facebook et Twitter semblent susciter de nombreuses discussions et permettre au musée d'annoncer des activités et de solliciter des collaborations auprès des publics. Pour sa part, YouTube sert de canal de diffusion et d'archivage pour toutes les vidéos produites par l'institution. Quant à Flickr, il est peu utilisé pour des images et aucun commentaire de la part du public ne semble s'y trouver. Au moment de rédiger cet article, aucune application mobile n'était offerte par le musée, ni pour le téléphone intelligent, ni pour la tablette numérique.

Boréal²⁵

(ill. 4) Les rubriques qui composent le cybermusée de Boréal sont les suivantes : 1) Visites ; 2) Expositions ; 3) Activités ; 4) Éducation ; 5) Services ; et 6) À propos. Une septième rubrique, discrète, appelée « Patrimoine mémoriel », apparaît dans le haut de l'interface. La rubrique « Activités » est simplement factuelle. La rubrique « Expositions » propose des descriptions textuelles de celles-ci, juxtaposées à certaines images représentant les diverses mises en exposition. Aucune cyberexposition n'y prend place et, donc, aucun terme pour désigner celle-ci n'est utilisé par Boréal sur son site Web. Une sous-rubrique présente, par des descriptions, les six œuvres qui font partie de la collection permanente. Quelques petites images de la mise en exposition de ces œuvres y sont offertes. À noter que les images présentées dans ce cybermusée sont en fait des prises de vue des différentes mises en exposition physique ; ce ne sont pas des images représentant leurs objets de collection. En outre, ces images ne sont pas identifiées

22 MUSÉE QUÉBÉCOIS DE LA CULTURE POPULAIRE. <<http://www.culturepop.qc.ca/>> (consulté le 20 juin 2013).

23 MUSÉE QUÉBÉCOIS DE LA CULTURE POPULAIRE. *Le début d'un temps nouveau*. In. MUSÉE VIRTUEL DU CANADA. <<http://www.larevolutiontranquille.ca/>> (consulté le 20 juin 2013).

24 MUSÉE QUÉBÉCOIS DE LA CULTURE POPULAIRE. *Vivre en prison*. In. MUSÉE VIRTUEL DU CANADA. <<http://www.museevirtuel-virtualmuseum.ca/sgc-cms/expositions-exhibitions/prison/fr/index.php>> (consulté le 20 juin 2013).

25 BORÉALIS, centre d'histoire de l'industrie papetière. <<http://www.borealis3r.ca/>> (consulté le 20 juin 2013).

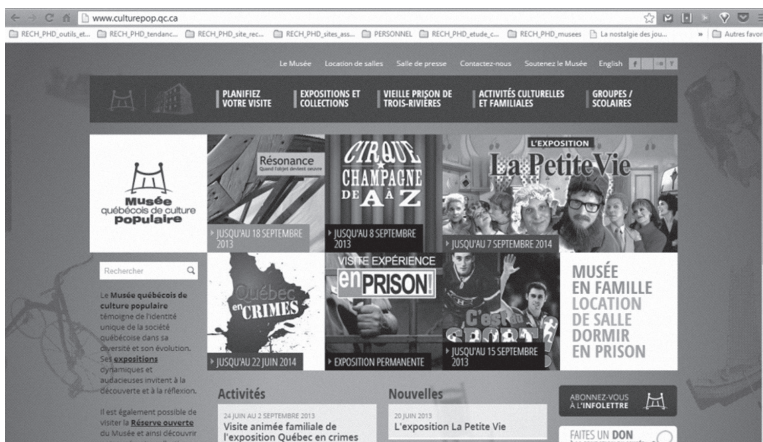


Illustration 1
Page d'accueil du cybermusée, Musée québécois de la culture populaire.

[Capture d'écran : Eric Langlois, 22 juin 2013.]

83

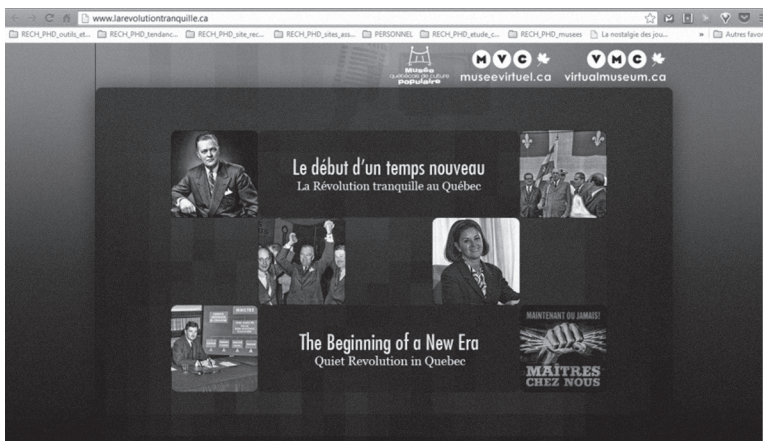


Illustration 2
Le début d'un temps nouveau, Musée québécois de la culture populaire, Musée virtuel du Canada.

[Capture d'écran : Eric Langlois, 22 juin 2013.]

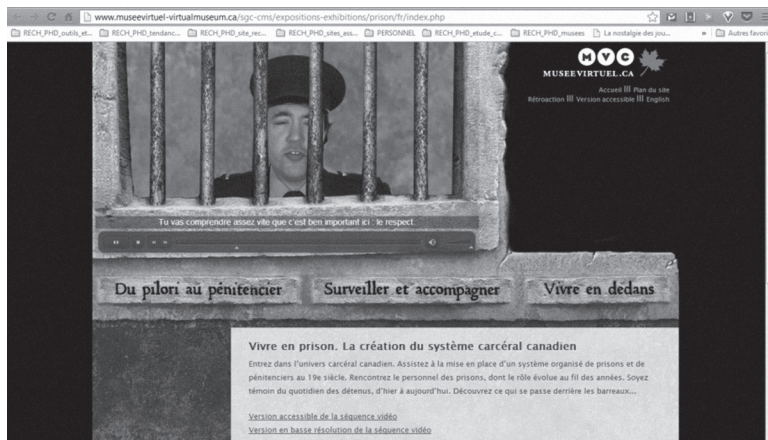


Illustration 3

Vivre en prison, Musée québécois de la culture populaire, Musée virtuel du Canada.

[Capture d'écran : Eric Langlois, 22 juin 2013.]

84

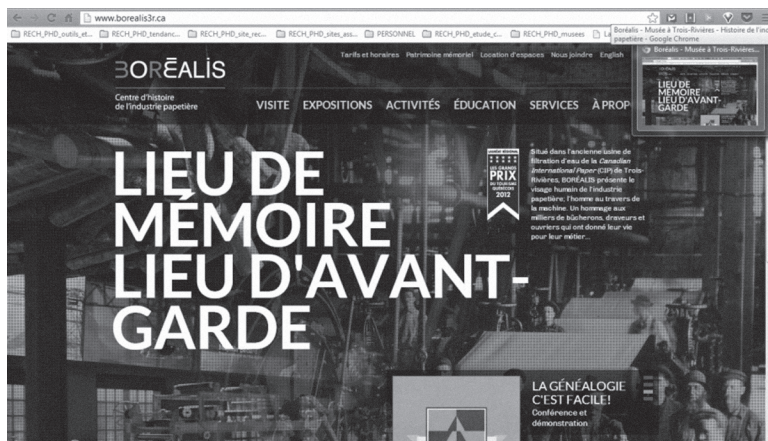


Illustration 4

Page d'accueil du cybermusée, Boréal, centre d'histoire de l'industrie papetière.

[Capture d'écran : Eric Langlois, 22 juin 2013.]

par des légendes (étrangement, de brèves identifications sont offertes dans la sous-rubrique « Crédits photos », en bas d'interface). Par ailleurs, la rubrique « Patrimoine mémoriel » ne comporte qu'une mise en contexte textuelle et aucune image ni aucun document vidéo de témoignage ne s'y trouve. Aucune activité en ligne n'est proposée et il n'y a pas de lien pour accéder aux collections numériques du musée. Enfin, aucune application mobile n'est offerte. Toutefois, des liens vers Facebook et YouTube sont accessibles; ils servent respectivement à diffuser et à archiver des séquences vidéo (qui sont par ailleurs surtout promotionnelles), à annoncer les actualités de Boréal, à échanger avec les publics et à leur faire des demandes de collaboration.

Musée de la Femme ou Musée virtuel de la Femme²⁶

(ill. 5) Les neuf rubriques qui composent et structurent le site de ce musée, dit parfois virtuel, sont les suivantes : 1) Accueil ; 2) À l'affiche ; 3) Activités ; 4) Formation ; 5) Réservation ; 6) Médias ; 7) Partenaires ; 8) Édition MF ; et 9) Nous joindre. Malgré ce grand nombre de rubriques, on n'y trouve aucune présentation numérique des collections du musée, aucune cyberexposition, aucune activité en ligne. Les contenus sont surtout en lien avec les informations logistiques du musée. Quand ils concernent une exposition ou une activité, ils sont brefs et ne relèvent pas de l'interprétation ou de la mise en valeur. Pour ce qui est des images présentées sur le site, elles ne sont pas identifiées par des légendes. Toutefois, certaines comportent un crédit photographique. Par ailleurs, aucune application pour appareils mobiles n'est proposée par ce musée, mais des liens vers Facebook et

YouTube le sont. Ces médias sociaux sont utilisés pour la promotion, l'échange, la diffusion et, dans une certaine mesure, l'archivage.

Centre d'histoire de Montréal²⁷

(ill. 6, ill. 7, ill. 8, ill. 9, ill. 10, ill. 11) La version cyber du Centre d'histoire de Montréal comporte six rubriques : 1) Accueil ; 2) Expositions ; 3) Informations ; 4) Visites ; 5) Activités ; et 6) Enseignants. Même si elle n'est pas nommée de la sorte, l'exposition permanente *Montréal en cinq temps* y est présentée sous la forme d'une cyberexposition sommaire. On y trouve des textes thématiques et interprétatifs et des images accompagnées de courtes descriptions. Quant aux expositions temporaires que sont *Quartiers disparus*, *Vous faites partie de l'histoire !* et *La face cachée de la montagne*, elles sont proposées soit sous la forme de carrousels photographiques reliés à Flickr, soit sous celle d'une mise en page juxtaposant des textes à un nombre réduit d'images. La sous-rubrique « Virtuelle », pour sa part, propose deux cyberexpositions : *Les Habitations Jeanne-Mance, 50 ans d'histoire*²⁸ et *Vous faites partie de l'histoire !*²⁹. La cyberexposition *Les Habitations Jeanne-Mance* met en scène des représentations numériques d'immeubles, de pavés asphaltés, d'une vue aérienne du quartier et d'une page de journal de quartier. Celles-ci servent de support visuel aux différents portraits de personnes habitant ou ayant habité le quartier et qui livrent un témoignage par l'entremise d'une vidéo. L'histoire orale est à l'honneur et on en profite aussi pour donner de l'information sur la *Clinique de Mémoire*³⁰ organisée par le Centre. Également, sous la rubrique « Rétrospective », cette cyberexposition présente une ligne de temps relatant l'histoire des Habitations Jeanne-Mance, accompagnée de courts textes et de photographies. Pour

26 MUSÉE DE LA FEMME. <<http://museedelafemme.qc.ca/>> (consulté le 20 juin 2013).

27 CENTRE D'HISTOIRE DE MONTRÉAL. <http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=8757,97305573&_dad=portal&_schema=PORTAL> (consulté le 20 juin 2013).

28 CENTRE D'HISTOIRE DE MONTRÉAL. *Les Habitations Jeanne-Mance, 50 ans d'histoire*. <http://www2.ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/page/chm_hjm/> (consulté le 20 juin 2013).

29 CENTRE D'HISTOIRE DE MONTRÉAL. *Vous faites partie de l'histoire !* <http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=8757,97815678&_dad=portal&_schema=PORTAL> (consulté le 20 juin 2013).

30 CENTRE D'HISTOIRE DE MONTRÉAL. *Clinique de Mémoire*. <http://www2.ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/page/chm_hjm/plus.html> (consulté le 21 juin 2013).

ce qui est de la cyberexposition *Vous faites partie de l'histoire!*, l'accent est mis sur des témoignages sous forme de transcriptions. Les seules images qui y sont présentées sont des portraits photographiques d'élèves qui ont participé au projet. Les rubriques « Visites » et « Enseignants » proposent des informations pragmatiques sur la programmation culturelle du Centre, des fiches informatives sur les visites possibles, des trousseaux pédagogiques pour les enseignants et des cyberactivités pédagogiques portant les titres *Apprentis citoyens*³¹ et *Jeannot et la Roulotte*³². À noter que les liens menant à ces activités cybermuséales sont malheureusement dissimulés dans les pages-écrans à contenus pédagogiques. De fait, il faut aller dans la rubrique « Enseignants », puis la sous-rubrique « Primaire », pour ensuite découvrir en bas d'interface une section qui s'intitule « Les visites et activités sur Internet (avec ou sans une visite au musée) ». Enfin, dans le registre des liens difficiles à repérer, tout au bas de l'interface, dans le menu fixe HTML, il y a un lien vers une galerie de photos composée de prises de vue des expositions en cours et passées. Malheureusement, souvent celles-ci ne sont pas bien identifiées. Enfin, du côté des médias sociaux, des liens vers Facebook et à Flickr sont présents et le Centre d'histoire utilise ceux-ci de la même façon que les institutions muséales précédemment observées. Sinon, aucune application mobile n'est offerte.

Grévin Montréal³³

(ill. 12) Les rubriques qui composent le site Web de Grévin Montréal sont les suivantes : 1) Actualités Grévin ; 2) Préparez votre visite ; 3) Nos univers ; 4) Les coulisses ; 5) Location d'espaces ; 6) Café Grévin par Européa ; et 7) Achetez vos billets. Les seules sections porteuses d'approches cybermuséales sont la rubrique et la sous-rubrique « Nos univers » et « Secrets d'ateliers ». Dans le premier cas, des prises de vue des mises en exposition du musée sont présentées, accompagnées d'une

phrase les identifiant. Dans le cas de « Secrets d'ateliers », on présente, par de brèves explications et des petites galeries d'images, les étapes nécessaires à la confection des substituts de cire. Sinon, aucune rubrique n'est dédiée aux collections numériques. Aucune application pour appareils mobiles n'est disponible. Cependant, des liens vers Facebook, Twitter et YouTube sont présents et ce musée privé semble les utiliser de la même façon que les institutions muséales précédentes.

Analyse des observations

Avant de mettre en contexte les diverses observations effectuées en regard de l'ensemble des considérations soutenant cet exercice critique, il est important de rappeler que l'analyse s'est effectuée à l'échelle du corpus étudié. En ce sens, il faut bien comprendre que les conclusions que l'on peut en tirer le sont à titre indicatif et qu'elles mériteraient d'être validées à une plus grande échelle. Néanmoins, elles sont énonciatrices de réalités qui ont bel et bien été effectives au sein du domaine lors de la période de l'analyse.

Gardant toujours en tête qu'on essaie de comprendre ces nouveaux objets culturels que sont les cybermusées et leurs cyberexpositions, comment l'objet muséal, en tant que sujet à représenter et à interpréter, prend-il place dans ce contexte et avec quel degré d'efficacité l'image numérique tend à le médier ? Également, comment l'image fonctionnelle qu'est l'interface médiatise-t-il l'objet médié ?

Médiation. Tout d'abord, sur le plan de la médiation, on peut affirmer que les images présentées par les institutions de la présente étude sont surtout investies des rôles de substitution et de témoignage. Par exemple, les images utilisées par le Musée québécois de la culture populaire ont généralement un rôle de

31 CENTRE D'HISTOIRE DE MONTRÉAL. *Apprentis citoyens*. <http://www2.ville.montreal.qc.ca/archives/democratie/democratie_fr/apprentis/index.shtm> (consulté le 20 juin 2013).

32 CENTRE D'HISTOIRE DE MONTRÉAL. *Jeannot et la Roulotte*. <http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=5238,23821594&_dad=portal&_schema=PORTAL> (consulté le 20 juin 2013).

33 GRÉVIN MONTRÉAL. <<http://www.grevin-montreal.com/>> (consulté le 20 juin 2013).



Illustration 5
Page d'accueil du cybermusée, Musée de la Femme.
 [Capture d'écran : Eric Langlois, 22 juin 2013.]

87

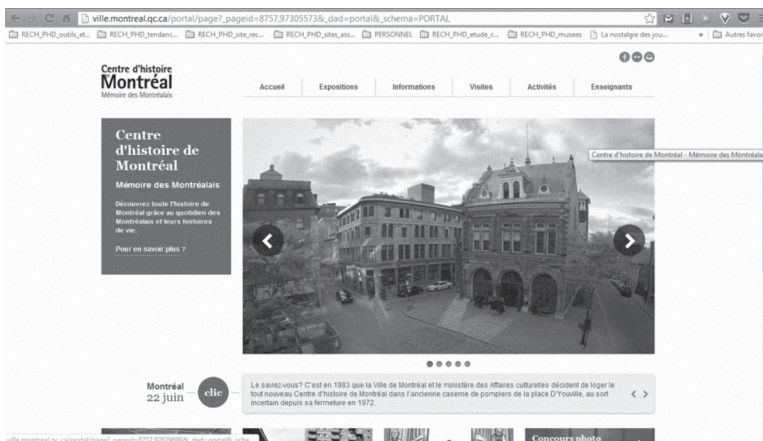


Illustration 6
Page d'accueil du cybermusée, Centre d'histoire de Montréal.
 [Capture d'écran : Eric Langlois, 22 juin 2013.]



Illustration 7

Les Habitations Jeanne-Mance, 50 ans d'histoire,
Centre d'histoire de Montréal.

[Capture d'écran : Eric Langlois, 22 juin 2013.]

88

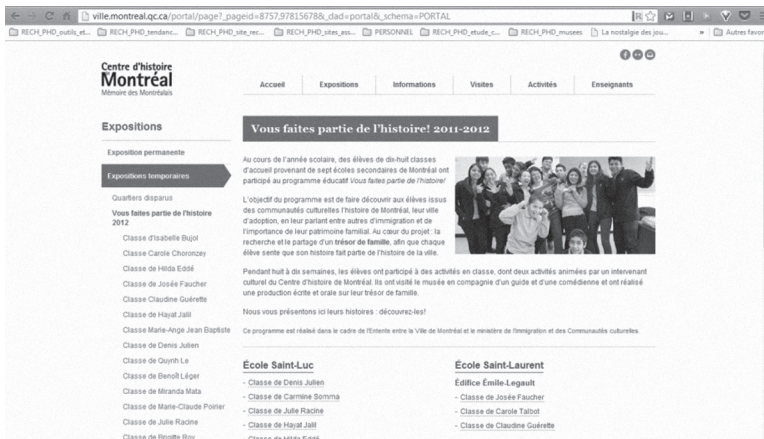


Illustration 8

Vous faites partie de l'histoire!, Centre d'histoire de
Montréal.

[Capture d'écran : Eric Langlois, 22 juin 2013.]



Illustration 9
Clinique de Mémoire, Centre d'histoire de Montréal.
 [Capture d'écran : Eric Langlois, 22 juin 2013.]

89



Illustration 10
Apprentis citoyens, Centre d'histoire de Montréal.
 [Capture d'écran : Eric Langlois, 22 juin 2013.]



Illustration 11
Jeannot et la Roulotte, Centre d'histoire de Montréal.
[Capture d'écran : Eric Langlois, 22 juin 2013.]

90



Illustration 12
Page d'accueil, Grévin Montréal.
[Capture d'écran : Eric Langlois, 22 juin 2013.]

substitution. Si certaines de ces images sont photographiques, donc indiciaires des objets qu'elles représentent, d'autres sont, dans le sens plastique et littéral du terme, illustratives. C'est le cas de certaines images de la cyberexposition *Vivre en prison*. Elles comportent un haut degré de stylisation de l'objet à représenter. L'artiste illustrateur en a proposé une interprétation. Ainsi, si l'on est toujours dans le registre de la représentation par la substitution, celle-ci n'en demeure pas moins largement subjective, donc *de facto* moins conforme à l'intégrité représentative de l'objet-sujet. En ce qui a trait au rôle de témoignage de l'image, on utilise tantôt l'image fixe, tantôt l'image vidéo. Si l'image fixe peut servir à documenter, elle n'est pas adéquate dans le cas de témoignages oraux. Ceux-ci sont plus efficacement rendus par la vidéo. À titre d'exemple, le Centre d'histoire de Montréal propose par moment des témoignages d'individus par des images fixes accompagnées de transcriptions textuelles. Pourtant, le geste et la parole sont des indices pertinents pour l'histoire orale. Le chercheur Robert Cresswell, successeur de l'ethnologue, archéologue et historien André Leroi-Gourhan, abonde en ce sens :

L'un des traits caractéristiques du langage humain est le mouvement corporel continu qui accompagne presque partout l'effort de communication verbale. Parmi les composants de ce comportement la gestulation manuelle est celui qui traduit le mieux, parfois qui trahit, les nuances de la pensée qui s'exprime, voire les structures inconscientes de l'esprit, éventuellement les concepts fondamentaux de la culture dont le langage est un des véhicules³⁴.

Toujours sur le plan de la médiation, on peut affirmer que l'ensemble du terrain observé relève des champs disciplinaires que sont l'histoire et l'ethnologie et qu'il donne donc à voir des objets qui leur sont inhérents. En dehors de quelques rares exceptions (soit des œuvres et certains écofacts), on se trouve surtout dans l'univers de l'artéfact. Tient-on compte de ce

que celui-ci a à révéler, par l'image, sur le plan matériel ? La médiation numérique de ces objets, au sein du corpus à l'étude, démontre sur ce plan une stratégie faiblement efficiente. L'image n'est ni optimisée, ni utilisée de façon à rendre compte adéquatement des réalités matérielles des objets : les images sont souvent petites, les prises de vue quelquefois rudimentaires et rien ne permet d'exercer un rapprochement visuel qui induirait alors un rapport de proximité entre le cybervisiteur et l'image de ces objets.

Considérations relatives à la médiatisation.

Première constatation d'ordre sémantique, les deux seules institutions à proposer des cyberexpositions, soit le Musée québécois de la culture populaire et le Centre d'histoire de Montréal, utilisent l'appellation *Expositions virtuelles*.

Par ailleurs, et toujours en fonction des deux institutions dotées de cyberexpositions, quelles sont les stratégies de diffusion employées ? Deux stratégies semblent être à l'œuvre :

- 1) la cyberexposition complémentaire (qui vient après la tenue de l'exposition physique) ; et
- 2) la cyberexposition indépendante de toutes expositions physiques. Un seul cas fait preuve d'une stratégie mixte, la cyberexposition *Les Habitations Jeanne-Mance, 50 ans d'histoire* du Centre d'histoire de Montréal. Elle reprend simultanément quelques contenus de l'exposition temporaire et physique *Quartiers disparus*.

Aspects architecturaux, relatifs à la navigation.

Pour l'ensemble du terrain analysé, mais plus particulièrement pour le Musée de la Femme, ces aspects structurants demeurent généralement problématiques. De fait, les intitulés des rubriques et des sous-rubriques sont parfois ambigus et la répartition des contenus au sein de celles-ci est parfois loin d'être stratégique. Les rubriques sont par ailleurs quelquefois trop nombreuses.

Exercice symbolique des fonctions muséales.

À l'examen de l'ensemble des cybermusées observés, force est d'admettre que la fonction

34 CRESSWELL, Robert. « Pratiques et langages gestuels ». *Langages*, n° 10, juin 1968, p. 119.

Diffusion remporte la palme, suivie de la fonction Éducation. On remarque en outre que les fonctions *Collection* et *Recherche* sont pratiquement absentes de ces prestations médiatiques patrimoniales.

Stratégies interprétatives. À maintes occasions des images d'objets de collection inadéquatement ou carrément non identifiées sont observées. Difficile alors de connaître la nature exacte de ce qui est donné à voir. Sinon, pour l'ensemble du terrain d'étude, le degré d'interprétation des contenus va de faible à moyen, soit d'un court paragraphe à la présentation d'un texte plus élaboré. Rarement sont proposés des documents auxiliaires et complémentaires (autres images fixes, vidéos ou sons) pour compléter la mise en contexte de l'objet représenté.

Ergonomie et adéquation technologique des interfaces. Finalement, deux dernières considérations terminent cette analyse sommaire, soit l'*ergonomie des interfaces* et l'*adéquation de celles-ci aux nouvelles réalités du Web*. Le Musée québécois de la culture populaire, le Centre d'histoire de Montréal, Boréal et Grévin Montréal proposent tous des interfaces qui démontrent une différenciation minimalement efficace entre composantes graphiques, fonctionnelles et de contenu. On arrive de façon intuitive à reconnaître ce qui est cliquable, ce qui est proposé à titre de mise en ambiance et ce qui est considéré comme étant du contenu muséal et scientifique par les autorités concernées. Seul le Musée de la Femme comporte des défaillances sur ce plan. Sinon, qu'en est-il des cybermusées analysés en ce qui touche l'actualité technologique du Web ? Si les médiatisations cybermuséales observées ne relèvent plus de ce que l'on considérait jadis comme étant le Web 1.0, elles sont cependant bien ancrées dans ce qui relève du Web 2.0. Au moment de l'étude, les médias sociaux étaient largement utilisés pour tenter des expériences participatives et collaboratives. Cependant, il n'y avait aucune trace d'application mobile, de réalité augmentée ou de contenus ponctuellement et contextuellement proposés en fonction d'un parcours de visite déjà effectué ou d'un profil

d'utilisateur. On n'y trouvait donc pas de manifestation inhérente à ce que l'on s'attend du Web 3.0.

Questions de perspective

L'analyse sommaire effectuée fait ressortir, à sa façon, que les liens de réciprocité entre la réflexion théorique – le savoir-penser – et la pratique – le savoir-faire – du domaine doivent être renforcés. Si les technologies permettent de rendre les images médiatrices d'objets muséaux efficaces, pourquoi a-t-il été possible d'observer tant de bévues sur ce plan ? Et si manifestement, du moins pour les cas de figure observés, les musées n'étaient pas encore en phase avec les logiques relatives à la médiatisation par Internet, par quoi ou par qui s'effectuera une réelle prise de conscience en ce sens ?

Cybermuseumology and its new cultural objects: contextualization and case study

Are virtual museums and exhibitions the same as online museums and exhibitions? Why do some researchers recommend using the designations cybermuseum and cyberexhibition? Can these media productions be thought of as new cultural objects? In what sense can they be cultural objects? In addition to suggesting answers to these questions, this article puts forward a certain critical apparatus which can be used to understand the study of a precise cybermuseal body of work. Cybermuseumology, a specialization of contemporary museumology, requires a certain reflection. This is desirable, even required, in order to contemplate any production in this field.