

Communication

Information médias théories pratiques

Vol. 29/2 | 2012

Recherches

Diversifier les figures du public : l'appropriation du patrimoine culturel sur le Web

NATHALIE CASEMAJOR LOUSTAU

Résumés

Français English Español

En utilisant le Web pour mettre en accès leurs collections numérisées, les institutions patrimoniales cherchent à élargir leur public : mais de quel élargissement parle-t-on ici ? Au-delà de l'aspect quantitatif de la fréquentation, l'auteure propose d'envisager l'élargissement des représentations des publics, telles qu'elles sont anticipées par les dispositifs de médiation culturelle en ligne. Ceux-ci définissent en effet des rôles et des programmes d'activité, qui parfois sont détournés par les usagers.

Cultural institutions see the Web as a tool for broadening their audience base, thanks to the digitization of heritage collections, but what sort of "new audiences" can be reached through the Web? Setting aside the quantitative aspect of audience broadening, the author proposes instead to think about the diversification of public representations, that is to say the anticipation of audience roles and practices as they are embedded in the socio-technical design of the website, shaping the interaction with contents online.

Las instituciones patrimoniales, utilizando Web para dar acceso a sus colecciones digitalizadas, aspiran ampliar su público pero ¿de qué amplitud se habla ? Más allá del aspecto cuantitativo de las visitas virtuales, la autora propone considerar la amplitud de las representaciones de los públicos tales como son anticipadas por dispositivos de mediación cultural online. En efecto, estos definen los roles y programas de actividad que a veces son desviados por los usuarios.

Entrées d'index

Mots-clés : appropriation, démocratisation, Internet, patrimoine, public

Keywords : appropriation, audience, democratization, heritage, Internet

Palabras claves : apropiación, democratización, Internet, patrimonio, público

Texte intégral

- 1 Il y a une quinzaine d'années, le Web est venu s'ajouter à la palette d'outils conçus par les institutions culturelles pour valoriser leurs collections patrimoniales. Ce dispositif d'accès à distance, envisagé comme un outil de démocratisation, pose en de nouveaux termes la question des publics et de leur élargissement : quels sont les « nouveaux publics » définis en creux par ces stratégies de médiation ? Dans cette note de recherche, nous proposons de dépasser le simple point de vue quantitatif (le Web permet-il à un plus grand nombre de personnes d'accéder aux collections ?) pour envisager l'élargissement des publics, d'une part, sous l'angle de la diversification des catégories d'utilisateurs ciblés et, d'autre part, sous l'angle de la diversification des rôles proposés aux publics dans les dispositifs de médiation.

Nouveaux outils de médiation, nouvelles formes de médiation ?

- 2 La réflexion présentée ici est tirée d'une thèse (Casemajor Loustau, 2009) consacrée à la valorisation du patrimoine photographique sur le Web. L'objectif général de cette recherche était de déterminer si le Web, en tant que nouvel outil de médiation, suscite de nouvelles formes de médiation culturelle. L'un des enjeux a été de définir une posture de recherche permettant d'envisager qu'une nouvelle technique de communication puisse avoir des effets sur les pratiques de valorisation du patrimoine, sans pour autant adopter un point de vue déterministe. C'est en replaçant le changement technique dans un ensemble complexe d'autres facteurs (politiques, sociaux, économiques, institutionnels) que doit se comprendre l'émergence des dispositifs de médiation du patrimoine sur le Web, alors même que ce contexte est travaillé et transformé par les mutations de la technique (Goody, 1986 ; Williams, 1981).
- 3 La question des publics occupe une place importante dans l'évolution des stratégies de communication en ligne des institutions culturelles. Le Web est souvent envisagé comme « la réponse moderne aux questions de la décentralisation et de la démocratisation culturelle » (Bouquillion, 2003 : s.p.). Hérité de la vision d'André Malraux, le modèle de la démocratisation culturelle présente des limites bien définies par Jean Caune : impuissance à résorber les inégalités culturelles, « imposition de valeurs fondées sur une rationalité construite sur des critères quantitatifs de fréquentation et de coûts » (2006 : 15). À « l'âge de l'accès », caractérisé par le développement des réseaux numériques (Rifkin, 2000), le projet de démocratisation est plus que jamais évalué selon des objectifs quantitatifs de mise en accès et d'audience : numériser et mettre en ligne le plus grand nombre de documents possible, pour toucher le plus grand nombre de personnes possible grâce à la large diffusion que permet la Toile.
- 4 Une autre manière d'envisager la mise en valeur du patrimoine sur le Web met plutôt l'accent sur les conditions de réception et d'appropriation des objets patrimoniaux numérisés. Cette perspective nous amène à interroger la façon dont les institutions culturelles construisent les figures du public auquel elles souhaitent s'adresser. La conception d'un dispositif de médiation se fonde sur la définition d'usagers modèles¹ caractérisés, en opposition aux usagers empiriques, par « un ensemble de compétences virtuellement attendues » (Davallon, 2000 : 132). Ainsi, en intégrant une représentation anticipée des usagers internautes, le site Web prévoit, configure et institue l'horizon des pratiques de ces usagers (Le Marec, 2001 ; Davallon, 2006). On cherchera donc à comprendre si la diffusion sur le Web contribue à élargir les figures du public en

diversifiant les programmes d'activité des utilisateurs ainsi que les conditions d'interprétation et d'appropriation du patrimoine.

Méthodologie de l'enquête

- 5 La problématique générale de cette recherche m'a conduite vers une analyse qualitative des stratégies de valorisation des fonds patrimoniaux de deux institutions culturelles : la Médiathèque de l'architecture et du patrimoine (rattachée au ministère de la Culture français) et Bibliothèque et Archives Canada (institution fédérale canadienne). Je me suis particulièrement intéressée à leurs fonds photographiques : images omniprésentes dans notre culture médiatique contemporaine, les photographies sont le support d'une mémoire personnelle, familiale, mais aussi collective et nationale dans le cas des collections publiques et des archives d'État.
- 6 L'enquête dont je présente ici les résultats a été conduite de janvier 2006 à mai 2008. J'ai recueilli un corpus de matériaux composé d'extraits des sites Web de la Médiathèque et de Bibliothèque et Archives Canada (structure du site, contenus visuels et discursifs, formats d'édition, services et applications), d'entretiens semi-dirigés auprès de conservateurs, d'archivistes, de chargés de projets et d'informaticiens, ainsi que de rapports d'activité et d'orientation édités par ces deux institutions.
- 7 Pour traiter la question de l'élargissement des publics, j'ai travaillé à partir d'une typologie fondée sur le partage structurant entre la sphère des spécialistes et celle du grand public. Parmi les spécialistes, on peut distinguer, d'une part, les professionnels de la documentation et du patrimoine (archivistes, documentalistes, bibliothécaires, conservateurs, etc.), dont le programme d'activité s'inscrit dans une pratique de gestion interne des fonds et, d'autre part, les chercheurs, dont le programme d'activité s'inscrit dans une pratique d'enquête scientifique. Du côté du grand public, on peut également dégager deux principales figures : l'une s'inscrit dans la sphère des pratiques éducatives (programme d'activité visant l'apprentissage) et l'autre s'inscrit dans la sphère des pratiques ludiques (activité de découverte dans une démarche divertissante). Ces quatre figures du public sont des modèles généraux (des idéaux-types, selon les mots de M. Weber), qui ne prétendent pas à l'exhaustivité ou à la complétude, mais qui sont des outils conceptuels pour mener l'analyse.

Un public traditionnel de spécialistes

- 8 En commençant par nous demander quels sont les publics traditionnels de l'institution, ceux qui fréquentent les collections *in situ*, nous pourrions ensuite chercher à comprendre quelles nouvelles catégories d'utilisateurs le Web permettrait de rejoindre. Dans le cas de la Médiathèque, l'analyse des données d'enquête montre que les usagers qui viennent consulter les fonds sur place sont essentiellement des spécialistes. L'une des particularités de la Médiathèque est qu'un grand nombre de consultations sont faites par un public interne aux services du ministère de la Culture : conservateurs du patrimoine, architectes des monuments historiques, restaurateurs et chercheurs de l'Inventaire. Du côté des publics externes, on retrouve essentiellement des chercheurs universitaires et des étudiants (notamment en histoire de l'art et en architecture). Ils viennent consulter les quelque 12 millions de photographies conservées dans les collections : essentiellement des négatifs, mais aussi des tirages anciens et modernes, des albums et des pièces uniques comme des daguerréotypes².
- 9 Les publics de spécialistes (qu'ils soient professionnels du patrimoine ou chercheurs) ont en commun un programme d'activité tourné vers la consultation de documents précis, déjà déterminés au préalable. L'outil de valorisation répondant le mieux aux besoins de

ces utilisateurs est la base de données. Celle-ci permet de lancer des requêtes en fonction de critères précis pour extraire des images et leurs notices descriptives. La base de données Mémoire, compilant près d'un million d'images en ligne, est le principal outil de valorisation des fonds numérisés sur le site Web de la Médiathèque.

10 Si les spécialistes composent la majorité des publics habituels de la Médiathèque, l'élargissement à de nouvelles catégories d'utilisateurs implique donc l'ouverture vers le grand public. Or la base de données est peu adaptée aux programmes d'activité des utilisateurs novices. La figure de l'utilisateur modèle construite par ces bases de données est idéalement celle d'un utilisateur qui non seulement maîtrise le vocabulaire spécialisé de la documentation et des supports et techniques photographiques, mais qui est également familier de l'architecture documentaire des fonds patrimoniaux et du fonctionnement des systèmes informatiques. Ces dispositifs de médiation supposent donc chez l'utilisateur la présence d'un important bagage de connaissances et de compétences informationnelles relativement développées.

11 Marie Deprés-Lonnet a bien montré dans sa thèse que ce type de dispositif communicationnel a été pensé au départ par et pour des spécialistes, dans un rapport professionnel et scientifique aux objets :

Le contrat de communication implicite qui a présidé à la conception de la base est passé entre un spécialiste et d'autres spécialistes [...]. Lorsque l'objectif change et que de nouveaux publics sont potentiellement visés par l'ouverture de l'accès à la base via Internet, le contrat initial ne s'applique plus (2000 : 137).

12 Ce rapport instauré entre un outil (la base de données) et une figure du public déterminée (le spécialiste) ancre ses racines dans l'histoire et la culture institutionnelle de la Médiathèque. Comme l'explique son directeur,

les débats de l'époque, en 1995, c'était est-ce que l'informatique et Internet vont ou non permettre un développement grand public et un accès grand public aux données [...], ou bien va-t-on rester toujours avec une interrogation qui ne pourra se faire que par une personne, c'est-à-dire un documentaliste³.

13 Les bases de données en ligne sont destinées à être utilisées par des usagers autonomes. Or « la limite est ici la *compétence* », explique Dominique Wolton. « L'accès à <toute l'information> ne remplace pas la compétence *préalable* pour savoir quelle information demander et quel usage en faire » (2000 : 89). Quels sont alors les dispositifs de guidage et d'accompagnement qui ont été mis en place par la Médiathèque pour aider le grand public à accéder à ces ressources en ligne ?

Dispositif d'accompagnement pour le grand public

14 Le site Web de la Médiathèque propose un accompagnement à l'usage de la base Mémoire en offrant un guide d'utilisation et des formulaires d'interrogation simplifiés. Malgré tout, au moment de l'enquête, seulement 8 % des internautes qui consultaient des images sur le site passaient par les formulaires d'interrogation de la base.

15 L'équipe responsable de la diffusion en ligne a donc décidé de créer des raccourcis sous la forme de listes de mots-clés qui court-circuitent le passage par ces formulaires. En cliquant sur l'un de ces mots-clés (nom du photographe, lieu représenté, etc.), on accède à « des petites sélections » correspondant aux résultats de requêtes préprogrammées dans la base (listes de vignettes et de notices descriptives abrégées). Ces chemins d'accès organisés en parcours d'exploration fonctionnent comme des « couloirs informationnels » (Douplitzky, 2001 : 126). Permettant de comprendre les objets patrimoniaux en les

resituant dans un contexte, ces dispositifs s'adaptent mieux à des usagers qui ne connaissent pas l'univers dans lequel ils se trouvent plongés.

16 Les « visites guidées »⁴ constituent la forme la plus aboutie de ces dispositifs de médiation destinés au grand public sur le site de la Médiathèque. Il s'agit de rubriques proposant de courts textes de présentation, une sélection d'images ainsi que des listes de mots-clés sur une thématique donnée (par exemple, les cathédrales). Toutefois, la scénarisation de ces parcours d'exploration est sommaire et, de manière générale, les programmes d'activité pédagogiques et ludiques n'ont pas été fortement développés sur l'ensemble du site de la Médiathèque.

17 Ainsi, on constate que le principal outil de valorisation en ligne des fonds de la Médiathèque reste un outil de spécialiste (la base de données) auquel ont été greffés des modules d'accompagnement à l'intention du grand public. L'élargissement de l'accès aux non-spécialistes est donc limité, dans la mesure où la stratégie de médiation adoptée prend comme point de départ la consultation de documents dans une logique de recherche experte.

Élargissement des rôles et des programmes d'activité proposés aux publics

18 Dans une autre perspective, on peut envisager l'élargissement de l'accès au patrimoine en se posant la question des rôles proposés aux publics. Les dispositifs de communication médiatisée assignent en effet des rôles aux acteurs en les engageant dans « un jeu énonciatif et relationnel » (Jeanneret, 2008 : 155). La diffusion sur le Web permet-elle d'établir de nouvelles formes d'interaction entre les institutions patrimoniales et leurs publics ? Suscite-t-elle de nouveaux types d'appropriation du patrimoine de la part des citoyens ?

19 Le développement du Web 2.0⁵ a fait émerger de nouvelles possibilités d'appropriation des objets patrimoniaux, c'est-à-dire de nouvelles modalités selon lesquelles les usagers « s'emparent » des photographies en les intégrant dans leurs pratiques médiatiques et leurs modes de socialisation. Les nouveaux genres éditoriaux (blogue, wiki, baladodiffusion)⁶ et applications (réseaux sociaux, flux RSS) issus du Web 2.0 font la part belle aux contenus générés par les utilisateurs (*user generated content*). Ces programmes d'activité diversifiés permettent aux usagers de dépasser le simple rôle d'interactant avec les contenus (manipulation des fonctionnalités interactives pour construire un parcours de consultation des ressources en ligne) afin d'entrer dans des rôles plus actifs de création ou de diffusion des contenus.

Des usagers médiateurs, témoins ou experts

20 Certaines institutions patrimoniales ont saisi cette occasion pour offrir aux usagers de nouvelles formes d'interaction avec les fonds numérisés. On peut distinguer un premier ensemble de fonctionnalités permettant aux publics de jouer le rôle de relais de l'information publiée. Par exemple, le site de Bibliothèque et Archives Canada invite les internautes à participer à son indexation sociale sur des plateformes de partage de marque-pages sociaux (*Digg, Delicious, Diigo, etc.*). Les publics deviennent alors eux-mêmes des médiateurs, puisqu'ils prennent en charge un rôle d'agrégateur de données et d'intermédiaire dans leur processus de diffusion.

- 21 Une seconde possibilité consiste à proposer aux publics un rôle de contributeur en les amenant à créer des contenus autour des fonds numérisés. Les utilisateurs peuvent par exemple bénéficier d'un espace personnel sur le site Web de l'institution pour y publier des albums d'images et les partager ensuite avec le reste du public d'internautes. Ils peuvent également être sollicités pour étiqueter les photographies (association de *tags* ou mots-clés) et poster des commentaires sur les images.
- 22 Bibliothèque et Archives Canada a exploré plusieurs options pour développer ce type de dispositifs de médiation collaboratifs. D'une part, l'institution met à disposition sur son propre site Web des services invitant les publics à participer à la description des images. Certaines de ses expositions virtuelles présentent une rubrique intitulée « Partagez vos souvenirs » destinée à recueillir les témoignages de personnes ayant participé à des événements historiques tels que la Seconde Guerre mondiale : « Nous espérons que ces images vous rappelleront des souvenirs et nous vous invitons à nous en faire part⁷ », peut-on lire sur le site. Ainsi, au témoignage de l'objet patrimonial (comme vestige d'une mémoire collective) s'arrime le témoignage de la mémoire individuelle (vécue), inscrite sous la forme d'un texte accompagnant l'image et lui donnant sens (Halbwachs, 1994).
- 23 Les publics peuvent être sollicités en tant que témoins, comme nous venons de le voir, mais aussi en tant qu'experts dans des projets de redocumentarisation (Pédauque, 2007) : ils mettent alors leurs compétences au service de l'enrichissement des connaissances sur le patrimoine. De tels projets sont parfois conçus en partenariat avec des sites de réseautage social qui facilitent la publication de commentaires et l'amélioration des notices descriptives des images. À l'instar de la Bibliothèque du Congrès américain, Bibliothèque et Archives Canada a créé un compte sur la plateforme de partage de photographies Flickr où elle publie des albums de photographies tirées de ses collections numérisées.
- 24 L'objectif affiché de ce projet est d'« explorer de nouvelles façons d'améliorer l'accès » et d'« explorer comment les usagers interagissent avec des collections numérisées dans des environnements qui favorisent la contribution de commentaires et de renvois »⁸. Ce type d'initiative pose toutefois la question de l'encadrement de l'activité éditoriale des internautes et de la validation de l'information qu'ils publient. Par ailleurs, si le projet de la Bibliothèque du Congrès a été un succès du point de vue de l'écho médiatique et de la participation du public, la contribution des usagers à la création de contenus autour des albums de Bibliothèque et Archives Canada a été très modeste (même si qualitativement les réactions du public étaient très favorables au projet).

Les publics braconniers

- 25 Au-delà des programmes d'activité prescrits par les institutions patrimoniales, les utilisateurs façonnent eux-mêmes des usages et des modes d'appropriation des photographies numérisées qui relèvent parfois du « braconnage » (De Certeau, 1990). En republiant les images sur leur propre site Internet, les internautes élargissent la circulation de ce patrimoine dans l'espace du Web, tout en échappant au contrôle éditorial de l'institution.
- 26 Bibliothèque et Archives Canada encourage la republication de ses images libres de droits dans le cadre d'une utilisation non commerciale, à condition de mentionner leur origine. Certains sites d'utilisateurs s'inscrivent dans la continuité du projet de communication originel (faire connaître un patrimoine collectif en élargissant son accès et sa visibilité)⁹, mais d'autres ne respectent pas les conditions d'utilisation, allant parfois jusqu'à détourner l'utilisation des images à des fins marchandes personnelles. C'est le cas d'un site intitulé Brocante, tout ce qui se trouve sur ce site est à vendre, créé par un utilisateur dans le but de vendre des tirages photographiques fabriqués à partir de fichiers mis en ligne par la Médiathèque : « Unité = 1 € ou 48 autochromes 1918 (non originaux).

Achat immédiat : 40 €. Photos tirées sur papier glacé d'aujourd'hui. Ce ne sont pas des cartes-postales. 48 photos tirées en 10 cm X 15 cm¹⁰ ».

- 27 Cet exemple d'appropriation ne se caractérise pas par un geste symbolique (considérer comme sien au sens de s'identifier à un patrimoine collectif ou social (faire circuler largement des objets témoignant de l'histoire de la communauté sociale), mais par un acte qui touche au domaine juridique : s'arroger des droits de propriété et d'exploitation commerciale. Il s'agit donc ici d'un détournement au sens d'un usage non conforme au projet initial de mise en ligne des fonds.
- 28 Ces pratiques d'autopublication posent donc la question de la régulation de l'activité des publics. Dans la définition de leurs politiques de diffusion des fonds numérisés, les institutions se trouvent face à un dilemme : faire en sorte que les objets numérisés circulent largement dans l'espace social tout en protégeant les droits d'exploitation qui s'appliquent à ces reproductions. De ce point de vue, la Médiathèque de l'architecture et du patrimoine et Bibliothèque et Archives Canada ont établi une stratégie relativement similaire. Chacune a pris des mesures élémentaires (offre d'un format de bonne qualité mais limité pour l'édition professionnelle, mention claire des obligations de l'utilisateur en matière de respect des droits d'auteur), sans toutefois mettre en place des dispositions plus restrictives comme le tatouage qui fait apparaître le nom de l'institution en filigrane dans l'image à chaque tentative d'utilisation.
- 29 En examinant les modalités de circulation des images patrimoniales sur la Toile, on constate que les outils issus du Web 2.0 permettent d'élargir l'éventail des rôles proposés aux publics dans leur interaction avec les photographies numérisées. Mais toutes les institutions culturelles n'exploitent pas ces nouvelles possibilités sur leur site Web (la Médiathèque par exemple ne s'est pas engagée dans cette voie). Il semble que les musées (et les bibliothèques), plus habitués à s'adresser au grand public, aient davantage adopté ces nouveaux outils que les centres d'archives, qui doivent repenser plus largement leurs dispositifs de médiation pour s'adapter aux besoins et aux attentes du grand public. Cette constatation nous amène à nuancer l'idée que le Web, par la convergence des formats médiatiques et du codage numérique des données, réaliserait une unification des pratiques de valorisation patrimoniales et la fusion des « établissements en charge du patrimoine culturel [...] en une seule institution de la mémoire » (Schweibenz, 2004 : 3).

Conclusion

- 30 La problématique de départ (le Web permet-il d'élargir l'accès au patrimoine pour de nouveaux publics ?) nous a conduits à nous demander si les institutions patrimoniales élargissent les représentations de leurs publics en diversifiant les figures anticipées par les dispositifs de médiation : diversification des programmes d'activité destinés aux différentes catégories de publics, diversification des rôles proposés aux publics dans l'interaction avec les objets numérisés.
- 31 Finalement, l'efficacité d'une démarche d'ouverture vers de nouveaux publics réside moins dans les potentialités techniques de l'outil de communication (le site Web comme moyen de diffusion de masse sur un réseau globalisé) que dans la définition d'un projet de médiation intégrant une conception élargie des publics et de leurs pratiques médiatiques. L'un des principaux défis pour les institutions dans cette entreprise consiste à trouver une façon de concilier la mise en circulation large et ouverte de ce patrimoine collectif avec le besoin de contrôler et de réguler l'activité des publics dans leurs pratiques d'appropriation et de republication des contenus.

Bibliographie

BOUQUILLION, Philippe (2003), « La culture face à l'Internet : un enjeu culturel et d'action publique » [En ligne]. http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2002/Bouquillion/Bouquillon.pdf (Page consultée le 15 juin 2010).

CASEMAJOR LOUSTAU, Nathalie (2009), Diffuser les collections photographiques sur le Web : de nouvelles pratiques de médiation ? Étude des formes et stratégies de communication du patrimoine photographique en ligne. Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication sous la direction en cotutelle de Michèle GELLEREAU, Université Charles de Gaulle Lille 3, et Gaëtan TREMBLAY, Université du Québec à Montréal.

CAUNE, Jean (2006), *La démocratisation culturelle. Une médiation à bout de souffle*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

CERTEAU, Michel de (1980/1990), *L'invention du quotidien*, t. I : *Arts de faire*, Paris, Gallimard.

CHARTRON, G. et É. BROUDOUX (2006), *Document numérique et société*, actes de la conférence DocSoc, Paris, ADBS.

DAVALLON, Jean (2000), *L'exposition à l'œuvre. Stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris/Montréal, L'Harmattan.

DAVALLON, Jean (2006), *Le don du patrimoine : une approche communicationnelle de la patrimonialisation*, Paris, Lavoisier/Hermès Science.

DESPRES-LONNET, Marie (2000), Contribution à la conception d'interfaces de consultation de bases de données iconographiques. Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication sous la direction de Gérard LOSFELD, Université Charles de Gaulle Lille 3.

DOUPLITZKY, Karine (2001), « Internet : une nouvelle écologie du savoir », *Les Cahiers de médiologie*, 11, p. 125-132.

DOI : 10.3917/cdm.011.0124

ECO, Umberto (1985/1979), *Lector in fabula ou La coopération interprétative dans les textes narratifs*, Paris, Grasset.

GOODY, Jack (1986), *La logique de l'écriture : aux origines des sociétés humaines*, Paris, Armand Colin.

HALBWACHS, Maurice (1925/1994), *Les cadres sociaux de la mémoire*, Paris, Albin Michel.

DOI : 10.1515/9783110869439

JEANNERET, Yves (2008), *Penser la trivialité*, vol. 1 : *La vie triviale des êtres culturels*, Paris, Hermès Science/Lavoisier.

KEEN, Andrew (2008), *Le culte de l'am@teur. Comment Internet tue notre culture*, Montréal, Éditions de l'Homme.

LE MAREC, Joëlle (2001), « Le public : définitions et représentations », *Bulletin des bibliothèques de France*, 46(2), p. 50-55.

PÉDAUQUE, Roger T. (dir.) (2007), *La redocumentarisation du monde*, Toulouse, Cepaduès Éditions.

RIFKIN, Jeremy (2000/2005), *L'âge de l'accès. La nouvelle culture du capitalisme*, Paris, La Découverte.

SCHWEIBENZ, Werner (2004), « L'évolution du musée virtuel », *Les Nouvelles de l'ICOM*, 3, p. 3.

TARDY, Cécile *et al.* (2007), « Les médias informatisés comme organisation des pratiques de savoir » dans *Organisation des connaissances et société des savoirs : concepts, usages, acteurs*, 6^e colloque international du Chapitre français de l'ISKO, Toulouse, p. 169-184.

WILLIAMS, Raymond (1981), *Culture*, Glasgow, Fontana Paperbacks.

WOLTON, Dominique (2000), *Internet, et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*, Paris, Flammarion.

Notes

1 En référence au « lecteur modèle » décrit par Umberto Eco.

2 Procédé photographique sur plaque d'argent produisant une image positive directe. Il fut mis au point par Louis Daguerre en 1835.

3 Extrait d'entretien avec le directeur de la Médiathèque de l'architecture et du patrimoine.

4 [En ligne] [http://www.mediathèque-patrimoine.culture.gouv.fr/fr/archives_photo/index.html] (Page consultée le 21 avril 2010).

- 5 Bien que le terme de *Web 2.0* fasse débat dans la communauté des spécialistes, nous nous contenterons ici de nous appuyer sur les observations empiriques que nous avons faites sur le site de la Médiathèque et de Bibliothèque et Archives Canada, et renvoyons à littérature existante pour une analyse critique de cette notion. On consultera notamment Keen (2008).
- 6 Pour une analyse détaillée de ces nouveaux genres éditoriaux, voir Chartron et Broudoux (2006).
- 7 Extrait de l'exposition virtuelle *Visages de guerre* sur le site Internet de Bibliothèque et Archives Canada [En ligne]. [<http://www.collectionscanada.gc.ca/visages-de-guerre/index-f.html>] (Page consultée le 21 avril 2010).
- 8 Extrait du site Web de Bibliothèque et Archives Canada.
- 9 Par exemple, un passionné de la Grande Guerre qui utilise des photographies pour illustrer les textes qu'il publie sur son site personnel.
- 10 Extrait du site Brocante, tout ce qui se trouve sur ce site est à vendre [En ligne]. [<http://membres.lycos.fr/fico/otocromes/otocromes.htm>] (Page consultée le 21 avril 2010). On notera l'orthographe erronée du mot *autochrome* dans le titre de la page (« otocromes »).

Pour citer cet article

Référence électronique

Nathalie Casemajor Loustau, « Diversifier les figures du public : l'appropriation du patrimoine culturel sur le Web », *Communication* [En ligne], Vol. 29/2 | 2012, mis en ligne le 14 mars 2012, consulté le 23 octobre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communication/2709> ; DOI : 10.4000/communication.2709

Auteur

Nathalie Casemajor Loustau

Nathalie Casemajor Loustau est docteure en communication, postdoctorante à l'université McGill et chargée de cours à l'Université du Québec à Montréal. Elle est membre du Groupe de recherche sur la médiation culturelle. Courriel : nathalie.casemajorloustau@mail.mcgill.ca. Cette note est tirée d'une communication présentée au Congrès de la Société française des sciences de l'information et de communication (FSIC) le 25 juin 2010 à l'Université de Bourgogne (Dijon, France).

Droits d'auteur



Les contenus de la revue *Communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.