

Une exposition dans l'exposition : comment le public passe-t-il du réel au virtuel ?

Ghislaine CHABERT (MCF Sciences de l'information et de la communication)
Daniel BOUILLOT (PAST Université de Savoie)

G-SICA Groupe de recherche Sur Image, Communication et Arts

Laboratoire IREGE - Université de Savoie -

Comment une exposition virtuelle trouve-t-elle sa place dans un espace d'exposition traditionnel ? Comment un espace d'exposition virtuel est-il fréquenté par son public ? Quels sont les usages et les publics concernés par l'espace d'exposition virtuel ? Comment les œuvres numériques sont-elles perçues par un public habitué à la fréquentation d'un espace muséographique traditionnel ?

Ces questions sont abordées au travers de l'étude d'usages d'une borne interactive installée dans l'exposition permanente consacrée à l'image animée à Annecy (CITIA, Cité de l'image en mouvement). Cette borne est conçue sous forme d'un espace multimédia scénarisé donnant la possibilité aux visiteurs de se déplacer dans les salles d'un lieu fictif dans lesquelles sont disposés des objets interactifs donnant accès aux œuvres. L'interactivité proposée y est pensée comme « *représentation réaliste d'un micro-univers, scénarios et interfaces sophistiquées et multiples cheminements possibles...* » (Le Marec, 1998). Elle témoigne ainsi de la volonté de mettre en abîme « une exposition dans l'exposition » comme « *micro-visite emboîtée dans une grande visite, le parcours de l'exposition* » (Le Marec, 1998).

Ce travail de recherche s'inscrit dans la continuité des travaux menés par des chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication sur les usages des technologies d'information et de communication (J.Perrault, 1989) et, particulièrement, sur les usages diversifiés des interactifs dans les musées (D.Thierry, 1992, J.Le Marec, 1998). Notre projet propose également « *d'appréhender ce qui constitue pour une société donnée (la nôtre) à un moment donné de sa propre histoire, le monde qui lui est sensible* » (F. Forest, 1984) et s'inspire ainsi des travaux de l'esthétique de la communication. L'originalité de la démarche réside aujourd'hui en une méthodologie combinée d'étude des usages de la borne interactive. En effet, nous utilisons simultanément des techniques relevant du datamining (utilisé habituellement en e-marketing) et des techniques relevant de la sociologie des usages et des publics. Il en résulte ainsi la sollicitation de méthodes d'analyse à la fois quantitatives et qualitatives.

Quantitativement, les outils de mesure automatique intégrés à la borne nous permettent d'analyser les parcours des visiteurs (4.000 visiteurs depuis juin 2005) au sein de l'espace d'exposition virtuel, leurs relations aux documents présentant les œuvres ainsi que la visualisation de celles-ci. Ainsi pourrions-nous observer :

- si la démarche usuelle consistant à visiter un espace réel d'exposition tel que celui de la borne (parcours déambulatoire) se transpose de façon naturelle à un espace virtuel ;
- si le comportement du visiteur est influencé par l'organisation spatiale et interactive mise en œuvre dans le dispositif (scénographie interactive qui prévoit les déplacements dans une salle et entre les salles, médiation d'un plan interactif, accès à un catalogue, à une aide...) ;
- si l'utilisateur de la borne recherche plutôt l'accès direct aux œuvres, court-circuitant ainsi l'environnement de visite mis en place, pour lui préférer un accès par catalogue.

Qualitativement, nous menons régulièrement des observations de terrain (caméra, notes, entretiens) dans le but, d'une part, de nuancer notre première approche par la prise en compte du contexte et, d'autre part, d'identifier différents publics fréquentant l'exposition « réelle et virtuelle » (seniors, adultes, étudiants, adolescents et enfants). Cette démarche « ethnographique » nous permet ainsi d'appréhender le perçu de la relation des différents publics à la borne et, notamment, de prendre en compte les dimensions spatio-temporelles attenantes aux lieux et susceptibles d'en influencer les usages (J. Perrault, 1998).