



**HAL**  
open science

# L'introduction d'un discours au sein de l'exposition : le cas des audioguides et applications mobiles

Marina Osborne Gross-Hoy

► **To cite this version:**

Marina Osborne Gross-Hoy. L'introduction d'un discours au sein de l'exposition : le cas des audioguides et applications mobiles. Art et histoire de l'art. 2014. dumas-01215686

**HAL Id: dumas-01215686**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01215686>**

Submitted on 14 Oct 2015

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

ÉCOLE DU LOUVRE

Marina GROSS-HOY

# L'Introduction d'un discours au sein de l'exposition

Le cas des audioguides et applications mobiles

Mémoire de recherche  
(2<sup>de</sup> année de 2<sup>e</sup> cycle)  
en muséologie  
présenté sous la direction  
de M<sup>me</sup> Marie-Clarté O'NEILL

Septembre 2014

Le contenu de ce mémoire est publié sous la licence *Creative Commons*

CC BY NC ND



L'INTRODUCTION D'UN DISCOURS AU SEIN DE L'EXPOSITION :  
LE CAS DES AUDIOGUIDES ET APPLICATIONS MOBILES

ÉCOLE DU LOUVRE  
Mémoire de recherche  
en muséologie  
Septembre 2014

***L'INTRODUCTION D'UN DISCOURS AU SEIN DE L'EXPOSITION :  
LE CAS DES AUDIOGUIDES ET APPLICATIONS MOBILES  
par Marina Gross-Hoy***

***RESUME***

Ce mémoire de recherche porte sur les audioguides et les applications qui permettent d'introduire un discours pour le visiteur, au sein des expositions temporaires. Le travail réalisé consiste en une analyse de ces outils dans trois expositions temporaires : « Le printemps de la Renaissance » au Musée du Louvre, « Désir et Volupté à l'époque Victorienne » au Musée Jacquemart-André, et « La Renaissance et le Rêve » au Musée du Luxembourg. L'objectif est d'étudier comment les objectifs fixés pour ces outils influencent leur production, comment leurs contenus sont présentés, quel est le rôle de ces dispositifs dans la communication de l'exposition, et de savoir si ces outils atteignent ou non leurs objectifs.

**MOTS-CLES**

Applications mobiles

Audioguides

Expositions temporaires

Musée Jacquemart-André

Musée du Louvre

Musée du Luxembourg

Médiation culturelle

Entretiens

# Remerciements

*Je souhaite dédier ce travail à la mémoire d'Alice.*

Je remercie toutes les personnes qui ont rendu possible ce mémoire de recherche :

Madame Marie-Clarté O'Neill, chercheuse en muséologie associée à l'Université de Montréal, chargée d'enseignement à l'École du Louvre et à l'Institut national du patrimoine, déléguée aux "Meilleures pratiques en éducation muséale" au sein du bureau ICOM CECA, ainsi que Madame Marina-Pia Vitali, sous-directrice de la médiation dans les salles au Musée du Louvre et Madame Colette Dufresne-Tassé, professeur titulaire à l'Université de Montréal, déléguée à la recherche à l'ICOM CECA, pour leurs aperçus de la méthodologie, leur disponibilité et leurs conseils ;

Monsieur Nicolas Sainte Fare Garnot, conservateur du Musée Jacquemart-André et commissaire de l'exposition « Désirs et Volupté à l'époque Victorienne », Monsieur Marc Bormand, conservateur en chef au département des Sculptures du Musée du Louvre et commissaire de l'exposition « Le printemps de la Renaissance », Madame Juliette Le Taillandier de Gabory, responsable du développement des publics et de la programmation culturelle au Musée du Luxembourg, Madame Aude Gobet, chargée de programmation au Service éducation au Musée du Louvre et Madame Géraldine Gauvin, directrice de production des outils multimédias et muséographie chez Sycomore, pour leur accueil et les entretiens qui m'ont été accordés ;

Madame Séverine Muller pour une relecture attentive de ce document pour la langue ;

Madame Melissa Gross et Monsieur Mathias Labeyrie pour leur soutien et leurs encouragements.

# Sommaire

<b>REMERCIEMENTS .....</b>	<b>4</b>
<b>AVANT-PROPOS .....</b>	<b>6</b>
<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>7</b>
<b>CHAPITRE 1: CADRE DE LA RECHERCHE .....</b>	<b>9</b>
<i>I. PRESENTATION DES TECHNOLOGIES PORTATIVES DANS LES MUSEES.....</i>	<i>9</i>
A. Bref historique de la présence des audioguides et applications mobiles dans les musées .....	10
B. L'état actuel des audioguides et applications mobiles dans les musées.....	12
1. Objectifs et publics.....	12
2. Contenus et services.....	14
3. Impact sur la visite .....	19
<i>II. LE PARTI PRIS DE LA RECHERCHE.....</i>	<i>23</i>
<b>CHAPITRE 2: LA METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE .....</b>	<b>25</b>
<i>I. CHOIX ET CONCEPTION DE L'OUTIL D'ANALYSE.....</i>	<i>25</i>
<b>CHAPITRE 3: PRESENTATION ET ANALYSE DES ETUDES DE CAS .....</b>	<b>37</b>
<i>I. MUSEE JACQUEMART-ANDRE : « DESIRS ET VOLUPTÉ » .....</i>	<i>37</i>
A. Le contexte de l'outil : Présentation de l'exposition .....	37
B. Les objectifs pour les contenus audio et leur production .....	43
C. Le dispositif résultant .....	46
D. L'outil dans l'espace : les relations avec les autres éléments de l'exposition .....	54
E. Synthèse de l'analyse .....	68
<i>II. MUSEE DU LOUVRE : « LE PRINTEMPS DE LA RENAISSANCE ».....</i>	<i>72</i>
A. Le contexte de l'outil : Présentation de l'exposition .....	72
B. Les objectifs fixés pour les contenus audio et leur production .....	80
C. Le dispositif résultant .....	83
D. L'outil dans l'espace : les relations avec les autres éléments de l'exposition .....	93
E. Synthèse de l'analyse .....	108
<i>III. MUSEE DU LUXEMBOURG : « LA RENAISSANCE ET LE REVE ».....</i>	<i>111</i>
A. Le contexte de l'outil : Présentation de l'exposition .....	111
B. Les objectifs fixés pour les contenus audio et leur production .....	117
C. Le dispositif résultant .....	119
D. L'outil dans l'espace : les relations avec les autres éléments de l'exposition .....	128
E. Synthèse de l'analyse .....	141
<b>CHAPITRE 4: SYNTHESE DES RESULTATS .....</b>	<b>143</b>
<i>I. CONCEPTION.....</i>	<i>143</i>
<i>II. RAPPORTS AVEC L'EXPOSITION.....</i>	<i>145</i>
<i>III. EDUCATION.....</i>	<i>149</i>
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>154</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>155</b>

# Avant-propos

Depuis trois ans, mon intérêt s'est porté sur l'expérience du visiteur au cours de sa visite du musée. Il m'importe particulièrement de comprendre comment les musées communiquent un contenu à leurs visiteurs et comment ensuite ces derniers comprennent ce message.

Ma recherche de première année de deuxième cycle à l'École du Louvre comprenait une analyse structurelle et une étude d'impact de l'exposition « Fra Angelico et les maîtres de la lumière » au Musée Jacquemart-André. Le but était de déterminer si les objectifs fixés par le conservateur du Musée pour l'exposition étaient compris par le visiteur et comment ces messages étaient communiqués. Quarante-cinq visiteurs de l'exposition ont participé à cette étude sous la forme d'entretiens, ainsi que deux exercices d'analyse visuelle.

Le mémoire de recherche réalisé au cours de cette année se focalise non pas sur l'expérience du visiteur, mais sur un seul outil, parmi la multitude des outils de communication présents au sein d'un musée. Il vise à étudier les audioguides et les applications mobiles proposées par les musées dans le cadre de leurs expositions temporaires. Je suis passionnée par le potentiel de ces dispositifs de médiation dans les musées car ils peuvent idéalement faciliter une interaction approfondie entre le visiteur et les œuvres. Ils présentent une opportunité unique pour éduquer le regard et stimuler l'imagination du visiteur.

# Introduction

Comment définir les dispositifs portatifs numériques ? Selon la Direction des musées de France, l'audioguide « *est un outil individuel sonore d'aide à la visite qui permet aux visiteurs de recevoir des compléments d'information sur les œuvres exposées et le bâtiment lors de l'exposition permanente ou temporaire du musée* ». Mais les technologies actuelles permettent aux musées de proposer des offres qui dépassent la forme classique des audioguides comme les guides multimédia ou les applications mobiles, par exemple. Ces outils ne sont plus seulement sonores, mais ils peuvent aussi proposer des images, des textes, des vidéos et même des jeux interactifs. Toutes ces nouvelles technologies partagent les qualités d'être mobiles, numériques et personnelles<sup>1</sup>.

Le musée, selon le Conseil international des musées, « *acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation*<sup>2</sup> ». L'expérience du visiteur est un élément inhérent au musée. Les nouvelles technologies permettent aux musées d'imaginer la création de nouvelles expériences de visite et d'enrichir celles qui sont déjà familières<sup>3</sup>, dans le but de chercher à atteindre ces objectifs si fondamentaux.

L'avenir du numérique est un sujet d'actualité dans les musées. En 2013, Bloomberg Philanthropies a effectué un don de quinze millions de dollars à cinq institutions culturelles américaines, à savoir le Metropolitan Museum of Art, le Museum of Modern Art, le Jardin botanique de New York, le Guggenheim Museum et l'Art Institute of Chicago, pour améliorer l'accueil numérique de leurs visiteurs, en particulier à travers le remplacement des audioguides traditionnels par de nouveaux outils mobiles utilisant des technologies de pointe<sup>4</sup>. Le Metropolitan Museum of Art a recruté en 2013 son premier directeur des activités numériques. Les réflexions sur les offres numériques sont au premier plan dans les musées aux Etats-Unis comme en Europe.

---

<sup>1</sup>TALLON Loïc *Digital technologies and the museum experience: handheld guides and other media*, AltaMira Press, 2008, p. xviii.

<sup>2</sup> Site Web de l'ICOM : [http://archives.icom.museum/definition\\_fr.html](http://archives.icom.museum/definition_fr.html)

<sup>3</sup> BRADBURNE James M, « Foreward » dans *Digital technologies and the museum experience : handheld guides and other media*, 2008, p. ix.

<sup>4</sup> Site Web du Bloomberg Philanthropies : <http://www.bloomberg.org/program/arts/digital-engagement/>

Si le discours communiqué par l'exposition à travers les objets a déjà été le sujet de nombreuses publications, notamment de Jean Davallon, le rôle du contenu des outils numériques dans la visite muséale mérite la même attention. Il serait dommage que les musées exercent un contrôle strict sur les éléments classiques des expositions comme la muséographie-scénographie, les écrits sur les murs, les vitrines, mais beaucoup moins sur les nouvelles technologies, avec qui interagit pourtant une grande proportion des visiteurs<sup>5</sup>.

L'objectif de ce mémoire est de proposer des cas pratiques d'évaluation des contenus des nouvelles technologies en tant que discours introduits au sein de l'exposition.

Dans un premier temps les publications et des exemples concrets d'études réalisées sur ces outils sont présentés dans le but de définir le cadre de la recherche et de proposer un aperçu de l'état actuel de l'utilisation de ces technologies dans les musées. La méthodologie de recherche et les outils choisis pour cette étude sont ensuite exposés. Trois études de cas approfondies d'outils numériques et leurs contenus sont présentées pour analyser théoriquement leur rôle dans les expositions. Enfin, les résultats obtenus sont examinés pour en retirer des enjeux concernant les contenus audio dans les musées.

---

<sup>5</sup> TALLON Loïc *Digital technologies and the museum experience: handheld guides and other media*, p. xx.

# CHAPITRE 1: CADRE DE LA RECHERCHE

## I. PRESENTATION DES TECHNOLOGIES PORTATIVES DANS LES MUSEES

La quantité de recherche rigoureuse, accessible et publiée sur les technologies portatives dans les musées est relativement maigre<sup>6</sup>. Cela est partiellement dû au fait que les technologies elles-mêmes ne sont apparues que dans les années 1950. Une raison supplémentaire à ce manque des ressources disponibles est que les producteurs initiaux des technologies portatives étaient des entreprises commerciales, et non des musées. Dans cet environnement compétitif, le partage des résultats d'études aurait pu avoir des conséquences négatives sur le développement de l'activité de ces entreprises<sup>7</sup>. Dans le contexte actuel, les études universitaires sur ces technologies ont ouvert le champ de la recherche et les musées rejoignent ce mouvement d'échange d'idées et de connaissances<sup>8</sup>. Les publications et travaux portant sur la visite commentée par les contenus audio peuvent être classés dans les catégories suivantes<sup>9</sup> :

- Les écrits concernant les technologies ;
- Les écrits proposant des conseils sur la création des contenus audio ;
- Les écrits sur la place des contenus audio dans les musées ;
- Les écrits sur l'appréciation des systèmes.

Ces travaux, ainsi que des exemples d'outils actuellement proposés dans les musées, seront examinés.

---

<sup>6</sup> TALLON Loïc *Digital technologies and the museum experience: handheld guides and other media*, p. xix.

<sup>7</sup> Ibid.

<sup>8</sup> Ibid, p. xxi.

<sup>9</sup> GAVAUD Anne Sophie, *Expériences et attentes des utilisateurs de l'audioguide adulte du musée Condé à Chantilly*. Mémoire d'étude : Paris, Ecole du Louvre : sous la direction de Marie Clarté O'Neill, Charlotte Drahé, Claire O'Neill : 2008, p. 17-19.

## *A. Bref historique de la présence des audioguides et applications mobiles dans les musées*

### 1. Audioguides

Les dispositifs ont subi beaucoup d'évolutions et d'innovations depuis leur arrivée en 1952, par exemple<sup>10</sup> :

- La première technologie portative utilisée dans un musée est apparue en 1952 au Stedelijk Museum à Amsterdam sous la forme de visites ambulatoires à ondes courtes<sup>11</sup>. Le visiteur n'avait pas besoin de choisir quel commentaire écouter, le dispositif permettait simplement de saisir les ondes courtes du contenu audio quand le visiteur était à proximité, le fonctionnement était proche de celui d'une radio.
- Dans les années 1970 dans huit villes nord-américaines, un dispositif proche d'un Walkman Sony contenant des pistes audio préenregistrés a été proposé au cours de l'exposition « Treasures of Tutankhamen », et a été utilisé par plus d trois millions de visiteurs ;
- En 1993, le Musée du Louvre a proposé un outil numérique pour ses collections permanentes où les visiteurs pouvaient accéder aux contenus audio dans l'ordre de leur choix ;
- L'Experience Music Project à Seattle a été pionnière en 1998 en proposant un dispositif portatif multimédia pour la visite du musée.

Loïc Tallon et Kevin Walker<sup>12</sup>, Clotilde Dupé<sup>13</sup> et Elise Tardy<sup>14</sup>, parmi d'autres, dressent plus profondément dans leurs publications l'historique des systèmes d'audioguidage et les différentes technologies actuelles des audioguides.

---

<sup>10</sup> TALLON Loïc *Digital technologies and the museum experience : handheld guides and other media*, p. xiv.

<sup>11</sup> En anglais : *Short-Wave Ambulatory Lectures*.

<sup>12</sup> TALLON Loïc et WALKER Kevin, *Digital Technologies and the Museum Experience: Handheld Guides and Other Media*, 2008.

<sup>13</sup> DUPE Clothilde, *L'Audioguide comme outil de construction de sens : étude de l'impact de l'audioguide de l'exposition "La grande parade, portrait de l'artiste clown" sur les visiteurs fréquents*. Mémoire de recherche : Paris, Ecole du Louvre : sous la direction de Marie Clarté O'Neill, Colette Dufresne Tassé : 2005.

<sup>14</sup> TARDY Elise, *Audioguide : le patrimoine en toute liberté* : Centre national de ressources du tourisme et du patrimoine rural, 2006.

L'audioguide est actuellement un outil présent dans une majorité des grands et petits musées à travers le monde<sup>15</sup>. Il rend les collections permanentes et les expositions temporaires accessibles aux publics qui ne bénéficient pas totalement des autres outils d'aides à la visite, parmi eux se trouvent les visiteurs préférant écouter plutôt que lire des informations, les visiteurs étrangers, les malvoyants ou les enfants.

## 2. Applications mobiles

La croissance de la possession de Smartphones a eu un impact sur les musées et leurs offres de médiation. Quand les visiteurs sont venus au musée avec les premiers téléphones portables à la fin des années 1990, les institutions culturelles étaient hostiles à cette technologie<sup>16</sup>. L'utilisation des téléphones portables a été découragée, voire interdite.

Aujourd'hui l'attitude des musées envers ces appareils est plus positive. Les institutions culturelles commencent à saisir cette opportunité en termes de médiation, en offrant une large gamme d'applications mobiles avec des contenus dédiés.

Les applications mobiles sont des « *logiciels que l'on télécharge sur des plateformes uniques à chaque système d'exploitation. Elles consistent en un logiciel qui n'est pas présent sur le téléphone au moment de l'achat, que l'on choisit de télécharger ultérieurement via une connexion internet ou téléphonique*<sup>17</sup> ». Elles permettent l'accès à des contenus et à des services.

La proportion de personnes qui possèdent un téléphone portable ayant des capacités qui dépassent les simples fonctions téléphoniques devient de plus en plus importante. En France, l'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes (ARCEP) a estimé au premier semestre 2014 qu'une personne sur deux en France utilise des services disponibles sur les réseaux mobiles de troisième génération (3G), un pourcentage qui augmente tous les ans<sup>18</sup>. Selon une étude de public du Victoria & Albert Museum à Londres en 2012, le nombre de visiteurs

---

<sup>15</sup> WETTERLUND Kris et SAYRE Scott, *2009 Art Museum Education Programs Survey*. Mars-Avril, 2009. <http://www.museum-ed.org/wp-content/uploads/2010/08/2009medprogsurvey.pdf>

<sup>16</sup> DEHON Clélia, *Le téléphone portable, nouvel outil de médiation culturelle dans les institutions muséales françaises*. Mémoire de Master 1 – Conception et direction de projets culturels : Paris, Université de Paris 3 – Sorbonne Nouvelle : sous la direction de Mme Cécile Camart : 2011, p. 18-22.

<sup>17</sup> Ibid., p. 31.

<sup>18</sup> *Observatoire trimestriel des marchés de communications électroniques en France*, 1<sup>e</sup> trimestre 2014, résultats définitifs, Les actes de l'ARCEP, juillet 2014, p.19.

possédant un Smartphone a augmenté de 137% depuis 2010<sup>19</sup>, et environ un quart des visiteurs qui n'avaient pas un Smartphone à cette date ont déclaré vouloir en acheter un dans l'année qui suivait.

Dans l'étude intitulée *Museums & Mobile Survey*<sup>20</sup> réalisée en 2013, enquête portant sur les stratégies en termes de technologies mobiles de 551 musées et institutions culturelles aux Etats-Unis, au Canada et en Europe, la majorité des participants (68%) offraient des applications mobiles, ou avaient le projet de développer une application dans l'année qui suivait. Dans le contexte actuel, offrir une application mobile donne au musée « *un aspect moderne et dynamique*<sup>21</sup> », en faisant de l'application un outil marketing.

## ***B. L'état actuel des audioguides et applications mobiles dans les musées***

Selon l'étude intitulée *Art Museum Education Programs Survey*, une enquête portant sur une centaine de musées d'art américains en 2009, plus de la moitié des musées d'art proposaient à cette date une visite commentée via un dispositif portatif ou sur un téléphone portable<sup>22</sup>. Les résultats de l'étude estiment que ces outils sont utilisés par plus que trente-cinq millions de visiteurs chaque année<sup>23</sup>. Ces dispositifs sont très présents dans le contexte muséal et méritent donc d'être analysés.

### **1. Objectifs et publics**

Les contenus audio ne peuvent pas répondre aux besoins de chaque personne, en grande partie parce que les visiteurs interagissent différemment avec les outils

---

<sup>19</sup> *Understanding the Mobile V&A Visitor*, Automne 2012, Fusion Research & Analytics LLC et Frankly, Green + Webb Ltd, p. 6, [http://www.vam.ac.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0009/231975/V-and-A-Mobile-Visitor-Survey-Report-FINAL-16-Jan-.pdf?utm\\_source=vam.ac.uk&utm\\_medium=link&utm\\_content=msrtxt&utm\\_campaign=blg](http://www.vam.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0009/231975/V-and-A-Mobile-Visitor-Survey-Report-FINAL-16-Jan-.pdf?utm_source=vam.ac.uk&utm_medium=link&utm_content=msrtxt&utm_campaign=blg)

<sup>20</sup> TALLON Loïc, *Mobile Strategy in 2013: an analysis of the annual Museums and Mobile Survey*. Mars, 2013. <http://www.museumsmobile.com/about/survey/>

<sup>21</sup> DEHON Clélia, *Le téléphone portable, nouvel outil de médiation culturelle dans les institutions muséales françaises*, 2011, p. 20.

<sup>22</sup> WETTERLUND Kris et SAYRE Scott, *2009 Art Museum Education Programs Survey*. Mars-Avril, 2009. <http://www.museum-ed.org/wp-content/uploads/2010/08/2009medprogsurvey.pdf>

<sup>23</sup> TELLIS Chris, « Multimedia Handhelds : One Device, Many Audiences, » in *Museums and the Web 2004 : Proceedings*, ed David BEARMAN et Jennifer TRANT (Toronto : Archives and Museums Informatics, 2004), [www.archimuse.com/mw2004/papers/tellis/tellis.html](http://www.archimuse.com/mw2004/papers/tellis/tellis.html)

proposés. Il faut donc créer une variété d'approches différentes permettant d'interagir avec l'exposition<sup>24</sup>.

Dans l'enquête Museums & Mobile Survey de 2013, l'objectif le plus souvent donné par les musées pour la création d'applications mobiles était d'aider le visiteur à s'impliquer dans le musée, et le moins souvent donné de dégager des bénéfices<sup>25</sup>. Les publics ciblés sont les visiteurs qui cherchent à vivre une expérience plus approfondie et les jeunes adultes entre 18-35 ans. Et même si les technologies changeaient beaucoup d'un musée à l'autre, l'enquête suggère que les objectifs des musées pour ces outils de médiation restaient les mêmes.

La grande tendance qui prévaut à la création d'une majorité des outils portatifs dans les musées est de rendre les collections accessibles aux publics qui ne se servent pas des autres aides à la visite autonome, pour des raisons de handicap, d'âge ou de culture. Les outils et les contenus sont conçus pour des publics spécifiques, il n'y pas une approche unique pour tous les visiteurs. Cela a pour effet de rendre une collection accessible à un public qui n'est pas visé par les autres outils de médiation, ou d'améliorer l'expérience des publics qui ont des besoins ou des intérêts spécifiques. En offrant des outils dédiés à des visiteurs différents, les musées déclarent que tout visiteur est le bienvenu dans leurs galeries.

#### *a. Les publics ciblés*

Le grand public « *représente le destinataire le plus souvent ciblé par ceux qui conçoivent ou qui proposent des audioguides*<sup>26</sup> ». Et cela comprend le public touristique étranger, qui utilise les offres audio dans les versions traduites. Par exemple l'application mobile du Museum of Modern Art à New York, propose une liste comprenant toutes les œuvres et les artistes présents dans la collection, ainsi qu'une base de données du vocabulaire de l'histoire de l'art. Cet élément montre que le musée reconnaît le besoin de certains visiteurs de bénéficier d'un outil de compréhension pour les termes techniques, et que le musée s'intéresse aussi à l'accessibilité intellectuelle des personnes éloignées de la culture.

---

<sup>24</sup> TALLON Loïc *Digital technologies and the museum experience: handheld guides and other media*, p. xxi.

<sup>25</sup> TALLON Loïc, *Mobile Strategy in 2013: an analysis of the annual Museums and Mobile Survey*. Mars, 2013. <http://www.museumsmobile.com/about/survey/>

<sup>26</sup> DUPE Clothilde, *L'Audioguide comme outil de construction de sens : étude de l'impact de l'audioguide de l'exposition "La grande parade, portrait de l'artiste clown" sur les visiteurs fréquents*, 2005.

Le jeune public est aussi ciblé par les contenus adaptés. Par exemple, pour l'exposition temporaire à Abu Dhabi de la collection du futur Louvre Abu Dhabi, une application a été proposée avec un parcours dédié aux enfants. Dans l'exposition, les enfants ont pu jouer, répondre à des énigmes et accéder à des commentaires créés pour eux. Les jeunes publics ont besoin d'une offre conçue pour leur niveau de compréhension et leur capacité à apprendre.

Le public en situation de handicap bénéficie aussi de contenus dédiés. Le Musée de la civilisation à Québec propose par exemple deux applications, dont une pour la collection permanente en langue des signes québécoise (LSQ), avec trente vidéos signées en LSQ. L'application du Guggenheim Museum offre un parcours guidé avec des descriptions visuelles pour les malvoyants, les textes écrits de chaque commentaire audio, les sous-titres pour les vidéos, et la possibilité d'agrandir les textes. Plus qu'une innovation originale, cette tendance à aider les visiteurs en situation de handicap à profiter de leur visite, est un enjeu très important de la médiation. Ces outils facilitent la compréhension des œuvres par un public plus large, et ils offrent aux institutions un moyen de communiquer avec des visiteurs en répondant mieux à leurs besoins.

## 2. Contenus et services

### *a. Les contenus*

L'audioguide traditionnel propose des contenus simples: des commentaires audio et parfois des textes et des photographies. Ces contenus peuvent prendre la forme de notices lues par un comédien, ou, comme au Musée des Beaux-Arts de Lyon, d'une offre plus large avec des extraits de musique, des lectures de textes littéraires, des interviews du commissaire, par exemple. Les contenus peuvent être créés pour être écoutés dans un ordre spécifique ou aléatoirement.

Il existe beaucoup d'applications mobiles dans les musées qui fonctionnent comme les audioguides traditionnels, ayant les mêmes capacités et contenus mais sur un outil différent. Par exemple, l'application pour l'exposition temporaire « La Naissance d'un musée » au Musée du Louvre a proposé les mêmes commentaires audio et images que le guide multimédia. Il existe évidemment des différences entre les deux dispositifs, l'application propose par exemple plus de manières différentes

d'accéder aux commentaires que l'audioguide. Mais en principe ils jouent un rôle semblable pour le visiteur en termes de contenu.

Avec les avancées de la technologie, les guides multimédia et les applications mobiles peuvent aussi offrir des contenus multimédias : des commentaires audio, des textes et des photographies, mais aussi des vidéos, des cartes interactives, de la réalité augmentée, des jeux, ainsi que des services aux utilisateurs tels que la géolocalisation et le commerce mobile.

Un exemple d'une application enrichie avec des contenus multimédias est celle de l'exposition « Creatures of Light » en 2012 présentée à l'American Museum of Natural History à New York. L'application, divisée en chapitres qui reflètent les sections de l'exposition, proposait des animations interactives, des galeries de photographies, des vidéos ainsi qu'une bande-son. Le design et le graphisme étaient d'une bonne qualité. Cet outil accompagnait le visiteur tout au long de sa visite, mais il a aussi été conçu comme un souvenir de la visite ou un outil permettant ensuite de la prolonger.

L'application pour l'exposition « China's Terracotta Warriors: The First Emperor's Legacy » présentée en 2013 à l'Asian Art Museum à San Francisco a inclus de la réalité augmentée. En scannant le pictogramme d'un téléphone portable, le visiteur voyait une représentation 3D sur son écran. Il pouvait bouger le téléphone portable pour voir l'image sous des angles différents. Le résultat pouvait ensuite être photographié et partagé sur les réseaux sociaux. Cet outil permettait au visiteur de s'impliquer dans l'exposition en créant ses propres images, et rendait l'interaction avec les œuvres très ludique.

L'objectif principal dans la création des contenus de l'application dédiée à la collection permanente du Rijksmuseum à Amsterdam est d'utiliser les contenus multimédias pour aider le visiteur dans son observation des œuvres, parfois sous un angle différent<sup>27</sup>. Les compositions audio créent une ambiance et accompagnent le visiteur dans son voyage dans l'espace du Musée, en allant d'une œuvre à une autre. Les vidéos qui sont souvent associées aux œuvres proposent des sons et des animations pour les rendre vivantes et accessibles. La carte interactive permet à l'utilisateur de la manipuler pour situer les œuvres à chaque étage et dans chaque galerie. Ces fonctionnalités vont plus loin que les approches traditionnelles pour

---

<sup>27</sup> Site web du Rijksmuseum : <https://www.rijksmuseum.nl/en/whats-on/guided-tours/multimediatour>

aborder des œuvres dans le contexte muséal, en mettant l'accent sur l'imagination, l'ambiance et le plaisir.

Ces contenus multimédias offrent une expérience de visite très riche au visiteur, à travers une approche différente de l'observation et de la compréhension des œuvres.

#### *b. Les services*

Plusieurs guides multimédias et applications mobiles proposent des services en plus de leurs contenus, afin de permettre une meilleure appropriation des œuvres et des institutions culturelles. Ces services peuvent faciliter la visite et même l'encourager. Ils comprennent l'accès aux réseaux sociaux, le commerce mobile et la vente des billets d'entrée, la géolocalisation, la personnalisation, les données « push », les agendas, la gestion des visiteurs, par exemple.

L'application du Musée Guggenheim à New York propose une offre de plusieurs services. Elle comprend des commentaires audio pour effectuer des visites guidées de la collection permanente et des expositions temporaires, ces contenus changent selon l'exposition qui est présentée dans le Musée. L'agenda est aussi renouvelé automatiquement chaque semaine. Les visiteurs peuvent acheter leurs billets d'entrée, et les adhérents du Musée peuvent utiliser l'application comme une carte de fidélité au lieu de venir avec leur propre carte pour entrer. Les utilisateurs sont même invités à faire un don à l'institution via l'application. Cette application est gratuite, un fait qui indique que l'institution la considère comme une partie importante de l'expérience de visite. Avec un seul outil, le visiteur peut accéder à plusieurs services sur un dispositif bien pensé et attirant. La très haute qualité de l'application reflète la qualité de l'institution qu'elle représente.

L'application MCA Insight du Museum of Contemporary Art Australia à Sydney propose une carte interactive pour aider les visiteurs à trouver les œuvres situées à proximité en utilisant la géolocalisation. Le Museum of Old and New Art en Tasmanie utilise cette technologie en lieu et place des cartels sur les murs. L'Art Institute de Chicago utilise une géolocalisation qui fonctionne avec le Wi-Fi pour donner aux visiteurs des directions détaillées pour aller d'une œuvre à une autre. Ces services créent une visite personnalisée où le visiteur peut gérer sa propre expérience.

Au Denver Art Museum, le visiteur a la possibilité d'utiliser l'application DAM\_SCOUT pour lire des codes QR situés près des œuvres sélectionnées pour

accéder à des contenus. Si les contenus lui plaisent, il peut les partager sur Facebook et Twitter, ou les envoyer par mél. Pour son exposition « Van Cleef & Arpels », le Musée des Arts décoratifs à Paris a proposé une application qui offrait la possibilité de partager sur les réseaux sociaux, mais aussi un livre d'or numérique où le visiteur pouvait voir les commentaires sur les œuvres écrits par les visiteurs précédents. Avec ces outils, le visiteur devient un outil du marketing du musée, en publiant des informations sur les réseaux sociaux.

Les outils portatifs peuvent aussi être ludiques. Les National Galleries of Scotland proposent une application qui s'appelle ArtHunter qui invite le visiteur à chasser les œuvres. Chaque mois, une sélection d'œuvres autour d'une thématique dans des musées écossais est publiée dans l'application. Pendant la visite des musées, les visiteurs « saisissent » une des œuvres pour accéder aux contenus associés. Il faut visiter plusieurs musées pour trouver toutes les œuvres. En Ecosse encore, le National Museum of Scotland a créé une application qui est un jeu : Capture the Museum. Dans le Musée, les visiteurs s'identifient comme rouge ou bleu, pour une session de jeu de trente minutes avec un maximum de cinquante participants. Les deux équipes essaient de « conquérir » le plus grand nombre de territoires dans cette bataille en répondant correctement aux énigmes sur les œuvres. Ces deux propositions d'applications offrent une nouvelle approche pour découvrir les collections. Le visiteur qui pense qu'il n'a peut-être pas sa place dans le musée est invité à y jouer et s'amuser. En offrant des jeux, ces institutions indiquent qu'elles sont ouvertes aux publics qui ont des intérêts variés.

Les services offerts par les applications mobiles des musées facilitent la visite et rendent plus accessibles les institutions à des publics divers. Les professionnels deviennent plus créatifs avec leurs propositions qui utilisent les nouvelles capacités offertes par ces technologies.

### *c. Au-delà de l'audioguide traditionnel*

Une grande tendance actuellement présente dans les musées est de ne pas seulement créer un audioguide sous forme mobile, mais de développer des expériences qui vont au-delà de l'audioguide traditionnel, à travers les contenus multimédias et les services.

Les musées développent actuellement des stratégies pour l'évolution de leurs politiques numériques dans l'avenir. Par exemple, l'étude intitulée *Tate Digital Strategy 2013–15: Digital as a Dimension of Everything*<sup>28</sup> a été publiée en avril 2013 par John Stack, le responsable de la transformation numérique au Tate. Dans ce document, M. Stack propose une liste de principes fondamentaux guidant la création des outils numériques au sein du Tate, qui sont apprécier et comprendre l'art, participer, penser, explorer les contenus plus approfondis et se renseigner. Pour respecter ces principes, le Tate doit privilégier une approche qui est centrée sur les publics et les connaissances, évaluée et améliorée régulièrement, bien conçue et structurée, ouverte et partageable, diffusée à travers des plateformes multiples, et décentralisée à travers l'organisation. Le projet vise à proposer dans les galeries des technologies numériques qui transformeront les expériences des visiteurs grâce à un accès universel au Wi-Fi, un site web adapté pour usage sur les téléphones portables, et des médiateurs in-situ formés pour aider les visiteurs à utiliser ces technologies. Dans le futur des musées, les technologies, le personnel, la scénographie et les œuvres seront étroitement liés. M Stack développe dans ce rapport sa vision d'une approche holistique aux nouvelles technologies, telle qu'il souhaiterait la voir appliquée au sein de l'institution Tate.

Un exemple de musée qui propose des contenus numériques sous la forme d'un écosystème est le Cleveland Museum of Art. Avec l'application ArtLens, le visiteur peut accéder aux contenus de la collection permanente et de certaines expositions temporaires, que ce soit au musée ou chez lui à la maison. Il peut scanner certaines œuvres dans les galeries avec son téléphone portable pour obtenir des contenus additionnels, et il peut profiter de la géolocalisation dans les salles. Avant la visite, le visiteur peut créer ses propres parcours de visites, qu'il peut par la suite partager avec les autres visiteurs ou ses connaissances. Il est aussi possible d'accéder à une liste, renouvelée fréquemment, des dix œuvres plus sélectionnées par les visiteurs comme étant leur préférée, ainsi qu'aux listes des conservateurs. Le Musée propose également le plus grand écran multitouche aux Etats-Unis (douze mètres de longueur) qui s'appelle Gallery One. Cet écran intègre l'art, la technologie et la médiation, en montrant les œuvres de la collection qui peuvent être manipulées par

---

<sup>28</sup> STACK John, *Tate Digital Strategy 2013–15: Digital as a Dimension of Everything*, Tate Papers Issue 19, 24 avril 2013, <http://www.tate.org.uk/research/publications/tatepapers/tatedigitalstrategy201315digitaldimensioneverything>

les visiteurs. Les utilisateurs peuvent connecter leurs téléphones portables à l'écran pour accéder aux contenus sur ces œuvres et créer une visite personnalisée. Le Cleveland Museum of Art propose une offre d'outils de médiation qui est innovante, participative et intelligente. Le dispositif portable n'est pas isolé, mais il interagit avec les œuvres, le grand écran et les autres visiteurs. Le Wi-Fi est disponible dans le musée pour faciliter l'usage de ce dispositif.

### 3. Impact sur la visite

La recherche actuelle sur ces outils se concentre sur la fonctionnalité et le type de contenus des technologies portables, vues comme moyens de comprendre et enrichir l'expérience du visiteur<sup>29</sup>. Les nouvelles technologies enrichissent la visite du musée, et les conséquences de cela sont examinées.

#### *a. Avant et après la visite*

Dans un premier temps, il s'agit de savoir quand les visiteurs utilisent l'outil portable, ce qui est très important dans un contexte où les musées cherchent à aider les visiteurs soit à préparer soit à prolonger leur visite. Les audioguides traditionnels et certaines applications, comme le DAM\_SCOUT du Denver Museum of Art, ne sont utilisables que dans les salles du Musée. Ce type d'outils n'aide donc pas à préparer ou prolonger l'expérience muséale. D'autres applications peuvent être téléchargées avant de venir dans les musées, les visiteurs peuvent ainsi parcourir les contenus comme les commentaires et les informations pratiques, pour décider s'ils souhaitent venir effectuer une visite, ou comment organiser leur visite.

Plusieurs musées proposent également des moyens de prolonger la visite. Les visiteurs du Museum of Contemporary Art Australia peuvent entrer leur adresse mél dans l'application MCA Insight pour recevoir plus de contenus sur les œuvres qu'ils ont marquées comme leurs préférées, ainsi qu'un sommaire de leur visite. Les utilisateurs de l'application du Rijksmuseum à Amsterdam ont l'option de la relier à leur compte Rijksstudio, un atelier numérique, pour découvrir et jouer avec 125 000 œuvres de la collection. Au lieu d'être uniquement une aide à la visite, les outils peuvent être des ambassadeurs du musée dans la vie quotidienne des visiteurs.

---

<sup>29</sup> TALLON Loïc *Digital technologies and the museum experience: handheld guides and other media*, p. xxi.

### *b. Les autres éléments de l'exposition*

Les outils sont aussi conçus pour être utilisés au cours d'une visite dans un espace d'exposition, espace qui communique déjà un discours au visiteur<sup>30</sup>. La question suivante se pose : est-ce que les contenus audio ajoutent ou nuisent à la capacité de produire un discours dans le musée<sup>31</sup> ? Quels sont les rapports avec les autres éléments d'exposition ?

Les rapports entre l'utilisation des contenus audio et la lecture des textes sont divers. L'utilisation des contenus audio semble limiter un peu la lecture des textes in situ<sup>32</sup> mais les textes peuvent aussi être une « *réassurance par rapport aux éléments peu précis qui sont mentionnées [dans les contenus audio]* »<sup>33</sup>. En outre, le visiteur peut être frustré si les contenus des deux formes de médiation ne sont pas liés ou quand une œuvre exposée n'est pas commentée par l'outil audio<sup>34</sup>. L'expérience du visiteur en rapport avec ces formes de médiation est un élément important à considérer dans la production des outils de médiation.

Le contexte physique de l'espace doit être aussi pris en compte : les musées ont des approches très différentes concernant l'organisation de l'espace, et les systèmes de contenus audio doivent être conçus pour leurs destinations spécifiques qui posent des défis divers<sup>35</sup>.

### *c. Apprentissage et participation*

Une question de recherche fondamentale est l'impact de l'utilisation de l'outil portatif sur l'apprentissage et l'observation des objets dans l'espace d'exposition. Elle peut se poser en ces termes : est-ce que les contenus audio aident le visiteur à comprendre et regarder les œuvres, ou sont-ils une distraction qui empêche une interaction ?

---

<sup>30</sup> DAVALLON Jean, *Claquemurer, pour ainsi dire, tout l'univers: La mise en exposition*. Paris: Editions du Centre Georges Pompidou, 1986, p. 204.

<sup>31</sup> BRADBURNE James M, « Foreward » dans *Digital technologies and the museum experience : handheld guides and other media*, 2008, p. xi.

<sup>32</sup> BLUMEFELD Zoé. *Evaluation de l'audioguide des collections canadiennes du Musée des Beaux-Arts du Canada*. 1998. P. 55.

<sup>33</sup> BERA Marie-Pierre, DESHAYES Sophie. *Les audioguides du musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme et du musée des Arts asiatiques de Nice*. 1999. P. 55

<sup>34</sup> GAMMON Ben et BURCH Alexandra, « Designing Mobile Digital Experiences » dans *Digital technologies and the museum experience: handheld guides and other media*, 2008, p. 51.

<sup>35</sup> Ibid.

Les musées cherchent des nouveaux moyens de connecter des visiteurs, des idées et des œuvres<sup>36</sup>. L'apprentissage qui se passe dans un musée est unique : « *Qu'est-ce qu'être actif dans un musée d'art ? C'est, face à une œuvre, la regarder, c'est-à-dire l'explorer visuellement ; c'est réagir émotionnellement, exprimer ses préférences ou jugements et analyser les motifs de ses préférences ; c'est replacer l'œuvre dans un courant artistique et la comparer avec d'autres œuvres*<sup>37</sup> ».

Il y a une volonté de la part des visiteurs d'avoir des informations sur les œuvres ainsi que sur l'organisation des ensembles d'œuvres qu'ils regardent<sup>38</sup>. Les études montrent que les informations fournies par les parcours audio enrichissent l'expérience muséale, surtout pour les œuvres qui sont difficiles à comprendre, ce qui indique que ces informations constituent une base pour savoir comment regarder et comprendre l'œuvre<sup>39</sup>.

L'utilisation de plusieurs sens en même temps est un principe important d'apprentissage qui augmente la mémorisation des informations<sup>40</sup>. Ainsi les données préliminaires confirment que les parcours multimédia lorsque ceux-ci sont aussi multi-sensoriels, facilitent une étude approfondie et une analyse critique des objets<sup>41</sup>.

Un enjeu important est de savoir comment les contenus audio focalisent l'attention des visiteurs. Les informations fournies par ces contenus peuvent guider l'attention des visiteurs vers certains aspects d'une œuvre, le visiteur peut donc de ce fait ignorer d'autres aspects<sup>42</sup>.

John Falk et Lynn Dierking proposent un modèle contextuel de l'apprentissage dans les musées, où l'apprentissage est le produit des interactions entre les contextes personnels, socio-économiques et physiques du visiteur<sup>43</sup>. Dans le cas des technologies dans les musées, pour optimiser l'apprentissage, les outils doivent construire du sens à partir des expériences et connaissances préalables des

---

<sup>36</sup> FILIPPINI-FANTONI Silvia et BOWEN Jonathan, « Designing Mobile Digital Experiences » dans *Digital technologies and the museum experience : handheld guides and other media*, 2008, p. 81-82.

<sup>37</sup> GOTTESDIENER Hana, « La Lecture des textes dans les musées d'art » dans *Textes et publics dans les musées*, Lyon : Presses universitaires, 1992, p. 75.

<sup>38</sup> SMITH Jeffrey K. et TINIO Pablo P.L., « Audibly Engaged : Talking the Walk » dans *Digital technologies and the museum experience : handheld guides and other media*, 2008, p. 75-76.

<sup>39</sup> Ibid.

<sup>40</sup> FILIPPINI-FANTONI Silvia et BOWEN Jonathan, « Designing Mobile Digital Experiences », dans *Digital technologies and the museum experience : handheld guides and other media*, 2008, p. 81-82.

<sup>41</sup> Ibid.

<sup>42</sup> SMITH Jeffrey K. et TINIO Pablo P.L., « Audibly Engaged : Talking the Walk », dans *Digital technologies and the museum experience : handheld guides and other media*, 2008, p. 66-67

<sup>43</sup> FALK John H. et DIERKING Lynn D., « Enhancing Visitor Interaction and Learning with Mobile Technologies » dans *Digital technologies and the museum experience : handheld guides and other media*, p. 21.

visiteurs, les connecter à leur cercle social et appuyer directement leurs motivations à la visite et leurs intérêts avant, pendant et après la visite<sup>44</sup>.

Un mouvement important dans le monde muséal actuel vise à créer des institutions plus participatives, ce qui est lié à la question posée par Duncan Cameron : « *le musée, un temple ou un forum*<sup>45</sup> ? » La Nouvelle muséologie, fondée en partie sur les idées défendues dans cet ouvrage, « *place les publics au centre de ses préoccupations et met fin à l'unique primat des collections*<sup>46</sup> », en faisant du musée un lieu d'échanges. Dans *The Participatory Museum*<sup>47</sup>, Nina Simon affirme que les techniques pour rendre les musées plus participatifs sont très importantes pour promouvoir l'apprentissage, le plaisir et l'exploration chez le visiteur.

Certains professionnels craignent que les contenus audio « *simplifient l'activité de la visite, la réduisent à une collecte d'informations*<sup>48</sup> ». Mais les études montrent que les outils numériques portatifs captent l'attention du visiteur et augmentent sa capacité à interagir avec les objets<sup>49</sup>.

Les outils participatifs permettent aux visiteurs d'indiquer leurs œuvres préférées, de partager des contenus sur les réseaux sociaux, et de créer leur propre parcours dans les collections. Ils peuvent être des extensions des projets participatifs de l'institution. Ces programmes interactifs et la possibilité de choisir quels contenus écouter, proposent un point d'entrée pour les visiteurs réticents, qui peut offrir un changement fondamental dans la nature de la visite en encourageant un plus haut niveau d'engagement personnel<sup>50</sup>.

---

<sup>44</sup> FALK John H. et DIERKING Lynn D., « Enhancing Visitor Interaction and Learning with Mobile Technologies », dans *Digital technologies and the museum experience: handheld guides and other media*, p. 28.

<sup>45</sup> CAMERON Duncan, « Le musée : temple ou forum ? » dans *Vagues : une anthologie de la nouvelle muséologie*, sous la direction d'André Desvallés, vol. 1, PUL, Lyon, 1992.

<sup>46</sup> DEHON Clélia, *Le téléphone portable, nouvel outil de médiation culturelle dans les institutions muséales françaises*, 2011, p. 16-17.

<sup>47</sup> SIMON Nina. *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0, 2010.

<sup>48</sup> DESHAYES Sophie. « Audioguides et musées », dans *La lettre de l'OCIM*, n 79, 2002, p. 25.

<sup>49</sup> GAMMON Ben et BURCH Alexandra, « Designing Mobile Digital Experiences », p. 40.

<sup>50</sup> GREEVES Margaret, « Help at Hand : Working with Handheld Guides » présenté à *Help at Hand : Working with Handheld Guides Conference*, London, Juin 2006.

## II. LE PARTI PRIS DE LA RECHERCHE

Ce mémoire de recherche se concentre sur le rôle des contenus audio dans la construction de sens pendant la visite de l'espace muséal.

En offrant un audioguide ou une application mobile à ses visiteurs, le musée ajoute un niveau de sens au message déjà communiqué par l'exposition. Ces outils numériques se trouvent au milieu du discours structuré par les écrits in situ, l'accrochage des œuvres, la muséographie-scénographie. En raison de leur nature autoritaire, les outils audio sont proposés par le musée lui-même, ces dispositifs méritent d'être analysés comme des éléments légitimes de la communication de l'exposition.

Jean Davallon propose une définition de l'exposition. Selon lui, l'exposition désigne à la fois l'acte de présenter des objets au public et le lieu dans lequel se passe cette présentation<sup>51</sup>. Si l'exposition vise à être un médium qui transmet un discours au visiteur, sa muséographie-scénographie agit comme « *l'écriture de sens dans un espace*<sup>52</sup> ». Les objets, qui perdent leurs significations d'origine dans le contexte de l'exposition, deviennent les éléments d'un ensemble. Le rapport entre les objets, l'organisation spatiale et les écrits qui font partie intégrante de la mise en scène, sont les producteurs de sens. Donc, pour comprendre comment l'outil numérique fonctionne dans l'espace dans ce contexte, les éléments de communication de l'exposition sont à prendre en compte.

Même si l'aspect technologique du dispositif peut avoir une influence sur l'expérience du visiteur dans l'espace d'exposition, ce mémoire se concentre sur les contenus proposés par ces outils, notamment audio. Les technologies et les autres contenus, notamment les images, sont prises en compte de manière moins importante. Les contenus produits et présentés comprennent le discours scientifique que le musée choisit de mettre en avant.

Comme cet outil de médiation est un moyen relativement récent pour les musées de communiquer avec leurs visiteurs, il faut l'étudier pour voir si les contenus se sont inscrits dans la lignée du discours global de l'institution qui les propose. Existe-il des pratiques d'excellence dans leur production ? Comment les contenus sont-ils

---

<sup>51</sup> DAVALLON, Jean, *Claquemurer, pour ainsi dire, tout l'univers: La mise en exposition*, 1986, p. 204.

<sup>52</sup> O'NEILL Marie-Clarté, & DUFRESNE-TASSE Colette, « Augmenter notre compréhension de l'impact de la muséographie sur les visiteurs », *Culture et Musées*, 16, 2010, p. 239.

présentés et structurés pour aider leurs utilisateurs à observer et à comprendre les objets exposés ? Quels sont les rapports entre les contenus de l'outil et ceux des écrits sur les murs, de la muséographie-scénographie, des autres aides à la visite autonome ? Les contenus audio créent-ils un outil d'aide à la visite autonome ou un complément aux écrits dans les salles ?

Ce travail actuel se concentre sur la première étape dans la vie de ces contenus, c'est-à-dire les objectifs des producteurs et la place de l'outil dans l'espace. L'utilisation et la réception par le visiteur ne figurent pas dans le cadre de cette recherche.

# CHAPITRE 2: LA METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

## I. CHOIX ET CONCEPTION DE L'OUTIL D'ANALYSE

Ce travail porte sur le rôle des contenus audio au sein de l'espace muséal. Pour bien répondre aux questions de départ, il a été considéré pertinent d'étudier des études de cas concrets de contenus audio dans un espace d'exposition, pour en retirer des thématiques. Ces études de cas ont été très détaillées pour comprendre au mieux les enjeux de la production de sens et le rôle de cet outil dans le musée.

### *A. La définition des paramètres pour la constitution de l'échantillon*

Le premier élément qu'il s'agissait de déterminer dans cette recherche était le type d'espaces à étudier. Afin de faciliter l'étude du rapport entre les contenus audio et le discours communiqué par l'espace muséal, les expositions temporaires, avec leurs parcours très bien définis, ont été le cadre de cette recherche. Alors que les collections permanentes des musées peuvent généralement être visitées aléatoirement, les expositions temporaires ont au contraire tendance à avoir un parcours de visite bien défini avec un discours qui se construit au fil de la progression du visiteur.

Il a donc été décidé de choisir des expositions temporaires, et ce en fonction de divers critères. Pour des raisons liées aux contraintes pratiques, il a été choisi de se limiter aux expositions débutant à partir de l'automne 2013 dans les musées à Paris. Pour limiter les variables qui peuvent influencer les différences entre les contenus audio de chaque institution, comme les enjeux de leur création, plusieurs choix ont été faits pour essayer de trouver des musées et des expositions temporaires comparables. Il a donc été établi que les musées retenus devaient exposer une collection de Beaux-Arts, et que les expositions présentées devaient être thématiques plutôt que monographiques. L'institution elle-même devait proposer un dispositif portatif avec des contenus audio, c'est-à-dire un audioguide et/ou une

application mobile. Le public ciblé sont les visiteurs adultes, en excluant les personnes en situation de handicap visuel ou auditif qui bénéficient souvent de dispositifs de médiation adaptés à leurs besoins spécifiques. Ce dernier critère exclut également les outils spécifiquement conçus pour les enfants et les adolescents.

## *B. Le choix des expositions temporaires*

Sur la cinquantaine d'expositions présentées à Paris pendant la période sélectionnée, une dizaine proposait un outil portatif numérique. Les sept expositions thématiques qui pouvaient être incluses dans ce travail sont les suivantes :

- « Kanak » au musée du quai Branly
- « Les Etrusques » au musée Maillol
- « Le Surréalisme et l'objet » au Centre Pompidou
- « Masculin/Masculin » au musée d'Orsay
- « Désirs et volupté à l'époque victorienne » au musée Jacquemart-André
- « La Renaissance et le rêve » au musée du Luxembourg
- « Le Printemps de la Renaissance » au musée du Louvre

Pour des raisons de faisabilité et pour assurer des analyses en profondeur, seulement trois expositions ont été sélectionnées parmi celles-ci. Les deux premières, « Kanak » et « Les Etrusques » ont été éliminées en raison de leur approche ethnographique. Les expositions temporaires au Centre Pompidou et au musée d'Orsay proposaient leurs contenus audio uniquement sous forme d'audioguide et non en application mobile ; elles n'ont donc pas été choisies afin d'assurer que ce fait n'ait pas d'influence sur les contenus eux-mêmes.

Ainsi les trois musées figurant dans l'échantillon sont :

- « Désirs et volupté à l'époque victorienne » au musée Jacquemart-André
- « La Renaissance et le rêve » au musée du Luxembourg
- « Le Printemps de la Renaissance » au musée du Louvre.

Ces expositions temporaires ont été présentées dans des institutions de taille et de statut variés, avec des approches distinctes concernant leurs contenus audio, qui ont été produits par trois prestataires différents.

### *C. La nécessité d'un outil composite*

La question du rôle du dispositif portatif numérique dans l'exposition temporaire et son fonctionnement est complexe, elle nécessite donc un outil tout aussi complexe pour la résoudre. Les contenus audio de ces trois expositions ont été étudiés de la manière suivante pour retirer les grands axes de réflexion de cette recherche :

- *Quels sont les objectifs des commissaires et des médiateurs pour les contenus audio ?*
  - Quels types de contenu ? Quels publics visés ? Quels rapports visés avec les autres outils d'aides à la visite autonome (les écrits sur les murs, la muséographie-scénographie, les livrets...) ?
  - OUTILS: écrits des commissaires, entretiens avec les professionnels associés aux expositions
  
- *Comment les objectifs fixés pour les contenus audio influencent-ils leur production ?*
  - Quel est le niveau d'informations visé ? Quels rapports avec la production des autres aides à la visite ? Qui travaille sur quoi et pendant combien de temps ?
  - OUTILS: entretiens avec les professionnels des musées et les prestataires
  
- *Comment les contenus audio résultants fonctionnent-ils ?*
  - Comment ces contenus présentent-ils les œuvres aux visiteurs? Quels rapports avec les autres aides à la visite autonome ? Quel message est transmis et comment ? Quels publics en profitent ?
  - OUTILS: grille d'analyse

- *Comment les contenus audio résultants reflètent (ou non) les objectifs fixés pour cet outil et pour l'exposition elle-même ?*
  - Quels sont les rapports entre les objectifs constatés pour l'outil et l'analyse des contenus audio ?
  - OUTILS: grille d'analyse, entretiens avec les professionnels des musées

L'outil composite pour ce travail est donc axé sur des entretiens avec les professionnels qui ont créé les contenus audio, une grille d'analyse des contenus audio adaptée à cette recherche, ainsi que des analyses des écrits des commissaires notamment dans le catalogue, et des expositions pour comprendre leur fonctionnement et le discours qu'elles véhiculent.

## 1. Les entretiens

Les professionnels des musées et les prestataires associés ont été interviewés pour mieux comprendre les objectifs fixés lors de la création des outils. Il leur a également été demandé de donner des précisions quant à la méthode et le processus de production des contenus audio. Les réponses de ces professionnels ont été étudiées afin de déterminer comment la vision du commissaire concernant l'exposition peut influencer les contenus audio et leur place au sein de l'exposition.

Six personnes ont été interrogées dans le cadre de ces entretiens. Pour l'exposition « Désirs et Volupté à l'époque Victorienne », Monsieur Nicolas Sainte Fare Garnot, conservateur du Musée Jacquemart-André et commissaire de l'exposition a accordé une interview, ainsi que Madame Géraldine Gauvin, directrice de production des outils multimédias et muséographie chez Sycomore, l'entreprise responsable de la production des contenus audio. Pour l'exposition « Le printemps de la Renaissance », Monsieur Marc Bormand, conservateur en chef au département des Sculptures du musée du Louvre et commissaire de l'exposition a été consulté, ainsi que Madame Marina-Pia Vitali, sous-directrice de la médiation dans les salles au musée du Louvre, et Aude Gobet, chargée de programmation au Service éducation au musée du Louvre. Pour l'exposition « La Renaissance et le rêve », Madame Juliette Le Taillandier de Gabory, responsable du développement des

publics et de la programmation culturelle au musée du Luxembourg, a accordé un entretien.

Les questions posées aux professionnels sont réparties en quatre catégories : les objectifs de l'exposition, les objectifs du dispositif portatif numérique, la production des contenus audio, et l'outil résultant (Voir Annexes II - A et B).

#### *a. Les objectifs de l'exposition*

Les questions portant sur les objectifs de l'exposition sont importantes parce qu'elles permettent d'établir le contexte dans lequel les contenus audio ont été produits. Cette première catégorie vise à comprendre le discours que le commissaire souhaite communiquer aux visiteurs et les publics qui sont ciblés par l'exposition.

- Quels étaient les objectifs de l'exposition ?
- Qui était le public visé de l'exposition ?

#### *b. Les objectifs du dispositif portatif numérique*

Les objectifs des contenus audio sont aussi abordés par des questions dans les entretiens. Les questions les plus importantes cherchent à savoir pourquoi le musée propose un audioguide ou une application mobile, et à quoi peuvent servir de tels outils. Ces questions permettent d'établir quelle est la place du dispositif au sein de l'institution. Il s'agit ensuite de savoir quel est le rôle de l'outil audio dans l'exposition, ainsi que celui des outils écrits, et quels sont les publics ciblés par chacun de ces outils de médiation. Les réponses à ces questions sont importantes pour déterminer, en étudiant le dispositif résultant, si les objectifs assignés à cet outil de médiation sont atteints.

- Pourquoi faites-vous un audioguide et/ou une application ? A quoi peut servir un audioguide et une application ?
- Quel est le rôle des contenus audio dans l'exposition ? Et celui des écrits sur les murs ?
- Quel est votre cible de public pour les contenus audio ? Pour les textes ?

### *c. La production des contenus audio*

La production des contenus audio est un élément essentiel à examiner pour comprendre comment les objectifs fixés pour le dispositif influencent sa conception et par conséquent l'outil résultant. Dans ce groupe de question il a donc été demandé aux professionnels d'indiquer à quel moment les contenus audio sont conçus et combien de temps est pris pour leur réalisation. La même question a été posée concernant les textes sur les murs. Plusieurs thèmes ont ensuite été abordés comme les démarches et les personnes responsables de la sélection des œuvres (combien et lesquelles), la durée des commentaires, les choix des narrateurs et de la musique, les partis pris stylistique de la présentation des œuvres, pour la rédaction et la production des contenus. Des questions ont été posées sur la constitution de l'équipe projet de façon à savoir qui travaille sur quels éléments de la médiation, si les mêmes personnes ont travaillé sur les contenus audio, les écrits sur les murs et les aides à la visite autonome, et si ces personnes sont les mêmes pour chaque exposition. Une question visait à préciser quelle relation entre les écrits et les contenus audio était recherchée, et si cela avait une influence sur le processus de production. Il a été demandé aux professionnels de préciser quel niveau d'information ils ont visé dans les contenus audio et comment cela est contrôlé au cours du processus de production. Enfin une dernière question a visé à déterminer s'il existe des pratiques d'excellence dans le domaine de la production des outils audio.

- Quels sont les démarches pour la production de contenus ? A quel moment pensez-vous à l'audioguide/application et combien de temps prenez-vous pour la préparation, l'enregistrement, etc. ? Comment le choix des œuvres incluses dans l'audioguide/application (combien et lesquelles) est-il fait ? Et par qui ?
- Concernant l'équipe du projet, qui travaille sur quels éléments de la médiation (les mêmes personnes ont-elles travaillé sur l'audioguide/application, les panneaux, le livret...) ? Est-ce que ces personnes sont les mêmes pour chaque exposition ?

- Comment est-ce que vous avez prévu la relation entre les textes, l'audioguide/application et les autres outils d'aides à la visite autonome (complémentaires ou indépendants) ? Comment est-ce que cela influence leur production ?
- Quel est le niveau d'informations visé pour le contenu numérique ? Comment est-il assuré ?
- Existe-il des « best practices » (pratiques d'excellence) pour la production ?
- Concernant le contenu des commentaires audios, quel est le parti pris pour le style de la présentation des œuvres ?

#### *d. L'outil résultant*

Les questions posées sur le dispositif résultant relèvent plutôt de l'ordre pratique, notamment : pour qui l'outil est-il gratuit et pourquoi, quels publics utilisent les contenus audio dans l'exposition, et quels ont été les publics de l'exposition. Les réponses à ces dernières interrogations aident à comprendre si les publics visés correspondent bien aux visiteurs ayant réellement utilisé l'outil.

## 2. La grille d'analyse

Les commentaires audio ont été étudiés avec l'aide d'une grille d'analyse (voir Annexe III - A) adaptée de celle de Colette Dufresne-Tassé pour les expositions temporaires et inspirée par le travail de Sophie Deshayes en 2002 pour le Département des Publics de la Direction des Musées de France<sup>53</sup>. Cette grille adaptée vise à donner des critères permettant d'analyser les contenus audio d'une exposition dans le but d'avoir une vision globale du dispositif proposé. Puis les différents outils analysés ont été comparés entre eux.

La grille examine les généralités de l'outil, comme le dispositif physique et la durée des commentaires, la structure interne du contenu des commentaires et les relations avec les autres éléments de l'exposition, tels que les œuvres, la muséographie-scénographie et les écrits sur les murs.

---

<sup>53</sup> DESHAYES, Sophie, « *Les audioguides, outils de médiation dans les musées* », Rapport d'étude commandité par le département des publics de la Direction des musées de France, décembre 2002.

### *a. Présentation de l'outil*

Les contenus audio sont conçus pour exister dans un contexte spécifique. Ils sont proposés sur un dispositif adapté avec un système dédié pour les louer ou les télécharger. Il est important de prendre en compte cette réalité pour comprendre l'expérience créée par la réunion de ces éléments.

Les contenus audio sont d'abord présentés à travers les dispositifs sur lesquels ils sont disponibles, notamment les audioguides et les applications mobiles. Pour chaque dispositif, les données suivantes ont été examinées :

- Quel est le support ?
- Est-il clairement indiqué où le louer ou le télécharger ? Le Wi-Fi est-il disponible ?
- Est-il clairement indiqué comment l'utiliser ?
- Est-il facile à manipuler ? Comment fonctionne-t-il ?
- Les textes/photographies (s'il y en a) sont-ils faciles à déchiffrer ?
- Quel est le prix ?
- Quelles sont les langues proposées ?
- Quelles sont les durées des commentaires ?

Les dispositifs sur lesquels les contenus audio sont installés ont ensuite été décrits et comparés entre eux. Enfin, une étude des signes graphiques qui indiquent aux visiteurs à quel moment de leur parcours écouter les commentaires a été réalisée, en prenant en compte l'ordre des commentaires et la clarté du parcours.

### *b. Structure interne du contenu des commentaires*

Ce volet porte sur la structure elle-même du contenu audio, les partis pris choisis concernant l'approche des œuvres et la place du visiteur qui utilise cet outil de médiation. La structure des commentaires prend en compte plusieurs éléments. Le premier est combien d'idées, ou approches générales pour traiter l'œuvre, sont abordées dans chaque commentaire. Une « idée » peut être le sujet représenté dans un tableau ou son traitement, un élément biographique concernant un artiste ou un collectionneur, le contexte culturel de l'œuvre, un mouvement artistique, ou encore les influences littéraires ou artistique de l'œuvre. Les types d'idées, ainsi que le

nombre d'idées abordées dans chaque commentaire, ont été analysés. Ces éléments revêtent un intérêt tout particulier car ils permettent d'analyser la façon dont l'œuvre est présentée au visiteur et comment le discours des contenus audio est construit.

Un second ensemble d'éléments à prendre en compte dans la structure des commentaires sont les techniques de communication employées. Ce sont les techniques utilisées dans les commentaires pour faciliter la communication du contenu de l'exposition au visiteur, pour maintenir l'intérêt du visiteur pour le contenu, et pour assurer la compréhension et la synthèse<sup>54</sup>. L'analyse des techniques prend en compte les types de contenus inclus dans les plus grandes « idées », à savoir les descriptions visuelles, l'identification du sujet et la signification de l'iconographie, les éléments biographiques sur l'artiste, le contexte de la création de l'œuvre et sa réception, le processus de restauration, etc. Les techniques peuvent aussi comprendre des éléments de communication, comme le ton du texte, les voix des narrateurs, la musique, les citations, les questions posées, la situation du visiteur dans l'espace de l'exposition. Ces éléments permettent de mettre à jour la structure interne des contenus audio. Les techniques de communication sont ensuite analysées pour voir si elles permettent d'atteindre les objectifs qui ont été fixés pour l'outil.

La place du visiteur au sein des commentaires a été prise en compte. On a cherché à répondre aux questions suivantes : le visiteur est-il impliqué dans les commentaires, est-ce que le narrateur s'adresse à lui directement, à quel niveau ? Les éléments sont-ils fournis pour stimuler l'imagination chez le visiteur ? Les connaissances pré requises exigées de la part du visiteur sont aussi examinées pour comprendre qui est le visiteur visé par les contenus audio. Le visiteur est-il supposé déjà connaître les mouvements artistiques, la terminologie employée en histoire de l'art ou les dates clés de l'histoire des civilisations ? Doit-il se souvenir des éléments abordés dans une section précédente de l'exposition ? Les réponses à ces questions permettent d'apporter un éclairage sur l'interaction entre l'outil et son public.

---

<sup>54</sup> DUFRESNE-TASSE Colette, *Grille d'analyse d'exposition*.

### *c. Relations avec les autres éléments de l'exposition*

Les contenus audio sont écoutés dans un contexte muséal spécifique qui communique déjà un discours aux visiteurs. Le rapport entre les œuvres, l'organisation spatiale et les écrits, qui font partie intégrante de la mise en scène, sont les producteurs de sens au sein de l'exposition. Quand les contenus audio y sont ajoutés, la cohérence avec le discours de l'exposition devrait être assurée formant « *une relation étroite et pertinente entre ses composantes*<sup>55</sup> ». En examinant les relations entre l'outil audio et les autres éléments de l'exposition, on cherche à obtenir une vision plus claire de son rôle spécifique.

#### *Les œuvres*

Les commentaires ont été étudiés afin de déterminer s'ils présentent leurs discours par le biais des œuvres, ou si « *les commentaires servent d'appui à ce que l'on fait dire aux objets*<sup>56</sup> ». La question principale étant de savoir si l'usage de ce dispositif vient concurrencer l'observation des objets eux-mêmes. L'analyse vise à savoir si les œuvres sont traitées comme le sujet en soi du commentaire, ou comme une simple illustration d'un propos plus général.

Un autre aspect des contenus audio important à prendre en compte est la manière dont ils encouragent l'observation de l'œuvre. Il s'agit donc d'analyser la construction du commentaire et sa ligne éditoriale ; c'est-à-dire, la progression du propos concernant l'œuvre et le contexte de l'œuvre, afin de voir comment les commentaires encadrent l'objet. Le commentaire commence-t-il par présenter un détail de l'œuvre ou le contexte de sa création, par exemple ? Combien de fois est-ce que le commentaire présente un rapprochement entre l'œuvre et son contexte ? Il faut aussi prendre en compte dans quelle mesure les éléments visuels sont abordés dans les commentaires.

Il est important d'étudier si des preuves visuelles concernant les arguments présentés dans les commentaires sont fournies. Si les commentaires mentionnent des faits sans présenter des détails de l'œuvre ou une image de référence, le visiteur doit s'appuyer sur son propre bagage culturel ou accepter l'autorité des concepteurs

---

<sup>55</sup> Ibid.

<sup>56</sup> Ibid.

de l'outil. Les preuves visuelles donnent le pouvoir au visiteur de décider lui-même si les conclusions des commentaires sont justes ou non.

Enfin cette étude a pris en compte la quantité d'œuvres commentées par rapport à celles qui sont exposées. On a cherché à savoir si les commentaires audio portant sur un nombre d'œuvres limité, aident aussi les visiteurs à observer et à comprendre les œuvres qui ne sont pas commentées directement.

### *La muséographie-scénographie*

La muséographie-scénographie, qui communique un discours au visiteur, a été examinée en relation au parcours créé par les contenus audio. Son analyse a été effectuée à partir des critères proposés par K. McLean : l'environnement de l'exposition, la justesse des médias, la clarté de l'organisation et l'efficacité générale de la communication<sup>57</sup>. La muséographie-scénographie a été examinée afin de voir quelles œuvres sont mises en valeur, et de déterminer si ces mêmes objets sont également commentés par des contenus audio.

La circulation dans les salles a été comparée au parcours de visite proposé par l'ordre des commentaires. Il est important de prendre en compte cet aspect pour voir s'il existe une cohérence ou une tension entre la muséographie-scénographie et l'utilisation de l'outil. Le déploiement des œuvres commentées est aussi considéré pour vérifier qu'il y a une distribution aérée des objets dans l'espace.

Les œuvres commentées sont localisées de façon à voir si chaque visiteur peut accéder à un espace confortable devant l'objet, même dans les moments de forte affluence.

### *Les écrits*

Les œuvres mises en valeur par les écrits sur les murs ont été examinées afin de voir si elles sont aussi commentées dans les contenus audio. Une œuvre peut être mise en valeur en ayant soit un texte dédié, comme un cartel développé, soit en étant mentionnée dans un panneau de section ou un panneau thématique, par exemple.

Les contenus des écrits sur les murs et des commentaires audio ont été comparés pour vérifier s'il existe des chevauchements d'informations. Cette démarche vise à

---

<sup>57</sup> McLEAN, Kathleen, « Looking at exhibitions: One approach to criticism » dans *Planning for people in museum exhibitions*. Ann Arbor, MI: Association of Science-Technology, 1993, p.163-166

comprendre quelle est la relation entre les textes écrits et les commentaires audio, et établir s'il y a une cohérence et s'ils ne se contredisent pas.

La comparaison des contenus a ensuite été analysée pour étudier les différences qui existent entre une expérience de visite où le visiteur a utilisé uniquement les outils de médiation écrite dans l'exposition, et une expérience de visite où les commentaires audio ont été écoutés. On a cherché à savoir ici, si le visiteur obtient plus d'informations sur le contenu de l'exposition en écoutant les commentaires, ou s'il passe à côté d'informations en ne lisant pas les écrits. Les expériences proposées par chaque forme de médiation ont donc été examinées.

Ces éléments permettent de considérer le degré d'autonomie des contenus audio. Est-ce qu'ils fonctionnent indépendamment des outils de médiation écrite ou sont-ils dépendants de ces textes ? Quel est le niveau de complémentarité ou de redondance entre ces deux formes de médiation ?

# CHAPITRE 3: PRESENTATION ET ANALYSE DES ETUDES DE CAS

## I. MUSEE JACQUEMART-ANDRE : « DESIRS ET VOLUPTÉ A L'EPOQUE VICTORIENNE »

### *A. Le contexte de l'outil : Présentation de l'exposition*

#### 1. Les déterminants

L'exposition « Désirs et volupté à l'époque victorienne » s'est déroulée au Musée Jacquemart-André du 13 septembre 2013 au 20 janvier 2014. Environ 130 000 personnes ont visité cette exposition.

Cette institution est un musée de l'Institut de France, géré par la société Culturespaces depuis 1996<sup>58</sup>. Le Musée est situé dans un hôtel particulier qu'Henri Parent a construit selon le désir d'Edouard André en 1875 sur le boulevard Haussmann à Paris. La collection permanente comprend des éléments divers allant de la peinture italienne, anglaise, française du XVIIIe siècle, flamande et hollandaise, à de la sculpture, du mobilier et des objets d'art. Les salles d'exposition temporaires se trouvent au premier étage du Musée qui n'est pas desservi par un ascenseur, elles ne sont donc pas accessibles aux personnes à mobilité réduite<sup>59</sup>.

Cette institution est ouverte tous les jours de 10h à 18h, avec des nocturnes les lundis et samedis jusqu'à 20h30 en période d'exposition. Le plein tarif pour une entrée est de 12€ avec un tarif réduit à 10€.

---

<sup>58</sup> Site Web du Musée Jacquemart-André:  
<http://www.musee-jacquemart-andre.com/fr/lorganisation-du-musee/le-delegataire>

<sup>59</sup> Site Web du Musée Jacquemart-André:  
<http://www.musee-jacquemart-andre.com/fr/preparer-sa-visite/horaires-et-acces>

## 2. Le contenu

### a. Du thème au message

Les tableaux britanniques exposés dans cette exposition proviennent tous de la collection de Juan Antonio Pérez Simón, un grand collectionneur mexicain d'origine espagnole (né en 1941). Véronique Gerard-Powell, commissaire générale de l'exposition, a sélectionné des œuvres de cette collection en « *les groupant en plusieurs chapitres évoquant les grandes aspirations des peintres britanniques, des années 1860 à la veille de la Première Guerre mondiale*<sup>60</sup> ». C'est la première fois en France qu'une exposition présente les œuvres anglaises de cette période<sup>61</sup>. Chaque œuvre choisie touche à ce qui semblait aux commissaires : « *être le plus caractéristique de cette période, la fidélité à la culture classique et l'hommage à la beauté féminine*<sup>62</sup> ».

Les commissaires ont décidé de suivre dans le parcours le fil conducteur de la collection de Pérez Simón, pour qui « *la figure féminine et la manière dont les artistes la représente traduisent la quintessence de leurs aspirations esthétiques et de leur rêve de beauté*<sup>63</sup> ». Pérez Simón considère que les thèmes qui se trouvent dans ces œuvres, à savoir la femme, la beauté, la famille et l'amour, touchent à « *[ses] émotions les plus profondes et à [ses] intérêts fondamentaux*<sup>64</sup> ».

Cette exposition vise donc à montrer la passion d'une époque pour la beauté féminine, tout en présentant des œuvres rassemblées selon le goût d'un grand collectionneur du XXe siècle. L'enjeu de l'exposition consiste alors à montrer une période spécifique dans l'histoire de l'art anglais, vue à travers le prisme du regard de ce collectionneur.

Les huit sections de l'exposition sont les suivantes (voir Figure 1) :

**1. Désirs d'Antique** : Centrée sur des œuvres de Lawrence Alma-Tadema, cette section entame l'exposition à travers une réflexion sur la fascination de l'élite victorienne pour l'Antiquité.

---

<sup>60</sup> BABELON Jean-Pierre « Un versant méconnu de la collection Pérez Simón, la peinture anglaise » dans « *Désirs et Volupté à l'époque victorienne* », Paris, Fonds Mercator, 2013, p. 13.

<sup>61</sup> Cf. ANNEXE II – H – Entretien avec Nicolas SAINTE FARE GARNOT.

<sup>62</sup> GERARD-POWELL Véronique, « Juan Antonio Pérez Simón et la peinture britannique » dans « *Désirs et Volupté à l'époque victorienne* », Paris, Fonds Mercator, 2013, p. 25.

<sup>63</sup> MONNIER Bruno, « Peindre des rêves de beauté » dans « *Désirs et Volupté à l'époque victorienne* », Paris, Fonds Mercator, 2013, p. 10.

<sup>64</sup> PEREZ SIMON Juan Antonio, « La peinture victorienne » dans « *Désirs et Volupté à l'époque victorienne* », Paris, Fonds Mercator, 2013, p. 21.

**2. Beautés classiques** : Les artistes se consacrent à une recherche de la perfection formelle à travers des représentations de la femme, inspirés toujours par l'Antiquité.

**3. Burne-Jones, muses et modèles** : L'inspiration pour les artistes, dont Edward Burne-Jones, se trouve dans les visages des femmes, muses ou modèles, dans leur entourage.

**4. Femmes fatales** : Le thème de la femme fatale est fréquent dans les œuvres anglaises, notamment dans celles de John William Waterhouse.

**5. Héroïnes amoureuses** : Les préraphaélites sont inspirés par la littérature britannique, qui est elle fascinée par le Moyen-âge, les légendes arthuriennes par exemple.

**6. L'Harmonie rêvée** : Strudwick produit des peintures remplies des figures littéraires ou allégoriques, avec les iconographies complexes et symboliques.

**7. La Volupté du nu** : Les artistes anglais de la seconde moitié du 19<sup>e</sup> siècle commencent à produire des peintures qui représentent le nu.

**8. Le Culte de la beauté** : Cette dernière section vise à montrer comment les artistes de cette période représentent la beauté féminine et la vie quotidienne. Les artistes montrent des femmes très bien vêtues dans des magnifiques décors, parfois en plein rêve, ce qui rappelle certaines œuvres de poésie.

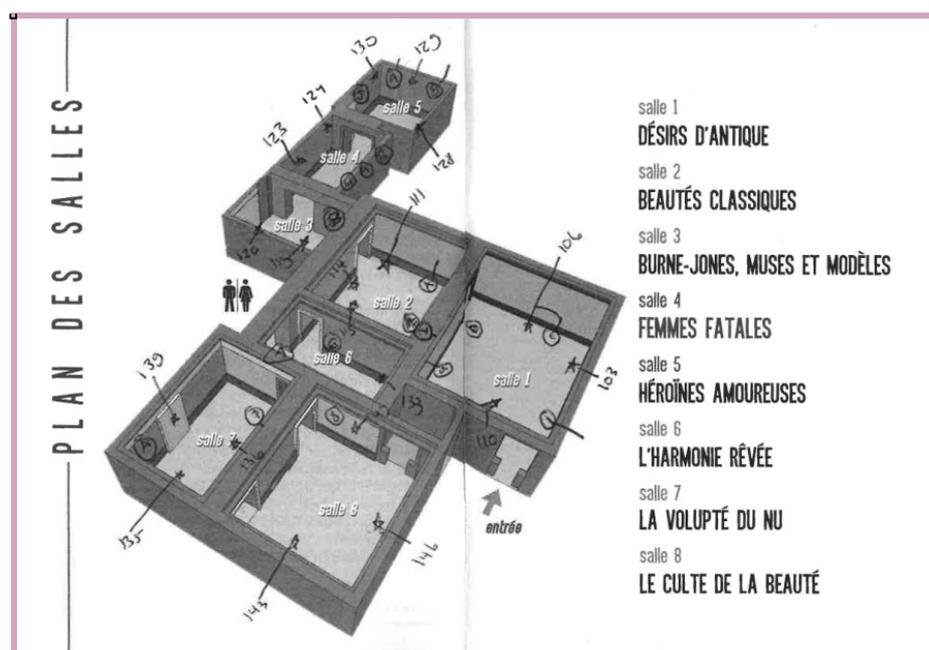


Figure 1 : Plan de l'exposition au musée Jacquemart-André

### *b. Le type d'approche et de scénario*

L'approche utilisée est double : une approche esthétique enrichie d'une approche scientifique<sup>65</sup>. La première a pour objectif d'aider les visiteurs à apprécier la beauté féminine et à porter attention aux détails dans les œuvres. La seconde approche est caractérisée par le fait que les commissaires de l'exposition ont aussi cherché à rendre compte des inspirations et du contexte des artistes de cette époque. Le déroulement est thématique.

### *c. La nature des objets*

Cinquante œuvres étaient présentées, dont celles de Lawrence Alma Tadema, Frederic Leighton, Edward Burne-Jones, Albert Moore et John Waterhouse. La majorité de ces tableaux, c'est-à-dire quarante-trois, sont des huiles sur toile ou sur bois. L'exposition présentait également sept œuvres appartenant aux arts graphiques : deux pastels sur papier, une sanguine sur papier sur carton, ainsi que quatre aquarelles sur papier, carton ou papier monté sur toile. Leur datation, de manière générale, s'étend de 1860 à 1916, la période choisie par Véronique Gerard-Powell.

### *d. La muséographie-scénographie*

La mise en scène encourage l'observation des œuvres à travers l'absence de médias, à l'exception des textes. Le point central de chaque pièce est l'œuvre elle-même.

Huber Le Gall, un designer français, créateur et sculpteur d'art, a conçu la muséographie-scénographie comme un rappel de l'atmosphère des palais antiques et des boudoirs anglais, pour « *faire écho à la force décorative des tableaux présentés*<sup>66</sup> ». Les murs de plusieurs salles sont peints en trompe-l'œil pour ressembler au marbre ou à des rideaux, et plusieurs tapis ont des motifs décoratifs. Le choix des couleurs pastels ou d'autres qui évoquent des pierres semi-précieuses visent à mettre les œuvres présentées en valeur (voir Figures 2 et 3).

---

<sup>65</sup> MERLEAU-PONTY C., & EZRATI J. J., *L'exposition théorique et pratique*, Paris: L'Harmattan, 2005, p. 49-50.

<sup>66</sup> Dossier de presse de l'exposition:  
[http://www.musee-jacquemart-andre.com/sites/default/files/dp1\\_desirs\\_et\\_volupte\\_au\\_musee\\_jacquemart-andre\\_0.pdf](http://www.musee-jacquemart-andre.com/sites/default/files/dp1_desirs_et_volupte_au_musee_jacquemart-andre_0.pdf)



Figures 2 et 3 : Photographies<sup>67</sup> de la deuxième et troisième salle

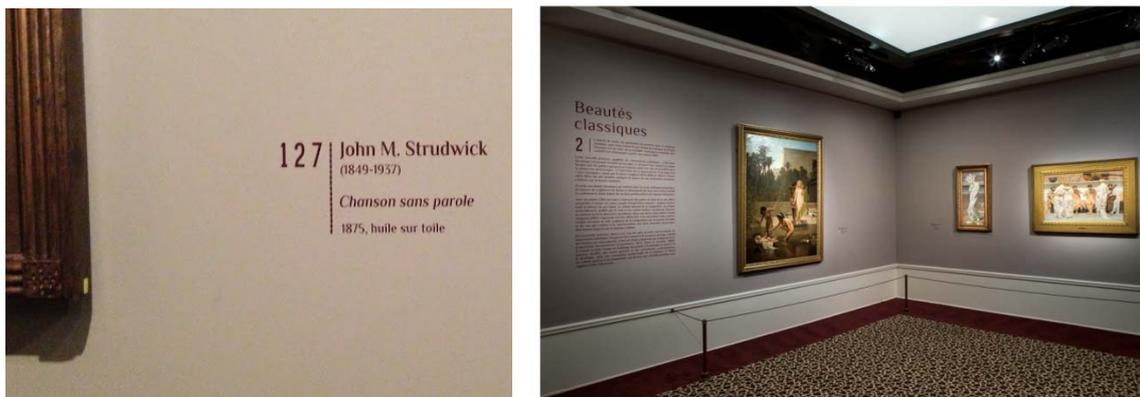
En entrant dans chaque salle, un élément attire l'œil du visiteur et l'encourage à la parcourir. Par exemple, dans la première salle, le tableau *Les Roses d'Héliogabale* attire le visiteur avec sa grande taille et ses couleurs vives. La septième salle, quant à elle, capte le visiteur par une série d'œuvres riches en couleur et en formes, qui invitent le visiteur à s'approcher pour apprécier leurs détails.

L'éclairage ne varie pas, sauf dans les troisième et sixième salles qui offrent une lumière plus faible. L'éclairage encourage l'observation des œuvres de différentes manières, par une lumière diffuse venant du plafond accompagnée de spots dans une salle bien éclairée.

#### e. Les écrits

Les textes des salles prennent plusieurs formes : la forme d'une introduction pour chaque section (huit), de panneau informatif sur un personnage (six), de cartel simple (pour chaque œuvre), de cartel développé (un), de poème (un) et de chronologie (deux). Les panneaux de section comprennent un titre avec le thème de la salle et trois à cinq paragraphes explicatifs. Les cartels simples des tableaux contiennent les informations permettant d'identifier l'œuvre (l'artiste, ses dates de vie, le titre, la date et matériaux de l'œuvre), ainsi qu'un numéro qui donne un ordre au parcours de visite pour le visiteur (voir Figure 4). La taille de police pour les explications des œuvres exige que le visiteur s'approche pour pouvoir les lire (voir Figure 5). Les textes sont présentés uniquement en français.

<sup>67</sup> Site Web du Musée Jacquemart-André : <http://www.musee-jacquemart-andre.com/fr/dossiers/desirs-volupte-lepoque-victorienne-2013?galerie=1>



Figures 4 et 5 : Cartel simple et panneau de section dans la deuxième salle<sup>68</sup>

#### f. Les aides à la visite, en dehors des contenus audio

Les « aides à la visite » sont définies ici comme les dispositifs qui visent à être des supports utilisés pendant la visite de l'exposition et qui sont disponibles à tout moment pour le visiteur. Cette définition exclut le catalogue<sup>69</sup> et les éditions « hors-série » qui sont vendus dans la boutique à la sortie du musée, ainsi que le film proposé dans la salle des sculptures de la collection permanente où les visiteurs doivent faire la queue si les salles sont pleines, ainsi que le travail des conférenciers qui ne sont pas présents en permanence.

Le principal outil de médiation destiné aux adultes en-dehors des contenus audio est le livret de visite. Ce livret, qui est payant et disponible à l'entrée du musée, comprend un avant-propos et une introduction sur l'exposition, une chronologie, le texte du panneau de section pour chaque salle, les titres des œuvres, des images et des commentaires pour certaines. Il est proposé en français avec neuf pages à la fin en anglais, dont un avant-propos général et un commentaire pour chaque pièce. Ce dispositif ne sera pas étudié dans ce mémoire en raison de sa nature payante. Cette étude prend en compte uniquement les éléments constitutifs de l'exposition en accès libre et gratuit. Or le Musée juge que le livret ne fait pas partie intégrante de l'exposition, le visiteur pouvant ou non en faire l'acquisition.

<sup>68</sup> Site Web du Musée Jacquemart-André : <http://www.musee-jacquemart-andre.com/fr/dossiers/desirs-volupte-lepoque-victorienne-2013?galerie=1>

<sup>69</sup> Quelques exemplaires du catalogue se trouvent dans la salle près des toilettes. Dans cette pièce isolée et sans œuvres, ils ne sont pas des supports pour l'observation des œuvres.

## *B. Les objectifs pour les contenus audio et leur production*<sup>70</sup>

### 1. Les objectifs

Un premier objectif pour les contenus audio au Musée Jacquemart-André, selon Nicolas Sainte Fare Garnot, conservateur de ce musée et commissaire de cette exposition, est « *d'apporter une information exacte au plus grand nombre*<sup>71</sup> ». Le discours proposé dans cet outil doit être en accord avec celui du commissaire pour l'exposition. Géraldine Gauvin, directrice de production des outils multimédias et muséographie chez Sycomore, l'entreprise responsable de la production des contenus audio pour cette exposition, confirme que « *la médiation sous une forme d'audioguide, c'est obligatoirement une médiation grand public... [Elle] permet aux gens qui ne connaissent pas beaucoup [le sujet] d'avoir une vision juste de l'exposition et elle donne l'envie d'aller un peu plus loin*<sup>72</sup> ». Les contenus audio sont donc aussi une amorce qui peut éventuellement inciter le visiteur à chercher plus d'informations. Les visiteurs de ce musée sont en majorité un public fidèle d'amateurs ou des touristes intéressés qui ont l'habitude de visiter les expositions et de prendre les audioguides. Les commentaires peuvent donc employer des termes techniques sans nécessairement les expliquer et parler de concepts liés aux musées, mais avec des phrases simples.

Les contenus audio sont conçus pour être bien adaptés à leur contexte d'utilisation, c'est-à-dire dans l'espace d'exposition. Ils sont totalement liés à l'espace et au temps de la visite. Quand le visiteur les écoute sous la forme d'audioguide, cela est une expérience éphémère. Et, même si l'application permet au visiteur de les réécouter plus tard, les contenus audio sont vraiment conçus pour être utilisés pendant la visite de l'exposition. Les commentaires audio sont donc écrits comme si le visiteur se trouve dans l'exposition, le narrateur emploie des phrases comme « *L'œuvre qui se trouve devant vous* » pour situer le visiteur dans l'espace.

Les différents outils de médiation utilisés ont une approche unique. Les panneaux proposent des informations sur le contexte et le sens du rassemblement des œuvres dans la salle ; les contenus audio donnent les éléments principaux et les détails des

---

<sup>70</sup> Les informations de cette section viennent des entretiens avec M. Saint Fare Garnot et Mme Gauvin.

<sup>71</sup> Cf. ANNEXE II – H – Entretien avec Nicolas SAINTE FARE GARNOT.

<sup>72</sup> Cf. ANNEXE II – I – Entretien avec Géraldine GAUVIN.

œuvres commentées. Les cibles de public pour ces deux outils ne sont pas différentes : le visiteur est donc libre de s'appuyer sur la forme de médiation qui lui convient. On considère que le visiteur est libre de lire des textes ou d'écouter l'audioguide ; chaque dispositif présente l'exposition de façon autonome. Tout est fait pour respecter l'objectif de ne pas empêcher l'observation directe de l'œuvre.

Comme c'est la première fois en France que des œuvres anglaises de cette période étaient exposées, un objectif était de montrer un mouvement d'art très différent de ce à quoi le public français est habitué. Les commentaires ont donc été rédigés pour mettre en valeur les éléments qui peuvent apparaître surprenants.

## 2. La production

La production des contenus audio commence par l'organisation du discours de l'exposition. Les commissaires décident du contenu de l'exposition, et quels aspects ils souhaitent développer. Lorsque cette « *architecture générale*<sup>73</sup> » est établie, les détails sont ensuite travaillés par le spécialiste de l'exposition et la société Culturespaces. Pour cette exposition, le spécialiste est Véronique Gerard-Powell, commissaire générale de l'exposition. Elle écrit des textes sur les œuvres et l'exposition, qui sont réécrits par le service exposition et repris par le prestataire pour les contenus audio. Mme Gerard-Powell choisit aussi les œuvres qui seront commentées par les commentaires audio. Culturespaces gère la procédure de production, et décide le nombre de voix, la durée totale des commentaires, quelles langues seront proposées pour la traduction. Le cahier des charges constitué préconise en général les éléments suivants : la durée doit être comprise entre trente-cinq et quarante-cinq minutes, les commentaires sont proposés en français et en anglais, une seule voix est choisie pour le narrateur.

Géraldine Gauvin ou un auteur qu'elle sélectionne, rédige des textes qui prennent en compte ces aspects. Il est rare que le Musée demande un auteur spécialisé, mais cela a pu être le cas pour l'exposition « Le Crépuscule des Pharaons » en 2012. Les commissaires du Musée préfèrent un auteur généraliste en histoire de l'art, comme Mme Gauvin, qui a une vision plus ouverte et qui, en étant un professionnel de la médiation, va rédiger en prenant en compte la spécificité du discours oral.

---

<sup>73</sup> Cf. ANNEXE II – H – Entretien avec Nicolas SAINTE FARE GARNOT.

Une liste d'œuvres est fournie à Mme Gauvin quelques mois avant l'ouverture de l'exposition, elle n'intervient pas dans la constitution de cette liste sauf si elle découvre des contraintes de circulation, mais souvent elle ne dispose pas à l'avance du plan de l'exposition. Ensuite une réunion est organisée entre elle et la chargée d'exposition qui lui présente l'exposition et sa présentation, les œuvres et le parcours dans les salles. Elle assiste aussi à la présentation de l'exposition aux guides conférenciers faite par la commissaire de l'exposition, la responsable d'exposition et le conservateur. On transmet également à Mme Gauvin les textes et les notices du catalogue, ainsi que les images des œuvres. Le personnel du Musée ne lui demande pas d'effectuer de recherches complémentaires, car le Musée souhaite avant tout que « *l'esprit de l'exposition soit sauvegardé*<sup>74</sup> ». Une fidélité au discours des commissaires de l'exposition est visée.

Les textes des commentaires doivent être « *classiques mais vivants*<sup>75</sup> », sans dialogue, mais avec des citations. Mme Gauvin choisit des angles différents pour chaque commentaire pour changer l'ordre des informations données. Les citations aident à mettre les œuvres en scène. L'ordre des commentaires dans le parcours est important, souvent des informations sont données dans un premier commentaire et elles sont aussi pertinentes pour les suivants. Par exemple, le commentaire pour la première œuvre d'Alma Tadema donne des éléments biographiques, alors que peu sont donnés pour la suivante. Mme Gauvin commence aussi certains commentaires avec un détail ou un angle fort sur l'œuvre, « *pour faire en sorte que l'attention du visiteur soit happée par l'œuvre*<sup>76</sup> ». Elle fait un effort pour créer un vrai parcours de visite avec un début et une conclusion, qui suit le parcours de l'exposition conçu par les commissaires pour être « *le fil d'un récit qui commence en rentrant dans l'exposition et qui s'achève à la dernière salle*<sup>77</sup> ».

Les textes doivent être validés par le Musée et puis traduits par Sycomore, chaque processus prend environ une semaine. La phase d'enregistrement prend environ cinq jours ouvrés, suivis par le nettoyage et le montage des pistes. Les résultats sont donnés à la personne qui s'occupe des applications, trois semaines à un mois avant l'ouverture de l'exposition.

---

<sup>74</sup> Cf. ANNEXE II – I – Entretien avec Géraldine GAUVIN.

<sup>75</sup> Ibid.

<sup>76</sup> Ibid.

<sup>77</sup> Cf. ANNEXE II – H – Entretien avec Nicolas SAINTE FARE GARNOT.

Les textes de l'exposition sont rédigés après les commentaires audio et Mme Gauvin n'est pas impliquée dans le processus de la création ni du livret, ni des panneaux. Le « socle commun<sup>78</sup> » est la vision du commissaire. Les éléments de médiation sont vus de façon autonome.

## C. Le dispositif résultant

### 1. Présentation de l'outil

La médiation audio est constituée de l'audioguide et de l'application iPhone/iPad et Android. Ces deux outils donnent accès à vingt commentaires d'œuvres, qui durent en moyenne 1:58 minutes, pour un total de 39:17 minutes (pour la version française<sup>79</sup>). Les commentaires prennent la forme de présentations par un narrateur anonyme.

Les œuvres commentées sont indiquées par une représentation d'un casque sous le numéro du tableau sur les cartels, facilement repérables sur les murs (voir Figure 6).

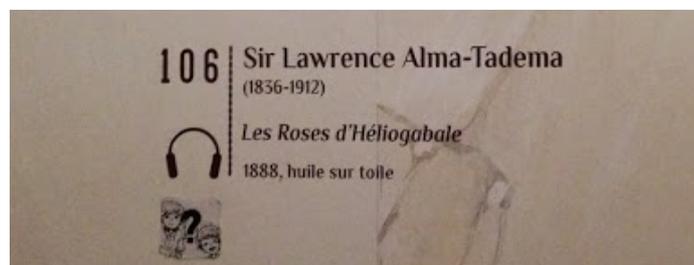


Figure 6 : Pictogramme pour un commentaire audio

Deux panneaux dans le vestibule avant la billetterie affichent la possibilité de louer un audioguide (voir Figure 7) ou de télécharger l'application (voir Figure 8). Ils sont très grands et attirent l'attention du visiteur, le personnel à la billetterie propose également la possibilité de louer un audioguide. Les contenus audio sont donc mis en avant par l'institution comme une aide à la visite pour le public.

<sup>78</sup> Cf. ANNEXE II – I – Entretien avec Géraldine GAUVIN.

<sup>79</sup> Il existe aussi une version anglaise.

L'audioguide coûte quatre euros, il est proposé à la billetterie et distribué à l'accueil quand le visiteur présente son billet. Le personnel qui assure sa distribution explique clairement son fonctionnement, les explications sont également présentes sur un panneau à l'entrée de l'exposition et dans un commentaire audio.



*Figures 7 et 8 : Panneau présentant l'audioguide et panneau présentant l'application mobile*

L'application iPhone/iPad et Android est proposée à 1,79€, ou 3,59€ avec les images en haute-définition. Un panneau dans le vestibule avant la billetterie présente l'application et comment la télécharger. Le Wi-Fi est disponible dans le musée (un autre panneau dans le Salon de musique mentionne aussi le Wi-Fi gratuit). L'application comprend les commentaires de l'audioguide ainsi qu'une vidéo de présentation de l'exposition et des photos des œuvres. Les textes sont assez grands et les images sont d'une belle qualité (l'utilisateur peut zoomer sur les images avec ses doigts).

#### *a. Comparaison des deux dispositifs*

Même si les deux outils proposent les mêmes contenus audio, il existe plusieurs différences entre le fonctionnement des deux dispositifs. L'utilisation de l'audioguide est très simple, le visiteur appuie sur le numéro indiqué dans un pictogramme près du tableau, et puis la touche verte (voir Figure 9).



Figure 9 : Audioguide

L'application est aussi facile à manipuler, et le visiteur a plusieurs options (voir Figure 10):

1. L'utiliser comme l'audioguide en appuyant sur le numéro associé à l'œuvre ;
2. Sélectionner une œuvre à partir d'une liste avec une image, un numéro, le titre et les informations (artiste et année), soit verticale soit horizontale avec une plus grande images des œuvres ;
3. Le visiteur peut aussi aller directement d'un commentaire au suivant.

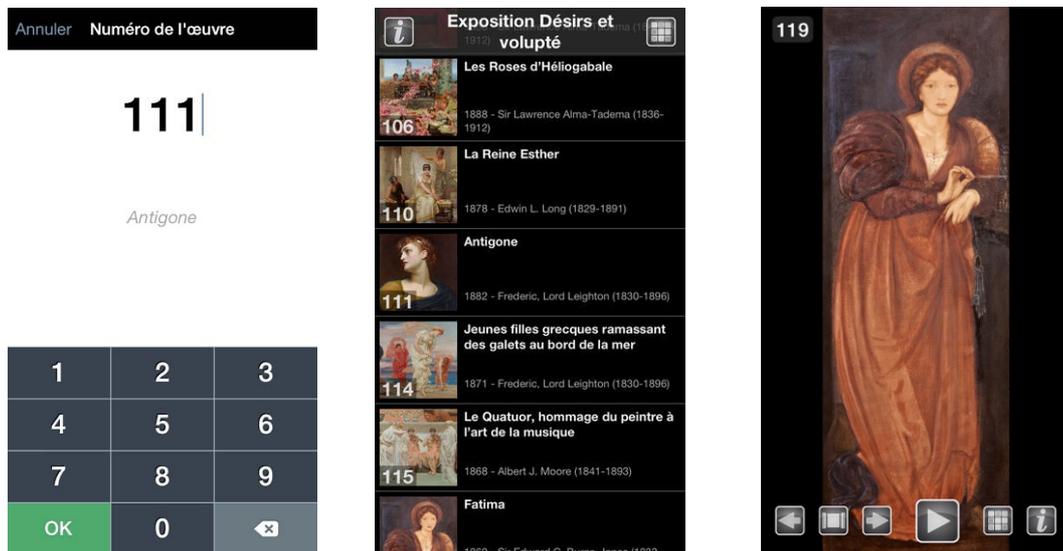


Figure 10 : Captures d'écran de l'application mobile

La différence la plus importante entre le fonctionnement de l'audioguide et l'application est l'ordre dans lequel les œuvres sont commentées. En utilisant l'audioguide, le visiteur dépend de la muséographie-scénographie pour décider dans quel ordre écouter les commentaires, sauf s'il prend en compte les numéros associés à chaque œuvre. Par contre, chaque tableau dans l'exposition porte un numéro ; les numéros ne sont donc pas uniquement associés à l'outil. L'application, avec sa liste des œuvres commentées accompagnées de leurs images, propose plus clairement un parcours de visite.

L'utilisation des deux dispositifs concurrence l'observation directe des œuvres en grande partie parce que durant l'écoute des commentaires, ils laissent le visiteur regarder uniquement le tableau en face de lui. Le risque de concurrence est encore accru avec l'application, car le visiteur peut être tenté de remplacer l'observation directe de l'œuvre par l'observation de l'image sur son téléphone portable, surtout avec la fonctionnalité du zoom.

## 2. La structure interne du contenu des commentaires

Les vingt commentaires audio ont été étudiés à l'aide de la grille d'analyse adaptée de celle élaborée par Colette Dufresne-Tassé. Les résultats portent sur la structure du contenu audio, les partis pris des approches des œuvres et le rôle du visiteur utilisant cet outil de médiation. L'étude de la structure des commentaires inclut la construction du discours, combien d'idées sont abordées dans chaque commentaire et les techniques de communication employées, ainsi que le ton du texte, les voix et souvent la musique. Le rôle du visiteur en écoutant les commentaires est considéré par rapport au niveau d'implication et aux connaissances pré requises exigées.

### a. « Idées »

Les commentaires sont constitués de plusieurs « idées », ou d'approches pour traiter l'œuvre. Les idées identifiées ont été regroupées dans quatre catégories : le sujet représenté et son traitement, les éléments biographiques de l'artiste, le contexte culturel de la création de l'œuvre, et les mouvements et influences artistiques (voir Figure 11).

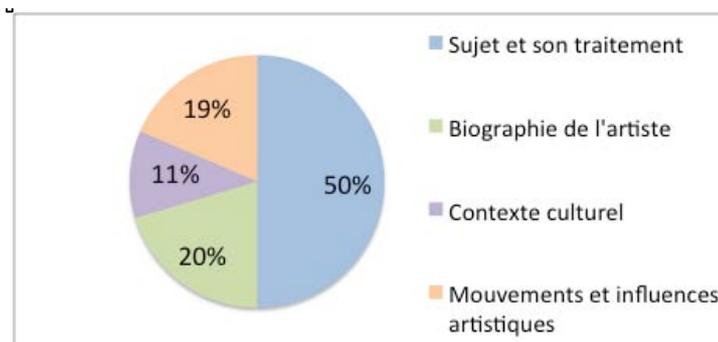


Figure 11 : Fréquence des catégories d'idées pour tous les commentaires

La moitié des idées repérées concerne le sujet du tableau et/ou son traitement, ce sont des descriptions visuelles qui montrent que la priorité de cet outil est d'aborder ce que le visiteur peut voir dans l'œuvre en face de lui. L'autre moitié des idées est plus abstraite, comme la biographie de l'artiste ou un mouvement artistique, et exige un savoir pré-requis pour comprendre le lien avec le tableau. Par exemple, dans le commentaire 115 de *Le Quartet*, le narrateur mentionne que l'artiste était « *fasciné par les sculptures gréco-romaines et par les estampes japonaises* ». Sans une connaissance de ce type d'œuvres, le visiteur ne peut pas comprendre dans l'œuvre qu'il voit en face de lui la nature de l'influence des œuvres citées.

Chaque commentaire dans ce dispositif comprend entre une et quatre idées (voir Figure 12). La majorité des commentaires (70%) est composé de trois ou quatre idées. Cette quantité peut sembler élevée, étant donné que les commentaires ne durent que 1:58 minutes en moyenne. Par exemple, dans le commentaire 119 de *Fatima*, le commentaire aborde l'influence littéraire, l'influence artistique et donne des éléments biographiques sur l'artiste, ce qui se traduit par un commentaire sans fil conducteur évident.

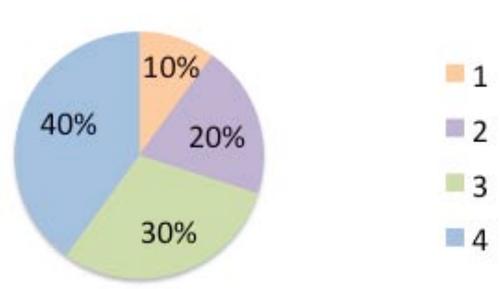


Figure 12 : Nombre d'idées par commentaire (1, 2, 3 ou 4 idées par commentaire)

En outre, il existe des commentaires avec de l'information supplémentaire qui s'ajoute à la fin du commentaire. C'est le cas par exemple du commentaire 139 pour *Crenaia*, qui commence avec une description très fluide du sujet et son traitement, mais qui dévie brusquement dans le dernier quart sur la réception de l'art britannique jusqu'aux années 1980. Les deux parties du commentaire n'ont pas un grand rapport entre elles. Le manque d'un fil conducteur est plus frustrant dans un texte oral que dans un texte écrit qui bénéficie de la forme des paragraphes.

### *b. Techniques*

Les techniques utilisées pour présenter les œuvres aux visiteurs dans la rédaction des commentaires sont multiples. Dans un premier temps, elles comprennent les types de contenu suivants :

- Descriptions visuelles ;
- Sujet et signification de l'iconographie ;
- Éléments biographiques sur l'artiste ;
- Contexte culturel et historique ;
- Influences artistiques et littéraires ;
- Contexte de la création de l'œuvre et sa réception ;
- Identification des modèles et muses.

Ces approches différentes permettent une compréhension variée des œuvres. La grande variété d'approches ne comprend pas simplement des analyses visuelles et des explications du sujet représenté, mais elle va au-delà du visuel avec le contexte culturel, les influences artistiques et visuelles, la vie de l'artiste, par exemple. Ce parti pris montre au visiteur qu'il existe plusieurs manières de comprendre une œuvre.

Le ton sur lequel ces informations sont communiquées est lui aussi varié. Le dispositif propose souvent des descriptions visuelles et des explications du sujet employant un vocabulaire riche et parlant. Par exemple, le commentaire 115 pour *Le Quartet* décrit le tableau sur un ton presque poétique, en constatant que l'harmonie de la composition « *permet de rendre la musique visible* ». Par contre, les informations contextuelles sont parfois rédigées sur un ton académique, utilisant des phrases qui sont souvent plus adaptées à l'écrit. Par exemple, dans le commentaire

110 pour *La Reine Esther*, des phrases longues sont employées : « *Epouse choisie par le roi Perse Xerxès 1<sup>er</sup>, appelé Assuérus dans la tradition biblique, à la suite de la répudiation de sa première femme Vashti, elle intercède auprès de son époux pour sauver son peuple d'un massacre qu'il avait planifié.* »

Le dispositif emploie également des citations dans plusieurs commentaires, qui les rendent plus vivants. Le premier commentaire (103 pour *Agrippine*) commence avec une citation de l'historien romain Tacite, et montre l'importance des inspirations littéraires pour les artistes présentés dans l'exposition. Le dernier commentaire (149 pour *Un nuage passe*) commence également avec une citation, faisant un rappel du début de l'exposition ; il présente aussi la même musique que le premier commentaire.

La musique est présente dans la moitié environ des commentaires. Elle ajoute une atmosphère en lien avec le tableau ; par exemple, dans le commentaire 139 de *Crenaia*, le piano rappelle la cascade dans le tableau. De plus, la musique appuie souvent les transitions entre les idées, en créant une sorte de paragraphe auditif. Par exemple, dans le commentaire 136 pour *Andromède*, la musique dramatique commence au début du commentaire et les pauses entre les idées correspondent à un morceau de musique. A la fin du commentaire 130 pour *Enid et Geraint*, la musique continue pendant environ vingt secondes après la fin du texte, ce qui crée un paragraphe musical qui encourage l'observation de l'œuvre.

Tous les commentaires sont présentés par un narrateur masculin anonyme. L'autorité des informations présentées n'est pas précisée, et le visiteur doit supposer que les informations viennent des mêmes sources que tous les éléments de l'exposition.

### *c. Rôle du visiteur*

Le visiteur est rarement impliqué directement dans les commentaires. Le narrateur utilise parfois des formules comme « *notre parcours* » (commentaire 103), « *on discerne sans peine l'influence* » (commentaire 114) et « *cette aquarelle* » (commentaire 120). Ces phrases incluent les visiteurs dans les commentaires et les repèrent dans l'espace. Par contre, deux commentaires mentionnent un spectateur comme si celui-ci n'était pas le visiteur : « *Leur disposition permettent au spectateur d'admirer* » (commentaire 114) et « *L'artiste ajoute au trouble du spectateur* »

(commentaire 136). Le commentaire ne s'adresse pas au visiteur comme s'il était devant les œuvres.

Le visiteur est toujours supposé avoir une connaissance générale de l'histoire de l'art, mais parfois une connaissance plus approfondie des sujets représentés, des mouvements artistiques ou sur la manière regarder un tableau, est exigée. Par exemple, dans le commentaire 114 pour *Jeunes filles grecques*, le narrateur mentionne l'influence « *de la sculpture romaine, de la peinture vénitienne, de la renaissance et du classicisme romain du XVIIe siècle* ». Pour comprendre cette phrase, le visiteur doit être capable de visualiser ces mouvements artistiques aussi rapidement que le narrateur les présente.

Même si une petite explication des personnages ou des mouvements artistiques est souvent proposée, les commentaires mentionnent plusieurs références et dates, qui deviennent une grande quantité de données à garder en tête. Par exemple, le commentaire 111 pour *Antigone* mentionne huit noms, dont quatre noms dans une même phrase: « *Antigone s'est rendue coupable d'avoir enseveli son frère Polynice, mort dans un combat avec son frère Étéocle pour le trône de la ville de Thèbes, alors qu'un édit de leur oncle Créon stipule que toute personne essayant de rendre les rites funéraires pour Polynice sera condamnée à mort.* » Le visiteur qui ne dispose pas d'une connaissance préalable approfondie ne peut pas se repérer dans la suite des informations transmises.

Le visiteur est aussi supposé avoir retenu les éléments précédents de l'exposition. Par exemple, dans le commentaire 133 pour *Les jours passent* dans la sixième salle, le narrateur mentionne que l'œuvre précise et raffinée de Strudwick le rapproche de son maître Burne-Jones. Par contre, le commentaire ne rappelle pas au visiteur qu'il a vu des œuvres de Burne-Jones dans la troisième salle. Il est donc demandé au visiteur de retenir les informations données pour les réemployer plus tard.

L'imagination du visiteur est stimulée de plusieurs manières, à travers la musique évocatrice, le vocabulaire riche, le ton parfois narratif et les citations. Le monde de l'exposition est créé de telle façon que le visiteur se sent transporté à l'époque Victorienne et à l'intérieur des tableaux présentés.

## *D. L'outil dans l'espace : les relations avec les autres éléments de l'exposition*

Les contenus audio sont écoutés dans un contexte muséal spécifique qui communique déjà un discours aux visiteurs. Le rapport entre les œuvres, l'organisation spatiale et les écrits qui font partie intégrante de la mise en scène, sont les producteurs de sens au sein de l'exposition. Quand les contenus audio y sont ajoutés, la cohérence avec le discours de l'exposition devrait être assurée. En examinant les relations entre cet outil et les autres éléments de l'exposition, une vision plus claire de son rôle est découverte.

### 1. Les œuvres

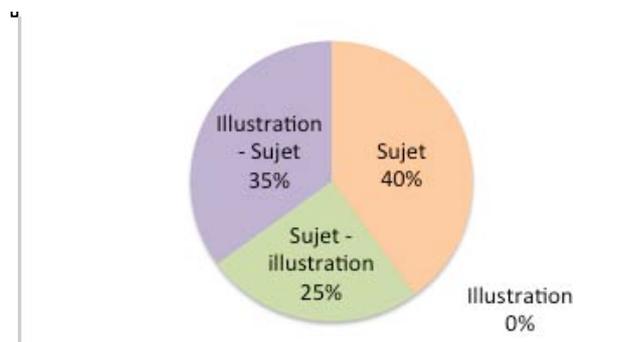
#### *a. Traitement de l'œuvre*

Les commentaires ont été étudiés pour déterminer s'ils présentent leurs discours par le biais des œuvres. La question étant de savoir si l'usage de ce dispositif concurrence l'observation des objets.

Les commentaires traitent les œuvres des quatre manières suivantes :

- L'œuvre est le sujet du commentaire et le discours l'appuie ;
- L'œuvre est une illustration d'un propos ;
- L'œuvre commence comme le sujet mais elle devient une illustration ;
- L'œuvre commence comme une illustration mais elle devient le sujet.

La majorité des commentaires (60%) fait un changement au sein de son discours (voir Figure 13).



*Figure 13 : Traitement de l'œuvre dans le commentaire*

Quarante pourcent des commentaires traitent l'œuvre uniquement comme le sujet du propos, et aucun commentaire ne traite l'œuvre seulement comme une illustration d'un propos plus large.

Le fait que les œuvres sont toutes traitées comme le sujet du commentaire, au moins pour une partie, est significatif. Il montre une volonté d'aborder les œuvres de manière directe. Par contre, 60% des commentaires traitent les œuvres aussi comme une illustration d'un propos plus large dans une partie de leur contenu. Cela indique que cet outil vise à aborder des thématiques liées aux œuvres mais qui vont au-delà du visuel. On observe donc une cohérence entre l'outil audio et le discours de l'exposition elle-même, qui place les œuvres dans un contexte historique à travers les panneaux et les chronologies, mais qui les met en valeur visuellement par une muséographie-scénographie simple.

#### *b. Observation*

Un aspect important des commentaires concerne la succession du propos concernant l'œuvre ou le contexte de l'œuvre. Quatorze commentaires sur vingt (70%) commencent leur discours avec le contexte de l'œuvre, contre seulement six commentaires qui débutent avec un propos sur l'œuvre elle-même.

Quand un commentaire commence avec le contexte, le visiteur se trouve devant une œuvre sans une aide à l'observation évidente. Par exemple, pour le commentaire 106 pour *Les roses d'Héliogabale*, le visiteur passe environ une minute devant ce tableau avant que le commentaire ne porte directement sur les éléments visibles de l'œuvre. Ce tableau est très détaillé avec beaucoup de formes et de couleurs, mais le visiteur n'est pas invité immédiatement à aborder ce qu'il voit. Un tel commentaire indique au visiteur que le contexte du tableau est aussi important que ce qu'il peut observer. On peut noter que 70% des commentaires présentent cette ligne éditoriale.

Quand un commentaire commence avec un élément visuel, par contre, le visiteur est immédiatement absorbé dans le tableau. Cela est le cas dans le commentaire 114 pour *Jeunes filles grecques* qui commence avec une description riche de la composition, avec des tournures de phrases presque poétiques : « *L'effet dynamique, proche d'une chorégraphie, est renforcé par les volutes des voiles, en lévitation au-dessus de leur tête* ». Le visiteur est invité à parcourir tout de suite les

éléments visuels de l'œuvre, le contexte de création et les informations sur l'artiste ne sont donnés qu'après.

Tous les commentaires mentionnent des éléments visuels dans le tableau pour aider le visiteur à regarder l'œuvre devant lui, mais de manières différentes. Dans vingt-cinq pourcent des commentaires plus de la moitié du temps est dédiée aux éléments visuels, comme les descriptions des compositions ou du sujet traité, et soixante-cinq pourcent des commentaires utilisent au moins la moitié de leur temps en le faisant (voir Figure 14). Seulement dix pourcent des commentaires ne se concentrent pas largement sur des éléments d'observation.

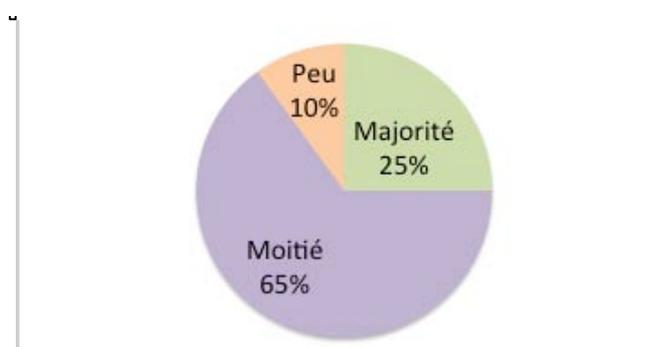


Figure 14 : Proportion du commentaire qui aide directement à l'observation

Cet aspect peut avoir une conséquence importante sur l'expérience du visiteur devant l'œuvre et sa compréhension du propos de l'exposition. La grande majorité (90%) des commentaires aborde les éléments visuels de façon importante, ce qui témoigne une volonté de donner la priorité à ce que le visiteur peut observer, ainsi qu'une volonté d'éduquer le regard du visiteur.

Soixante-quinze pourcent des commentaires présentent des informations qui aident à la compréhension générale de l'œuvre et de son contexte. Souvent ce contenu n'aide pas directement à observer l'œuvre

### *c. Preuves visuelles*

Des preuves visuelles venant appuyer chaque déclaration ne sont pas fournies de façon systématique dans cet outil, parfois dans un même commentaire. Quelques commentaires s'appuient sur des preuves visuelles, mais lorsque celles-ci ne sont

pas fournies, le visiteur doit s'appuyer sur son propre bagage culturel ou accepter l'autorité des concepteurs de l'outil.

Plusieurs commentaires présentent des preuves qui se trouvent dans les tableaux. Par exemple, le commentaire 130 pour *Enid et Geraint* appuie son discours sur des éléments visibles dans l'œuvre. Un texte de Tennyson est cité, et quelques détails dans le tableau sont ensuite pointés pour montrer la pertinence de cette référence dans le tableau. Le narrateur raconte l'histoire du désaccord entre le couple représenté, et il indique un luth fêlé dans le tableau comme preuve. Le visiteur peut donc juger lui-même la véracité des informations fournies. Dans le commentaire 111 pour *Antigone*, les interprétations du tableau sont appuyées par des descriptions visuelles, par exemple : « *Ici, nulle mise en scène à plusieurs personnages dans un décor antique reconstitué : le peintre resserre la vision sur le visage de la jeune femme. Par cette économie de moyen, il en fait une figure d'autant plus édifiante. Le traitement subtil du volume donne à ce visage un aspect sculptural.* » Le contenu audio présente les éléments visuels qui justifient les analyses.

Ni cet outil ni l'exposition n'offrent des images de comparaison, il existe donc plusieurs exemples de commentaires qui mentionnent une référence sans la montrer au visiteur. Le commentaire 110 pour *La Reine Esther* compare des éléments architecturaux du tableau (les bas-reliefs et les colonnes) avec un vrai palais, mais aucune image n'est présentée pour le confirmer. En outre, le narrateur ne précise pas où se trouvent ces éléments dans le grand tableau. Dans le commentaire 103 pour *Agrippine*, le contenu audio constate : « *Le peintre fait preuve d'une grande précision, et démontre son souci de vraisemblance en s'inspirant pour le visage des portraits officiels d'Agrippine* ». Sans une image d'un tel portrait officiel, le visiteur ne peut pas voir lui-même cette « *précision* ».

Le commentaire 139 pour *Crenaia* est un exemple de commentaire qui appuie une partie des arguments de l'analyse sur des éléments visuels, mais pas tous. Le narrateur justifie bien la comparaison de la figure avec la rivière : « *Crenaia est bien la Nymphe de la rivière, son corps ne faisant qu'un avec l'élément aquatique. Ses voiles transparents semblent couler le long du corps de la jeune fille, leur drapé imitant l'eau des cascades, par leur bouillonnement et leurs effets de glacis transparents.* » Par contre, une majeure partie du commentaire est une comparaison avec *La Source* d'Ingres. Le narrateur en parle comme si cette œuvre était devant le visiteur, ou comme si le visiteur la connaissait très bien. Dans un même

commentaire, le narrateur illustre son propos avec ce que le visiteur peut observer et il exige du visiteur d'avoir un bagage culturel assez spécifique.

Le discours des contenus audio est bien étayé quand il s'agit d'interprétations d'éléments visuels, mais le manque d'images de référence exige un grand bagage culturel du visiteur. Quand des influences visuelles sont mentionnées sans une image d'illustration, le visiteur est totalement dépendant de l'autorité du narrateur pour vérifier la véracité des déclarations.

#### *d. Compréhension des œuvres non commentées*

Sur les cinquante œuvres présentées dans l'exposition, presque la moitié (vingt-deux) d'entre elles est commentée directement par un commentaire audio. Deux commentaires (133 et 143) sur vingt présentent deux œuvres.

Les autres vingt-huit œuvres sont examinées pour voir si les contenus audio aident les visiteurs à les observer et comprendre pourquoi elles sont incluses dans la section.

La majorité des œuvres non commentées (82%) est indirectement expliquée par les contenus audio ; la majorité des œuvres exposées (90%) est donc expliquée directement ou indirectement (voir Figure 15). Cinq salles sur huit contiennent des œuvres qui sont toutes expliquées par les contenus audio. Pour la première salle, toutes les œuvres non commentées ont été réalisées par un artiste qui est abordé dans deux commentaires, et elles présentent des scènes inspirées par l'Antiquité ce qui est le thème de la section. La quatrième salle présente une œuvre non commentée, qui est du même artiste et avec un sujet semblable à l'œuvre commentée juste à côté. La sixième salle présente une œuvre du même artiste que les deux œuvres commentées dans la salle ; même si le visiteur ne connaît pas la signification de cette œuvre, il est conscient du fait qu'elle appartient au courant du symbolisme comme les deux autres œuvres. Les thématiques des deux dernières salles (La Volupté du nu et Le Culte de la beauté) sont expliquées dans les contenus audio de telle façon que le visiteur peut regarder les neuf œuvres non commentées en sachant quels éléments généraux de style sont importants. Par exemple, les commentaires de la huitième salle se concentrent sur la beauté classique des femmes et les décors imaginés, ce qui signale au visiteur qu'il peut retrouver ces éléments dans tous les tableaux dans la section.

Salle	Œuvres dans la salle	Œuvres non commentées		
		Total	Expliquées ?	
1. Désirs d'antique	10	7	Oui	7
			Non	-
2. Beautés classiques	7	4	Oui	2
			Non	2
3. Muses et Modèles	5	3	Oui	1
			Non	2
4. Femmes fatales	3	1	Oui	1
			Non	-
5. Héroïnes amoureuses	6	3	Oui	2
			Non	1
6. L'harmonie rêvée	3	1	Oui	1
			Non	-
7. La Volupté du nu	7	4	Oui	4
			Non	-
8. Le culte de la beauté	9	5	Oui	5
			Non	-
<i>Œuvres non expliquées par les contenus audio dans l'exposition</i>				10%

Figure 15 : Œuvres commentées et non commentées

Trois salles sur huit contiennent des œuvres non commentées sans explications. La deuxième salle comprend quatre œuvres non commentées : deux d'entre elles sont semblables visuellement à des œuvres commentées et donc le visiteur a un indice pour guider son regard (voir Figure 16). Ces œuvres représentent des figures traitées de manière similaire à celles dans les œuvres commentées, et ce traitement est présenté dans les contenus audio. Par contre, les deux autres œuvres ne sont pas abordées. La première présente le seul paysage dans la salle, et la deuxième présente une scène biblique dans une section comportant des scènes non narratives. Dans la troisième salle, une œuvre non commentée est de la main de l'artiste mis en avant par la section avec un sujet qui pourrait être lié au thème de la section des modèles. Mais les deux autres œuvres non commentées ont été réalisées par des artistes différents, et le visiteur ne peut pas être sûr que ces artistes ont eux aussi été inspirés par les muses. Dans la cinquième salle, deux œuvres non commentées présentent un sujet semblable à celui de plusieurs œuvres commentées. Mais un tableau présente un sujet très différent des œuvres

commentées et le rapport à la thématique de la salle (Héroïnes amoureuses) n'est pas évident.



Figure 16: Une œuvre commentée et une œuvre non commentée

Pour la plupart, les œuvres non commentées sont de façon générale expliquées par les contenus audio. Des éléments stylistiques liés aux artistes ou les sujets, sont présentés aux visiteurs, et ils peuvent réutiliser ces clés de lecture pour les œuvres semblables présentées à proximité. On peut penser que la compréhension par les visiteurs des œuvres non commentées est plus superficielle. Par exemple, pour l'œuvre dans la sixième salle, le visiteur peut déduire qu'il existe du symbolisme mais il ne peut pas déduire la signification de ce symbolisme. Si le visiteur souhaite aller plus loin dans la découverte des œuvres non commentées, il doit s'appuyer sur les autres outils de la médiation, notamment les écrits dans les salles.

## 2. La muséographie-scénographie

### a. La circulation et les œuvres mises en valeur

Le parcours du visiteur qui utilise l'outil suit celui suggéré par la muséographie-scénographie dans cinq salles sur huit. Par exemple, dans la deuxième salle, l'ordre des œuvres commentées dans les contenus audio suit la circulation des visiteurs dans la salle dans le sens antihoraire, en se concentrant sur les œuvres mises en valeur par l'accrochage. Pour trois murs sur quatre, l'outil propose un commentaire pour la plus grande œuvre sur le mur. Les troisième, quatrième et sixième sections ne contiennent que trois ou cinq œuvres, et le parcours de l'outil suit aussi celui suggéré par la muséographie-scénographie.

Par contre, trois salles présentent une tension entre le parcours de l'outil et celui de la muséographie-scénographie. Par exemple, quand le visiteur entre dans la

première salle de l'exposition, il se trouve dans une salle avec une variété de tableaux très riches. Le panneau de section est sur le mur à droite, et à côté de ce texte se trouve un regroupement de quatre petits tableaux (voir Figure 17). Même si ce groupe est près du panneau, il peut être décevant pour le visiteur, qui vient d'entrer dans l'exposition, de commencer le parcours avec le petit tableau à gauche quand les grands tableaux vifs comme *Les Roses d'Héliogabale* et *La Reine Esther* sont autour de lui. Le visiteur qui utilise l'outil sous forme d'application mobile sait que cette peinture est la première dans le parcours grâce à la liste des images sur l'écran, mais le visiteur avec l'audioguide doit choisir lui son propre ordre d'écoute. S'il choisit de commencer avec une œuvre différente, il rate l'opportunité de commencer son parcours audio avec l'introduction fournie dans le premier commentaire.



*Figure 17 : La première salle de l'exposition*

La septième salle pose aussi problème. Les œuvres commentées sont bien mises en valeur par la muséographie-scénographie (soit en étant la seule œuvre sur un mur, soit en étant présentée sur une partie du mur qui avance dans la salle). Par contre la numérotation des œuvres ne correspond pas à la circulation de la salle (voir Figure 18). La première œuvre, selon la numérotation, est celle qui est la plus éloignée de l'entrée de la salle, et le visiteur doit passer devant beaucoup de tableaux attirants avant d'y arriver. Un chemin plus naturel serait de commencer avec le commentaire 136, à côté du panneau de section, et puis de continuer dans le sens des aiguilles d'une montre. Comme ces commentaires sont étroitement liés aux œuvres, le sens du contenu ne change pas énormément si l'ordre est modifié dans ce cas.

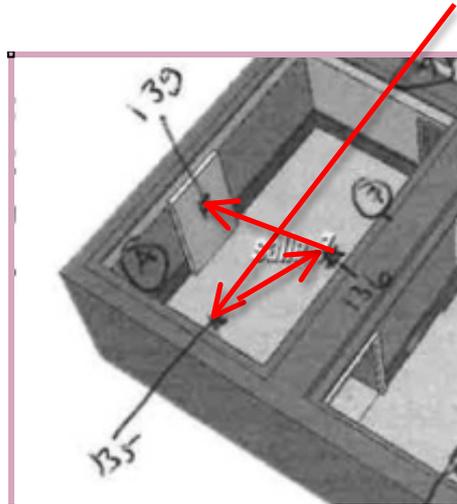


Figure 18 : Plan de la septième salle de l'exposition

Les œuvres commentées sont distribuées équitablement dans les salles. Sur les vingt-sept murs sur lesquels sont accrochées les œuvres, dix-neuf (70%) contiennent une œuvre commentée (voir Figure 19). Seulement trois murs présentent plus d'une œuvre commentée. Cela permet une bonne circulation dans les salles ; en suivant le parcours audio, le visiteur est obligé de se déplacer de mur en mur et de ne pas rester dans un lieu pour plusieurs commentaires ce qui permet de rythmer la visite.

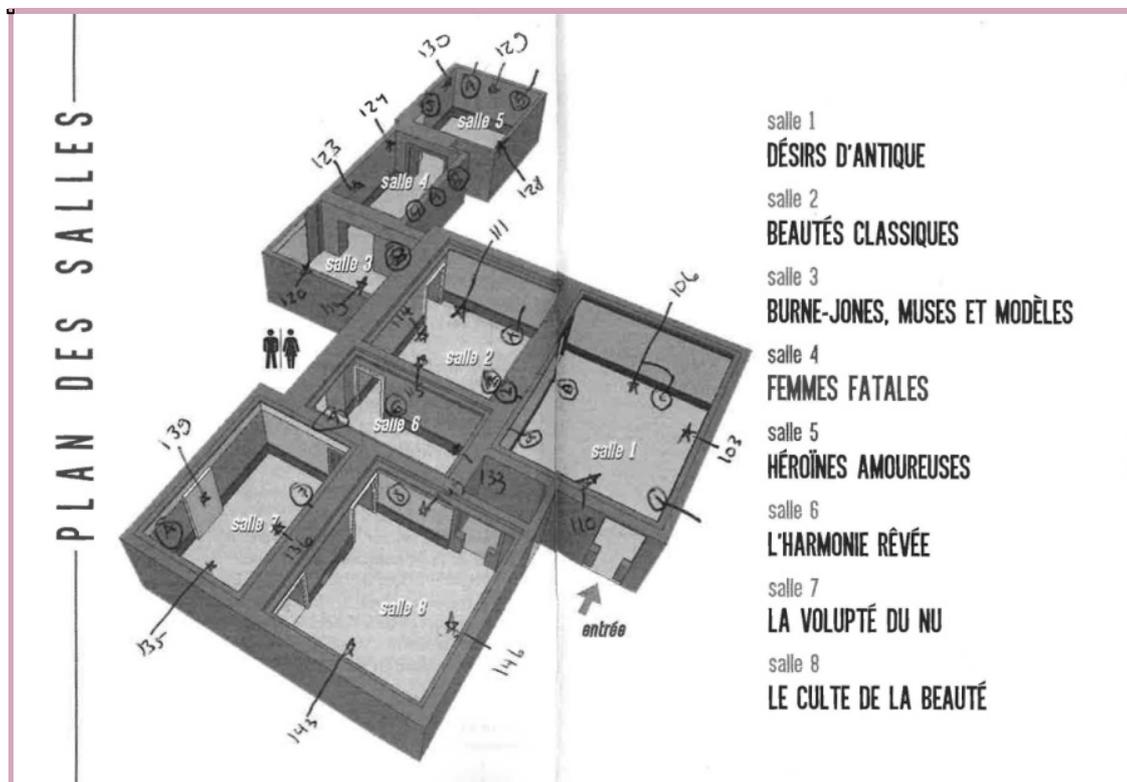


Figure 19 : Œuvres commentées

### *b. L'espace devant les œuvres*

Il existe une espace confortable devant la majorité des tableaux commentés. Soit les œuvres sont assez grandes pour permettre une observation par plusieurs visiteurs, soit il existe un espace confortable autour des œuvres plus petites. Les cinquième et sixième salles sont par contre des contrexemples (voir Figure 20). Elles sont plus petites, et comme les œuvres commentées sont placées au fond, les visiteurs stagnent à cet endroit. Les autres lieux d'affluence sont devant les petits tableaux commentés, comme *Courtiser sans espoir* dans la dernière salle ou *Agrippine* dans la première salle.



Figure 20 : La cinquième et la sixième salle

## 3. Les écrits

### *a. Les œuvres mises en valeur*

Dans cette exposition, les œuvres sont mises en valeur par les textes in situ de plusieurs façons. Les panneaux de section introduisent plusieurs œuvres dans leurs discours. Les textes supplémentaires tels que le poème et le cartel développé, mettent particulièrement en avant deux œuvres. Les panneaux biographiques introduisent les artistes ayant réalisé des œuvres dans les salles. Les œuvres ainsi citées dans les textes in situ sont pour la plupart aussi l'objet de commentaires directs sur l'outil audio.

On ne trouve qu'un seul cartel développé dans l'exposition, pour *Les Roses d'Héliogabale*, et cette œuvre bénéficie aussi d'un commentaire audio. Le poème sur le mur de la cinquième salle vient compléter l'œuvre *La Couronne de l'amour* qui est traitée par un commentaire audio. Les cinq panneaux d'artiste, sur Alma Tadema,

Leighton, Waterhouse, Millais et Rossetti, se concentrent sur un artiste représenté dans la salle, à travers une œuvre qui est aussi traitée par un commentaire audio.

En raison du manque de cartels développés, les panneaux de section abordent d'une manière plus spécifique des œuvres individuelles. Chaque œuvre commentée par un commentaire audio est aussi mentionnée dans le panneau de section de sa salle, sauf *La Reine Esther* dans la première salle. Cela indique au visiteur que les œuvres commentées par l'outil audio sont parmi les œuvres phares de la section.

Les œuvres qui ne bénéficient pas d'un commentaire audio sont pour la plupart mentionnées dans les panneaux de section (voir *Figure 21*).

Salle	Œuvres non commentées par les contenus audio	Panneaux de section	
		Œuvres mentionnées	Œuvres non mentionnées
1. Désirs d'antique	7	4	Expliquée(s) 3
			Non -
2. Beautés classiques	4	1	Expliquée(s) 1
			Non 2
3. Muses et Modèles	3	2	Expliquée(s) -
			Non 1
4. Femmes fatales	1	1	Expliquée(s) -
			Non -
5. Héroïnes amoureuses	3	2	Expliquée(s) -
			Non 1
6. L'harmonie rêvée	1	1	Expliquée(s) -
			Non -
7. La Volupté du nu	4	4	Expliquée(s) -
			Non -
8. Le culte de la beauté	5	2	Expliquée(s) 3
			Non -
Œuvres non expliquées par ni les contenus audio ni les panneaux de section dans l'exposition			8%

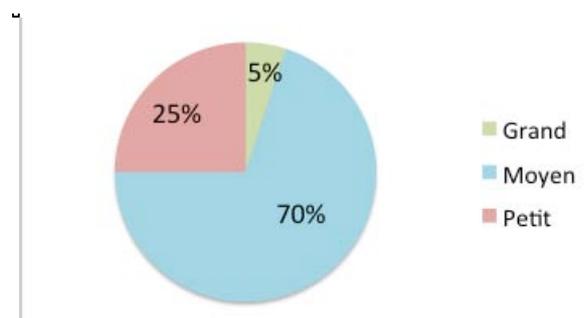
*Figure 21 : Œuvres non commentées par les contenus audio*

Les œuvres qui ne sont pas présentées dans les panneaux de section sont pour la plupart expliquées dans les textes présentant le contexte de la section. Par exemple, dans la première salle, les trois œuvres non commentées sont de l'artiste qui est abordé dans le panneau, et elles présentent des scènes inspirées par l'Antiquité ce qui est le thème de la section. Quatre œuvres, qui ne bénéficient pas d'un commentaire audio et qui ne sont pas mentionnées dans un panneau de section, ne

sont pas expliquées de manière approfondie. Ce chevauchement des œuvres commentées montre une complémentarité des outils : ce que le visiteur ne trouve pas dans les contenus audio est la plupart du temps présenté dans un panneau de section.

### *b. Chevauchement des contenus*

La majorité des commentaires audio (quinze commentaires, ou 75%) ont une quantité moyenne ou beaucoup de chevauchement avec les contenus des panneaux de section (voir Figure 22). Cela peut être direct ou indirect. Par exemple, pour l'œuvre *Fatima*, le panneau de section et les contenus audio mentionnent le sujet, la notion des muses et donnent des éléments biographiques, mais l'accent est mis sur des éléments différents dans les deux outils. Le commentaire audio 133 pour *Les jours passent* et *Les remparts de la maison de Dieu* propose plus de descriptions visuelles des œuvres que le panneau de section, mais ce dernier présente plus d'éléments de contexte que les contenus audio. Le commentaire qui présente beaucoup de chevauchement entre le panneau de section et le commentaire audio est le commentaire 115 pour *Le Quartet*. Les approches des deux outils de médiation pour cette œuvre sont semblables : une explication du mouvement stylistique, le traitement du sujet et la composition.



*Figure 22 : Chevauchement entre les panneaux de section et les commentaires audio*

Cinq œuvres (25%) présentent peu de chevauchement entre les panneaux de section et les contenus audio. Par exemple, le commentaire 130 pour *Enid et Geraint* et le panneau de section pour la cinquième salle mentionnent l'inspiration littéraire du tableau, mais cela est le seul point de chevauchement.

L'analyse du chevauchement entre les commentaires audio et les panneaux de section montre que les deux formes de médiation sont complémentaires ; chacune donne une perspective indépendante pour comprendre l'œuvre et son contexte, parfois avec des répétitions d'informations ou de concepts généraux.

Sept œuvres se situent dans une salle dotée d'un panneau sur leur artiste. Pour quatre de ces œuvres, le chevauchement entre ces panneaux et leurs commentaires audio est petit. Par exemple, le panneau sur Leighton et le commentaire 111 pour *Antigone* mentionnent la grande force émotionnelle et intellectuelle des œuvres de l'artiste, mais cela est le seul point en commun. Pour trois de ces œuvres, le chevauchement entre les panneaux d'artiste et les commentaires audio est moyen. Par exemple, le panneau sur Millais et le commentaire 129 pour *La couronne de l'amour* mentionnent des éléments biographiques et stylistiques de l'artiste, mais le panneau présente beaucoup plus de détails sur ces sujets. Ce chevauchement peut aider les visiteurs à faire des associations entre le contexte de l'artiste et les œuvres dans la salle. Les panneaux d'artiste proposent beaucoup plus de détails sur ces personnages.

Le seul cartel développé dans l'exposition présente un chevauchement moyen avec les contenus audio du commentaire 106 pour *Les roses d'Héliogabale*. Les deux formes de médiation abordent le sujet, la source et les influences, mais avec des détails et des accents différents. Comme les deux outils sont si semblables en structure et en type d'informations fournies, ils ne sont pas très complémentaires. Il n'est pas évident d'établir pourquoi cette œuvre est la seule à bénéficier d'un cartel développé.

### *c. Les différences entre les expériences*

Les expériences proposées par chaque forme de médiation sont donc examinées pour voir les différences entre le fait de lire uniquement les textes de l'exposition, ou d'écouter les commentaires audio. Si le visiteur n'écoute pas l'audioguide, il n'a pas accès à autant de descriptions visuelles. Comme les œuvres individuelles ne sont abordées dans les écrits sur les murs que sur quelques lignes dans les panneaux de section, le visiteur ne dispose pas d'une aide à l'observation dans les outils in situ. Par exemple, le panneau de section de la deuxième salle fournit des détails sur *Le Quartet*, mais le commentaire 115 propose une lecture plus approfondie de la

composition. Un autre exemple est le panneau de section de la sixième salle qui explique brièvement le symbolisme de l'œuvre *Les jours passent*. Dans une salle qui a tendance à être bondée et où le panneau ne se trouve pas à côté de l'œuvre, il est très utile d'avoir un outil audio pour aider à la lecture du tableau en même temps que le visiteur le regarde. Sans le commentaire audio, le visiteur est obligé de se souvenir de la signification du tableau après la lecture du panneau, soit avant même de le voir, ou de faire un aller-retour entre l'œuvre et l'écrit.

Le ton des commentaires audio a aussi tendance à être plus descriptif, parfois plus poétique, que les écrits sur les murs. Ce qui contribue, avec l'ajout de musique dans plusieurs commentaires, à créer une atmosphère évocatrice. Par exemple, dans le commentaire 136 pour *Andromède*, la musique dramatique se marie bien avec la narration de l'histoire représentée avec des phrases descriptives comme, « C'est l'instant de la résignation, où Andromède s'abandonne au désespoir. Persée, le héros qui la délivre, n'est pas encore arrivé. » Le visiteur peut utiliser son imagination pour rendre vivant ce tableau.

Si le visiteur ne lit pas les écrits sur les murs, de manière générale, il n'a pas une compréhension aussi solide du contexte historique, des mouvements stylistiques, ou des éléments biographiques. Par exemple, le commentaire 103 pour *Agrippine* présente quelques éléments sur l'artiste et ses inspirations, mais le panneau d'artiste explique sa carrière plus en détail et le panneau de section, son contexte historique.

Il existe aussi des détails et des explications des concepts qui sont mentionnés par les commentaires audio qui se trouvent seulement dans les écrits sur les murs. Par exemple, les préraphaélites sont mentionnés souvent dans les contenus audio, sans l'explication qui se trouve dans les textes, notamment dans le panneau de section de la troisième salle. Le Culte de la beauté, le thème de la dernière salle, n'est pas non plus expliqué dans les trois commentaires audio de la salle, et il est seulement mentionné dans la dernière phrase du dernier commentaire.

#### *d. Autonomie des contenus audio*

Les contenus audio sont autonomes en soi. Le visiteur peut, de manière générale, visiter l'exposition en les écoutants sans avoir besoin de lire les écrits sur les murs pour comprendre les commentaires. Par rapport aux œuvres, seulement dix pourcent des tableaux dans l'exposition ne sont pas expliqués, directement ou indirectement,

par les contenus audio (voir Figure 15 sur les œuvres commentées et non commentées). Le visiteur dispose donc d'une base pour observer la grande majorité des œuvres. Dans ce sens, les contenus audio fonctionnent indépendamment des écrits sur les murs.

Par contre, comme les contenus audio se concentrent plus sur les aspects visuels que sur le contexte des œuvres, il existe une complémentarité entre les commentaires et les écrits sur les murs. Parfois, les explications sur les concepts mentionnés dans les contenus audio ou sur le contexte plus général des œuvres se trouvent dans les écrits sur les murs. Les redites qui existent entre ces deux formes de médiation servent à souligner l'importance de ces informations au lieu d'être redondantes.

## *E. Synthèse de l'analyse*

Les analyses précédentes sont examinées pour déterminer comment les contenus audio résultants permettent d'atteindre les objectifs fixés pour cet outil dans l'exposition.

L'objectif d'avoir des contenus audio simples et accessibles, mais adaptés à un public d'amateurs, est atteint. Le visiteur est supposé avoir une connaissance générale de l'histoire de l'art, avec parfois une connaissance plus approfondie des sujets représentés, des mouvements artistiques ou des clés de lecture des œuvres, mais il était prévu d'employer les termes techniques sans les expliquer et de parler des concepts liés aux musées. De plus, des petites explications sur des personnages ou des mouvements artistiques sont souvent proposées. Par contre, le but d'avoir des phrases simples n'est pas toujours respecté, certains textes audio sont parfois plus adaptés à l'écrit avec des phrases longues. L'accessibilité des textes est garantie dans la production des contenus audio par le fait que le Musée préfère un auteur généraliste en histoire de l'art plutôt qu'un spécialiste.

La fidélité au message des commissaires de l'exposition est respectée, notamment par le fait que les contenus audio traitent les œuvres comme leur sujet ou comme l'illustration d'un propos plus large, parfois dans un même commentaire. Ce fait a une cohérence avec le discours de l'exposition elle-même, qui place les œuvres dans un contexte historique à travers les panneaux et les chronologies, mais

qui les met en valeur visuellement avec une muséographie-scénographie simple. Par contre, comme les commentaires sont tous présentés par un narrateur masculin anonyme, l'autorité des informations présentées n'est pas précisée. Cette fidélité est aussi garantie dans la production des contenus audio parce qu'on transmet à l'auteur les textes et les notices du catalogue, ainsi que les images des œuvres. Les commentaires audio sont également tous validés par le Musée avant leur production.

Les contenus audio visaient à donner les éléments principaux et les détails des œuvres commentées. Cette volonté d'aborder ces deux aspects des œuvres est respectée par le fait que la moitié des idées dans les commentaires abordent le sujet des œuvres et leur traitement, et l'autre moitié concerne le contexte des œuvres. Chaque commentaire traite les œuvres comme leur sujet au moins pour une partie, ce qui montre une volonté d'aborder les tableaux de manière directe. Soixante pourcent des commentaires traitent les œuvres aussi comme une illustration d'un propos plus large durant une partie de leur contenu, ce qui indique que cet outil vise aussi à aborder des thématiques liées aux œuvres mais qui vont au-delà du visuel.

Les contenus audio sont aussi créés pour aider à l'observation directe des œuvres. Tous les commentaires mentionnent des éléments visuels dans le tableau pour aider le visiteur à regarder l'œuvre devant lui, mais de manières différentes. La grande majorité (90%) des commentaires aborde les éléments visuels de façon importante, ce qui témoigne d'une volonté d'éduquer le regard du visiteur. Plusieurs commentaires présentent des preuves visuelles qui se trouvent dans les tableaux pour appuyer leurs déclarations. Les contenus audio aident aussi à l'observation de quatre-vingt-dix pourcent des œuvres non commentées.

Les commentaires ont été conçus pour être « *classiques mais vivants*<sup>80</sup> », ce qui a été traduit dans les contenus audio par un ton qui varie entre des descriptions visuelles et des narrations du sujet parlantes, et un ton académique. Les contenus sont mis en scène avec une musique évocatrice, un vocabulaire riche, un ton parfois narratif et des citations.

Il a été choisi de proposer des angles d'approche différents pour chaque commentaire afin de changer l'ordre des informations données. Cela a été constaté dans les contenus audio par la grande diversité des typologies de contenu, et par le fait que soixante-dix pourcent des commentaires sont composés de trois ou quatre

---

<sup>80</sup> Cf. ANNEXE II – I – Entretien avec Géraldine GAUVIN.

idées pour aborder les œuvres. Il a été souhaité que les commentaires débutent avec un détail ou un angle fort sur l'œuvre, mais cela n'était pas toujours le cas dans l'outil. La majorité des commentaires commencent leur discours avec le contexte de l'œuvre, ce qui peut laisser le visiteur devant un tableau pendant un moment sans une aide à l'observation évidente.

Les contenus audio sont conçus pour être bien adaptés à leur contexte d'utilisation, c'est-à-dire dans l'espace d'exposition. Dans les commentaires, le narrateur utilise parfois des formules comme « *notre parcours* » ou « *cette aquarelle* » pour situer le visiteur dans l'espace. Les œuvres commentées sont distribuées équitablement dans les salles, mais trois salles sur huit présentent une tension entre le parcours de l'outil et celui de la muséographie-scénographie.

Un effort a été fait pour créer un vrai parcours de visite avec un début et une conclusion, qui suit le parcours de l'exposition conçu par les commissaires. Cela est visible dans les phrases d'introduction et de conclusion qui se trouvent dans le premier et le dernier commentaire, ainsi que l'utilisation de la même musique dans ces derniers. Dans les contenus audio, le visiteur est souvent supposé avoir retenu les éléments précédents de l'exposition, ce qui suggère qu'un discours avec un ordre est créé. L'ordre des commentaires dans le parcours est donc important, comme souvent des informations sont données dans un premier commentaire et qu'elles sont pertinentes pour les suivants. Par contre, en utilisant l'audioguide, le visiteur dépend de la muséographie-scénographie pour décider de l'ordre des commentaires des œuvres à écouter, sauf s'il prend en compte les numéros associés à chaque œuvre, qui ne sont pas donc uniquement associés à l'outil. (L'application, avec sa liste des œuvres commentées avec leurs images, propose plus clairement un parcours de visite.)

Un objectif était de montrer un mouvement d'art très différent de ce à quoi le public français est habitué. Cela est réalisé en mentionnant des références connues par des visiteurs qui fréquentent souvent les musées parisiens, notamment par la comparaison dans le commentaire 139 entre *Crenaia* de Leighton et *La Source* d'Ingres, qui se trouve au Musée d'Orsay à Paris.

Les différents outils de médiation utilisés ont été créés dans le but d'avoir des approches uniques. Cela se voit dans le fait que seulement cinq pourcent des commentaires audio présente un grand chevauchement avec les panneaux de section, et soixante-dix pourcent un chevauchement moyen. Les deux formes de

médiation sont complémentaires ; chacune donne une perspective indépendante pour comprendre l'œuvre et son contexte, parfois avec des répétitions d'informations ou de concepts généraux. Les commentaires audio ont tendance à se concentrer plutôt sur les détails visuels, alors que les écrits se focalisent plus sur le contexte historique, les mouvements stylistiques et les éléments biographiques. Ces approches différentes des outils de médiation sont liées à la production des contenus audio, parce que les écrits sont rédigés après les commentaires et l'auteur des commentaires n'est pas impliqué dans le processus de la création des écrits.

## II. MUSEE DU LOUVRE : « LE PRINTEMPS DE LA RENAISSANCE »

### *A. Le contexte de l'outil : Présentation de l'exposition*

#### 1. Les déterminants

L'exposition « Le printemps de la Renaissance : La sculpture et les arts à Florence, 1400-1460 » s'est déroulée dans le Hall Napoléon au Musée du Louvre du 26 septembre 2013 au 6 janvier 2014. L'exposition a attiré 215 000 visiteurs, avec une fréquentation moyenne de 2 470 visiteurs par jour<sup>81</sup>.

Le Musée national du Louvre est un établissement public à caractère administratif, et il est un des plus grands musées du monde. Le Musée est situé dans le palais du Louvre à Paris, ancienne demeure des rois de France. La collection permanente comprend des éléments de « *l'art occidental du Moyen Âge à 1848, des civilisations antiques qui l'ont précédé et influencé (orientales, égyptienne, grecque, étrusque et romaine), et des arts d'Islam*<sup>82</sup> ».

Dans les missions décrites par Jean-Luc Martinez, Président-Directeur du Musée du Louvre, un enjeu majeur de l'institution est l'accessibilité pour un grand public, notamment à travers le bilinguisme sur les cartels de la collection permanente et le développement de l'éducation artistique<sup>83</sup>.

Cette institution est ouverte tous les jours sauf le mardi de 9h à 18h, avec des nocturnes les mercredis et vendredis jusqu'à 21h45 en période d'exposition. Le tarif pour la visite des collections permanentes est de 12€, 13€ pour les expositions temporaires du hall Napoléon (accès gratuit pour les visiteurs de moins de 18 ans), et un billet jumelé est proposé à 16€. Plusieurs exonérations existent pour les collections permanentes, dont la gratuité pour les moins de 18 ans, les visiteurs handicapés et leur accompagnateur, les demandeurs d'emploi et les bénéficiaires des minima sociaux, les enseignants en arts, par exemple.

---

<sup>81</sup> VITALI Marina, message mél à Marina GROSS-HOY, 9 juillet 2014.

<sup>82</sup> Site Web du Musée du Louvre : <http://www.louvre.fr/departements>

<sup>83</sup> Site Web du Musée du Louvre : <http://www.louvre.fr/missions-et-projets>

## 2. Le contenu

### a. Du thème au message

L'objectif de cette exposition est de montrer le rôle fondamental de la sculpture dans la Renaissance à Florence à travers des sections thématiques. Selon le projet scientifique, « *parmi les arts, la sculpture est la première à concevoir et à se faire l'interprète du nouveau style, qui n'est pas seulement un idéal formel et esthétique, mais également une nouvelle conception de l'homme dans son rapport à l'Univers et à l'Histoire*<sup>84</sup> ».

La période de présentation des œuvres, 1400-1460, est relativement courte, pour se concentrer sur la naissance de ce style à Florence, une ville qui a fait émerger plusieurs grands artistes. L'exposition questionne la manière de regarder la sculpture et de comprendre des thèmes trouvés « *de manière récurrente dans cette sculpture qui peut aussi s'appliquer à la Renaissance italienne en général*<sup>85</sup> ».

Les dix sections thématiques de l'exposition sont les suivantes (voir Figure 23) :

- 1. L'héritage des pères** : L'exposition commence en traitant le fait que les artistes toscans ont été déjà inspirés par l'art de l'Antiquité classique dès les 13<sup>e</sup> et 14<sup>e</sup> siècles.
- 2. Florence 1401, l'aube de la Renaissance** : Au début du 15<sup>e</sup> siècle, un nouveau style apparaît, notamment vu dans les reliefs du Sacrifice d'Isaac de Brunelleschi et Ghiberti, et une maquette de la Coupole de Brunelleschi.
- 3. La romanitas civique et chrétienne** : La République de Florence prospère et les humanistes rêvent d'une romanité civique et chrétienne, les chefs-d'œuvre monumentaux célèbrent la cité, comme les statues des saints destinées à l'église Orsanmichele.
- 4. Les spiritelli entre sacré et profane** : Cette section présente les spiritelli de ces deux époques, comme exemple d'un thème majeur de l'Antiquité classique assimilé par les artistes florentins.
- 5. La Renaissance des condottieri** : Les sculpteurs de la Renaissance ont également été inspirés par les grands monuments équestres de l'Antiquité.

---

<sup>84</sup> Projet scientifique du 24 octobre 2011, Musée du Louvre.

<sup>85</sup> Cf. ANNEXE II – C – Entretien avec Marina-Pia VITALI.

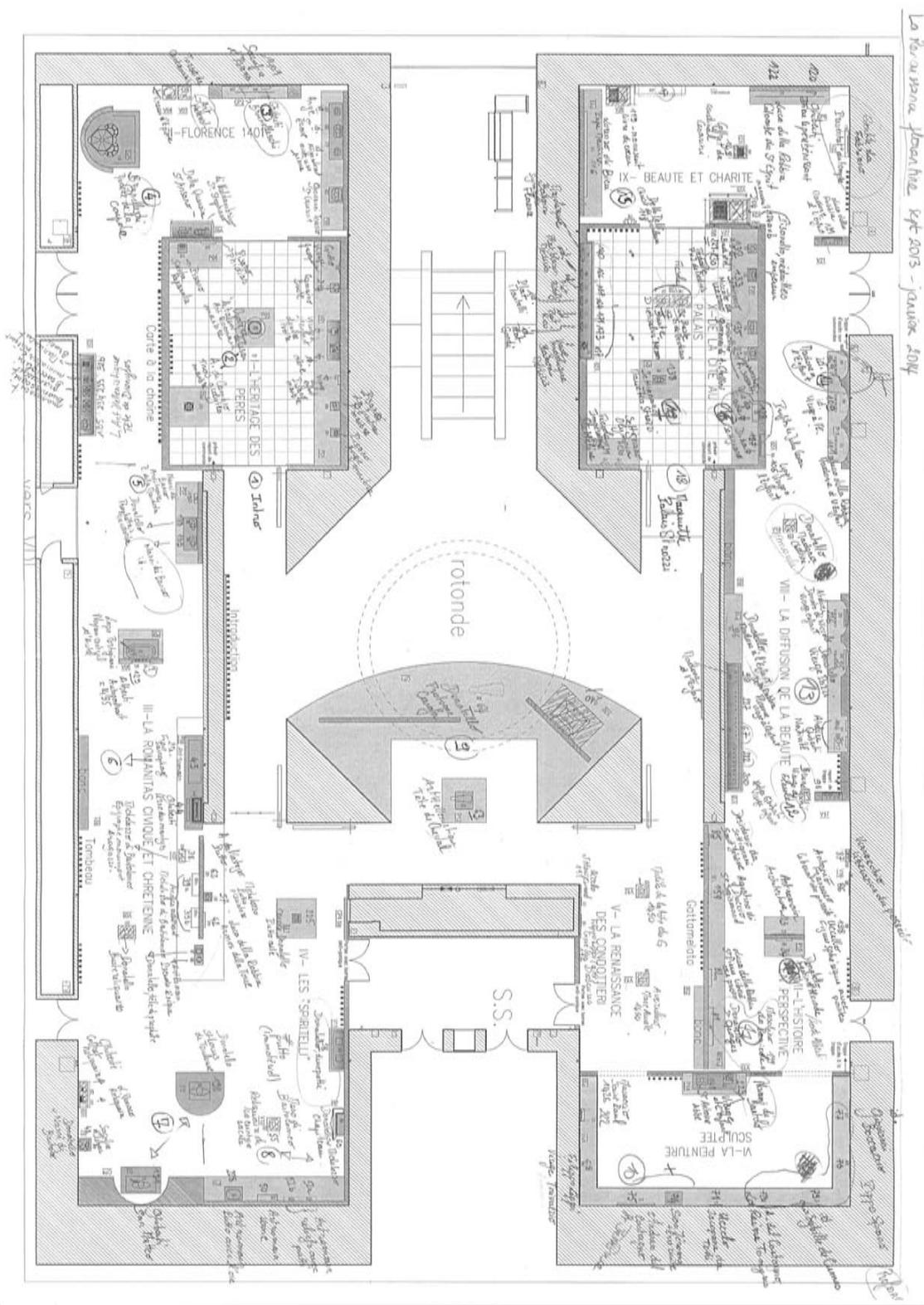


Figure 23 : Plan de l'exposition au Musée du Louvre

**6. La « peinture sculptée » :** Cette section vise à montrer l'influence des statues sur la peinture de la Renaissance, notamment sur la représentation des figures.

**7. L'histoire en perspective :** La perspective linéaire, inventée dans cette période est examinée dans le contexte des statues et des peintures.

**8. La diffusion de la beauté :** Les images de la Vierge à l'Enfant ont été créées pour la dévotion privée avec des nouvelles techniques.

**9. Beauté et charité, les hôpitaux, les orphelinats, les confréries :** Les lieux de charité commandent des œuvres prestigieuses, comme les décors de façade par Dello Delli.

**10. De la cité au palais, les nouveaux mécènes :** Au milieu du 15<sup>e</sup> siècle, la structure politique change, et le mécénat privé devient plus important. L'exposition se termine avec une maquette du Palazzo Strozzi, un palais privé, pour contraster avec la maquette de la Coupole de la deuxième section.

#### *b. Le type d'approche et de scénario*

L'approche utilisée est une approche plurielle: une approche scientifique enrichie d'une approche esthétique<sup>86</sup>. La première est caractérisée par le fait que les commissaires de l'exposition ont cherché à rendre compte des inspirations et des contextes des artistes. La seconde approche a pour objectif d'aider les visiteurs à apprécier les évolutions visuelles de l'époque et la beauté des œuvres. Le déroulement est thématique, avec quelques repères chronologiques surtout au début et à la fin de l'exposition.

#### *c. La nature des objets*

Environ cent quarante œuvres étaient présentées, dont certaines de Donatello, Brunelleschi, Ghiberti, Nanni di Banco, Luca della Robbia, Nanni di Bartolo, Desiderio da Settignano et Mino da Fiesole. L'exposition rassemblait des sculptures, peintures, dessins, manuscrits, pièces d'orfèvrerie et majoliques. Leur datation, de manière générale, s'étend de 1400 à 1460, la période choisie par Marc Bormand et Beatrice Paolozzi Strozzi, les commissaires de l'exposition, ainsi que quelques œuvres antiques et la dernière œuvre de l'exposition qui date de 1489.

---

<sup>86</sup> MERLEAU-PONTY C., & EZRATI J. J., *L'exposition théorique et pratique*. Paris: L'Harmattan, p. 49-50.

#### d. La muséographie-scénographie

La mise en scène encourage l'observation des œuvres par la simplicité des formes dans les salles (voir Figure 24). Plusieurs œuvres sont encadrées par des éléments scénographiques, tels que des murs évoquant des niches (voir Figure 25). Les écrits sur les murs sont omniprésents mais discrets, le point central de chaque pièce est donc l'œuvre elle-même.



Figures 24 et 25 : Photographies de la première et la deuxième<sup>87</sup> salle

L'exposition est assez large, permettant un bon déploiement des œuvres. Les salles ne sont pas trop remplies ce qui laisse au visiteur l'espace visuel pour apprécier les œuvres.

Luigi Cupellini, architecte, a conçu la muséographie-scénographie en deux tons de gris afin d'évoquer la *pietra serena*, une pierre typique des édifices florentins de la Renaissance<sup>88</sup>. Avec ces deux couleurs très simples et du beige, les œuvres sont mises en valeur.

En entrant dans chaque salle, un élément attire l'œil du visiteur et l'encourage à la parcourir. Par exemple, dans la première salle, le *Cratère* romain attire le visiteur par sa grande taille et son emplacement au milieu de la salle sur une plateforme. La huitième salle capte le visiteur par une série d'œuvres riches en couleurs avec des formes répétitives de la Vierge à l'enfant, qui invitent le visiteur à s'approcher pour apprécier leurs détails.

L'éclairage ne varie pas pour la plupart, sauf dans le début de la troisième salle, la huitième salle et la neuvième salle qui offrent une lumière plus faible. L'éclairage

<sup>87</sup> Copyright 2013 Musée du Louvre/Antoine Mongodin.

<sup>88</sup> Site Web du Palazzo Strozzi :

<http://www.palazzostrozzi.org/SezionePrimaverarinascimento.jsp?idSezione=2271>

encourage l'observation des œuvres de différentes manières par une lumière diffuse venant du plafond accompagnée de spots dans une salle bien éclairée.

L'exposition propose plusieurs outils de médiation graphiques sur les murs. Au début de la troisième section se trouve une carte de Florence dans les années 1470 de très grande dimension, où des monuments sont indiqués en rouge (voir Figure 26). Une image d'un monument équestre se trouve dans la cinquième salle (voir Figure 27).



*Figures 26 et 27 : La carte<sup>89</sup> et la cinquième salle*

Les outils de médiation graphique peuvent aussi servir à préciser le contexte original de présentation des œuvres, comme les deux images qui montrent les emplacements originaux des reliefs en bronze doré de la neuvième section (voir Figures 28 et 29). Une reconstitution du tombeau de Bartolomeo di Francesco Aragazzi da Montepulciano est présentée dans la même section (voir Figure 30).



*Figures 28, 29 et 30 : La neuvième salle et la reconstitution*

<sup>89</sup> Copyright 2013 Musée du Louvre/Antoine Mongodin.

## e. Les écrits

Les écrits sur les murs prennent plusieurs formes : celle d'introduction pour l'exposition et pour chaque section (onze), de cartel développé (environ quarante), de cartel simple (pour chaque œuvre sans cartel développé), de cartel supplémentaire sur une ou plusieurs œuvres (cinq) et de panneau thématique (deux).

Le panneau d'introduction pour l'exposition et les panneaux de section comprennent un titre avec le thème de la salle sur un fond argenté et entre un à trois paragraphes explicatifs (voir Figure 31). Ces panneaux sont proposés en français, anglais et italien.

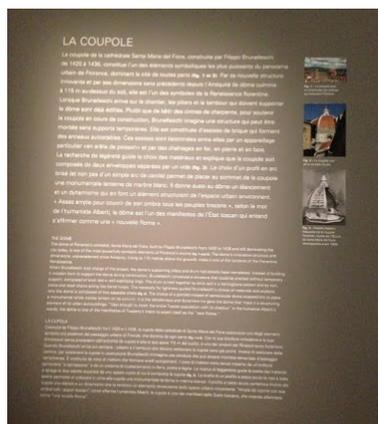
Les cartels, simples et développés, sont proposés seulement en français et ils contiennent les informations permettant d'identifier l'œuvre (l'artiste, ses dates et lieux de vie, le titre, la date et matériaux de l'œuvre), ainsi que la provenance et un numéro d'inventaire. Les cartels développés (voir Figure 32) proposent entre une phrase et un paragraphe de texte sur l'œuvre. Seulement un cartel développé comprend aussi une photo de référence (pour *Trois Acolytes* dans la première salle).



Figures 31 et 32 : Panneau de section dans la première salle et cartel développé

Les cinq cartels supplémentaires sur une ou plusieurs œuvres ressemblent aux textes des cartels développés. Ils proposent des contenus sur les manuscrits de la troisième section, sur la statue monumentale *Saint Louis de Toulouse* et la reconstitution du tombeau de Bartolomeo di Francesco Aragazzi da Montepulciano, un cycle de fresques dans la sixième section, et sur les faïences de la dernière section. Ils sont présentés uniquement en français.

Les deux panneaux thématiques (voir Figures 33 et 34) donnent une vision globale de deux monuments florentins : la Coupole de la Cathédrale de Florence (dans la deuxième section) et les sculptures d’Orsanmichele (dans la troisième section). Avec quelques paragraphes et des photos de référence, ils sont proposés en français, anglais et italien.



Figures 33 et 34 : Panneau thématique sur la Coupole dans la deuxième section

A la sortie de l’exposition, un texte sur le mur informe le visiteur qu’il peut compléter la visite de l’exposition en allant voir les autres sculptures et peintures florentines de cette période présentées dans les salles du Musée.

La taille de police utilisée pour les textes exige que le visiteur s’approche pour pouvoir les lire (voir Figure 35). Cela pose problème lors des moments de grande affluence, ou lorsque les textes sont présentés au niveau du sol pour les visiteurs ayant une vision plus faible (voir Figure 36).



Figures 35 et 36 : Des visiteurs lisent des écrits dans la deuxième et la huitième salle

#### *f. Les aides à la visite, en dehors des contenus audio*

Des aides à la visite visant à être utilisées pendant la visite de l'exposition, et toujours disponibles, ne sont pas proposées. La définition de ce mémoire de recherche exclut le catalogue<sup>90</sup> et les éditions « hors-série » qui sont des suites à l'exposition vendues dans la boutique à la sortie du musée, ainsi que le travail des conférenciers qui ne sont pas présents en permanence. Il n'existe donc pas d'aide à la visite en dehors des contenus audio.

### ***B. Les objectifs fixés pour les contenus audio et leur production<sup>91</sup>***

#### **1. Les objectifs**

Un premier objectif fixé pour les contenus audio des expositions temporaires au Musée du Louvre, selon Marina-Pia Vitali, sous-directrice de la médiation dans les salles au Musée du Louvre, est « *d'offrir à n'importe quel visiteur [...] une parole vivante du Musée<sup>92</sup>* ». Même si c'est un discours accessible, il doit appuyer le travail scientifique des expositions temporaires qui sont des véhicules pour transmettre le discours réfléchi du conservateur.

Les commentaires audio doivent aider les visiteurs à regarder les œuvres, selon Marc Bormand, conservateur en chef au département des Sculptures du Musée du Louvre et commissaire de cette exposition, en ayant « *à la fois des informations de type historique et stylistique<sup>93</sup>* ». Les commentaires proposent donc des aides à l'observation pour éduquer le regard, et des informations permettant la compréhension du contexte historique et thématique. Ils présentent les œuvres par les concepts ou par l'importance de l'œuvre.

La majorité des visiteurs (70%) des expositions au Musée du Louvre fréquentent souvent les musées et les expositions, et sont plutôt « *cultivés avec une bonne connaissance de l'histoire, de l'histoire de l'art, de l'esthétique, de la littérature<sup>94</sup>* ».

---

<sup>90</sup> Un exemplaire du catalogue se trouve à la sortie de l'exposition.

<sup>91</sup> Les informations de cette section viennent des entretiens avec M. Bormand, Mme Vitali et Mme Gobet.

<sup>92</sup> Cf. ANNEXE II – C/D – Entretien avec Marina-Pia VITALI.

<sup>93</sup> Cf. ANNEXE II – E – Entretien avec Marc BORMAND.

<sup>94</sup> Cf. ANNEXE II – C/D – Entretien avec Marina-Pia VITALI.

Les commentaires doivent, selon Madame Aude Gobet, chargée de programmation au Service éducation au Musée du Louvre, « *essayer d'enrichir la connaissance du sujet pour les amateurs*<sup>95</sup> ». Par contre, comme « *on peut être très cultivé et ne pas tout connaître*<sup>96</sup> », les mots employés et les personnages cités sont situés et expliqués sans exiger trop de connaissances pré-requises. La cible de public pour les contenus audio est donc cette population d'amateurs, mais aussi les trente pourcent de visiteurs qui fréquentent moins souvent les expositions. On vise donc à produire un outil équilibré, mais qui a tendance à s'adresser aux amateurs éclairés, à l'inverse de ce qui est fait pour les contenus audio des collections permanentes.

Les commentaires audio sont conçus pour être une aide à la visite autonome dans l'espace d'exposition. Même si l'application permet au visiteur d'écouter les contenus sans forcément venir à l'exposition, les commentaires audio sont rédigés comme si le visiteur était dans l'espace, regardant les œuvres.

Le choix des œuvres commentées vise aussi à permettre une bonne circulation dans l'espace, pour des raisons de sécurité mais aussi pour offrir une expérience de visite plus rythmée. On vise à bien déployer les commentaires dans l'espace, et la durée totale des contenus audio ne doit pas dépasser quarante-cinq minutes, un temps qui correspond à la moitié de la durée d'une visite, selon la Direction de l'accueil du public et de la surveillance<sup>97</sup>.

Les différents outils de médiation utilisés ont des approches uniques, mais pas déconnectées. Une complémentarité des outils dans la salle est visée. Certaines personnes vont lire les écrits et écouter les commentaires, d'autres vont seulement écouter ; l'outil ne doit donc être pas être trop redondant avec les écrits tout en étant « *autosuffisant*<sup>98</sup> ».

## 2. La production

La production des contenus audio commence six à huit mois avant l'ouverture de l'exposition avec la sélection des œuvres qui bénéficieront des commentaires audio, réalisée par M. Bormand, Mme Vitali et Mme Gobet, en regardant leur disposition

---

<sup>95</sup> Cf. ANNEXE II – F – Entretien avec Aude GOBET.

<sup>96</sup> Cf. ANNEXE II – C/D – Entretien avec Marina-Pia VITALI.

<sup>97</sup> Ibid.

<sup>98</sup> Cf. ANNEXE II – E – Entretien avec Marc BORMAND.

spatiale pour trouver un équilibre dans l'exposition. Les œuvres indispensables et emblématiques sont choisies en premier, et puis les autres aspects de l'exposition sont complétés, surtout en fonction des thèmes des sections. Ce processus commence tôt pour des raisons de droit à l'image des photographies comprises dans les dispositifs, et un prix trop élevé peut avoir une influence sur les choix des œuvres.

Après cette sélection d'œuvres, l'équipe du Louvre transmet tous les contenus produits sur l'exposition à son prestataire, Antenna Audio, et notamment le plan formel, le plan architectural, les notices d'œuvres du catalogue, par exemple. Antenna communique ces informations à un journaliste qui prend connaissance de ces éléments.

Les commentaires prennent toujours la forme d'entretiens, pour « *aider à la visite et avoir une autre posture par rapport à l'œuvre*<sup>99</sup> ». L'enregistrement se passe quatre à six mois avant l'ouverture de l'exposition. Pendant ce processus, le journaliste pose des questions au commissaire de l'exposition, qui a identifié des pistes pour chaque œuvre. M. Bormand a rédigé son discours avant l'entretien. Des membres de l'équipe de la sous-direction sont aussi présents pour donner des conseils pendant cet exercice. Leur rôle est notamment de rappeler au commissaire de s'adresser aux visiteurs qui ne connaissent pas forcément le sujet, d'expliquer les mots compliqués, de ne pas mentionner trop de noms de personnages et de les situer dans le temps, d'utiliser des phrases courtes, d'être naturel, par exemple. L'équipe de médiation conseille aussi au commissaire d'aborder une seule idée par œuvre pour simplifier les commentaires, ce qui n'empêche pas que d'autres idées peuvent y être ajoutées.

Le producteur effectue ensuite le travail de découpage et de remontage, et la rédaction des textes interstitiels du narrateur entre les commentaires du commissaire. La musique est choisie par Antenna et validée par l'équipe du Louvre ; elle « *permet d'ajouter du rythme*<sup>100</sup> ». L'équipe de la sous-direction et le commissaire valident ce script. L'équipe du Louvre peut demander quelques modifications pour assurer la conformité des textes.

Tout doit être prêt entre un mois et demi et deux mois avant l'ouverture de l'exposition pour la préparation de l'application mobile.

---

<sup>99</sup> Cf. ANNEXE II – C/D – Entretien avec Marina-Pia VITALI.

<sup>100</sup> Ibid.

Les panneaux de section et les cartels développés ont été rédigés par le commissaire de l'exposition après l'enregistrement des contenus audio. Par contre, comme cette exposition a déjà été présentée à Florence avant de venir à Paris, l'équipe disposait déjà des panneaux florentins, même si les panneaux parisiens ont été différents. La différence entre les deux types de textes sur les murs est la suivante : les panneaux de section expliquent comment les œuvres ont été rassemblées, et les cartels développés contiennent des éléments sur la création, l'acquisition, la vie de l'artiste, mais pas d'éléments sur son usage, ni son iconographie. Les écrits sont rédigés pour un public d'amateurs.

## C. Le dispositif résultant

### 1. Présentation de l'outil

La médiation audio est réalisée à partir des contenus audio sur le guide multimédia Nintendo 3DS XL et l'application iPhone/iPad et Android. Ils permettent l'accès à dix-huit commentaires d'œuvres, mais plusieurs d'entre eux sont composés de deux parties, pour un total de trente commentaires. Ils durent en moyenne 1:32 minutes, pour un total de quarante-six minutes (pour la version française<sup>101</sup>). Ils prennent la forme d'un échange entre Marc Bormand et une narratrice anonyme.

Le taux de prise de l'audioguide était de cinq pourcent sur le public adulte individuel (9 500 ventes). Pour l'application mobile, près de mille téléchargements ont été effectués<sup>102</sup>.

Les productions commentées sont indiquées par une représentation d'un casque au-dessus du numéro du commentaire sur les cartels, facilement repérables (voir Figure 37).



Figure 37 : Pictogramme pour un commentaire audio

<sup>101</sup> Les versions en anglais et italien sont aussi proposées.

<sup>102</sup> VITALI Marina, message mél à Marina GROSS-HOY, 9 juillet 2014.

Des panneaux sous la Pyramide près des billetteries affichent la possibilité de télécharger l'application pour l'exposition (voir Figure 38), et des panneaux avec un pictogramme d'un audioguide présentent la possibilité d'en louer un aux comptoirs désignés (voir Figure 39). Les panneaux sont très grands et les comptoirs des audioguides sont placés juste devant l'entrée de l'exposition. Les contenus audio sont donc mis en avant par l'institution comme une aide à la visite pour les visiteurs.

Le guide multimédia coûte cinq euros, ou trois euros pour les visiteurs de moins de 18 ans, les personnes handicapées, les demandeurs d'emploi et bénéficiaires des minima sociaux, entre autre. Il est proposé aux caisses et distributeurs automatiques : sous la Pyramide devant l'entrée de l'accueil des groupes, et en mezzanine aux trois entrées principales du musée, ainsi qu'au comptoir juste avant l'entrée de l'exposition. Le personnel de distribution explique clairement son fonctionnement.



*Figures 38 et 39 : Panneau présentant l'application mobile et panneau présentant le comptoir pour louer un audioguide devant l'entrée de l'exposition*

L'application iPhone/iPad et Android est proposée à 1,79€. Les panneaux sous la Pyramide présentent l'application « *pour enrichir* » la visite. Le Musée précise sur son site Web que « *Le téléchargement de cette application est possible sur place au musée du Louvre, sous la pyramide en vous connectant au réseau Wi-Fi Musée du Louvre*<sup>103</sup> ». En réalité, le réseau est très faible, et même le personnel à l'accueil conseille aux visiteurs d'utiliser le Wi-Fi de l'Apple Store dans le Carrousel du Louvre

<sup>103</sup> Site Web du Musée du Louvre : <http://www.louvre.fr/application-collection-permanente>

pour la télécharger. L'application comprend les commentaires de l'audioguide. Les textes sont assez grands et les images sont d'une belle qualité.

#### *a. Comparaison des deux dispositifs*

Même si les deux outils proposent les mêmes contenus audio, il existe plusieurs différences entre leur fonctionnement. L'utilisation de l'audioguide est très simple, le visiteur entre les deux chiffres associés à chaque œuvre pour obtenir le contenu (voir Figure 40). Les contenus comprennent un ou deux commentaires audio, ainsi que des images et la possibilité de voir une ou plusieurs images en haute définition et en détail, grâce au zoom (voir Figure 41).



*Figures 40 et 41 : Guide multimédia*

L'application est aussi facile à manipuler, et le visiteur a plusieurs options (voir Figure 42):

1. L'utiliser comme l'audioguide en appuyant sur le numéro associé avec l'œuvre ;
2. Sélectionner une œuvre dans une liste comprenant une image et le titre ;
3. Sélectionner une œuvre parmi des images d'œuvres ;
4. Sélectionner une œuvre dans liste horizontale des images d'œuvres ;
5. Sélectionner une œuvre sur le plan de l'exposition.

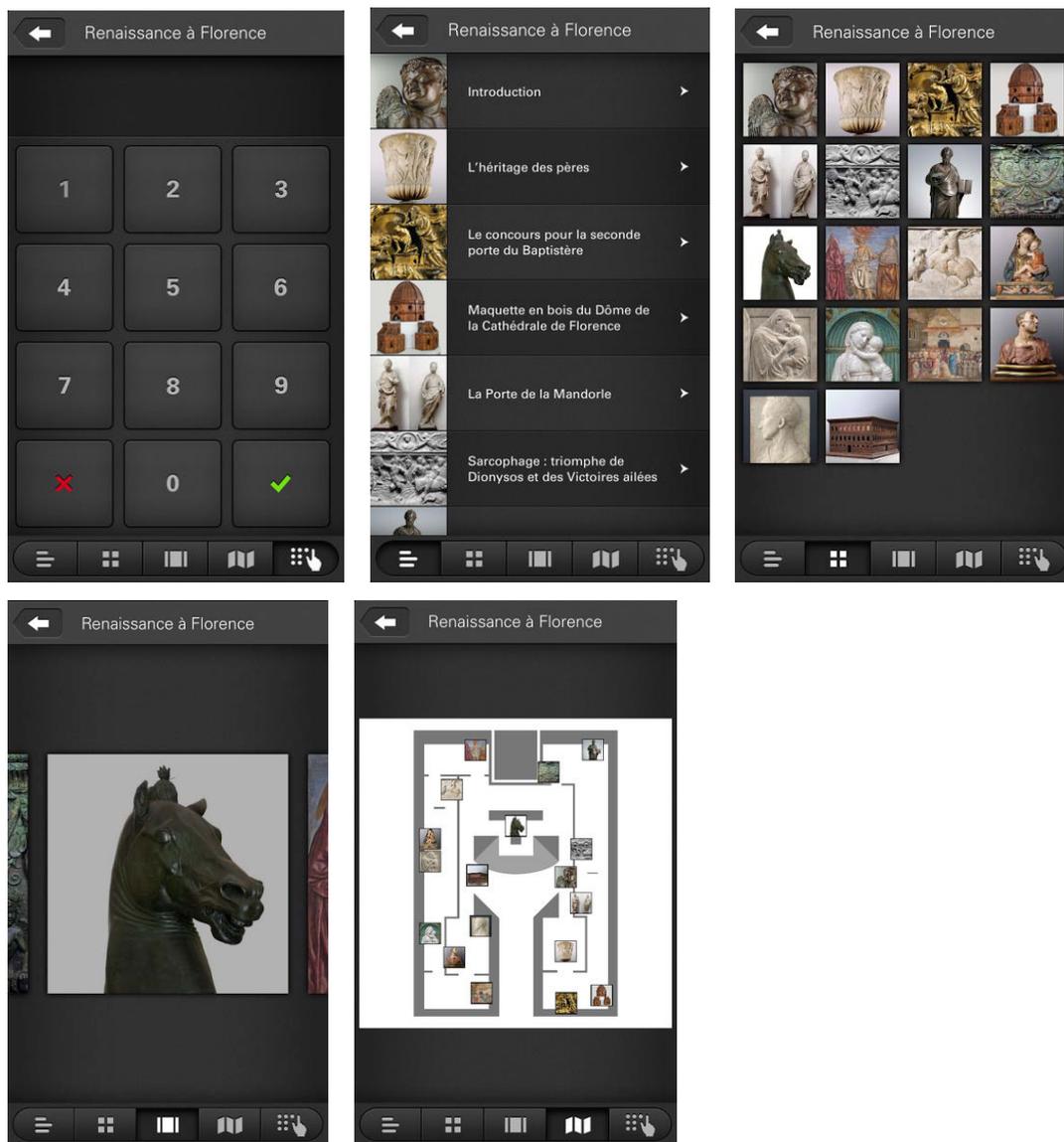


Figure 42 : Captures d'écran de l'application mobile

Une différence importante entre le fonctionnement de l'audioguide et l'application est l'ordre dans lequel les œuvres sont commentées. En utilisant l'audioguide, le visiteur dépend de la muséographie-scénographie pour décider dans quel ordre écouter les commentaires, sauf s'il prend en compte les numéros associés à chaque œuvre. L'application, avec sa liste des œuvres commentées accompagnées de leurs images, propose plus clairement un parcours de visite.

La deuxième grande différence est l'utilisation des images dans les dispositifs. Elle vient concurrencer l'observation directe des œuvres car pendant les commentaires elle laisse le visiteur regarder uniquement le tableau en face de lui. Par contre, même si ces outils proposent uniquement des images des œuvres présentes dans

les salles, le visiteur peut regarder les images sur son dispositif plutôt que les œuvres devant lui. Cela est encore plus présent avec le guide multimédia qui propose au visiteur l'option de pouvoir zoomer sur les œuvres ou de découvrir plusieurs vues de la même œuvre. Il n'est pas toujours clairement indiqué quand le visiteur doit consulter ces images.

## 2. La structure interne du contenu des commentaires

Les trente commentaires audio ont été étudiés avec l'aide de la grille d'analyse adaptée de celle élaborée par Colette Dufresne-Tassé. Les résultats portent sur la structure du contenu audio, les techniques des approches aux œuvres et le rôle du visiteur en utilisant cet outil de médiation.

### a. « Idées »

Les commentaires sont constitués de plusieurs « idées », ou approches pour traiter l'œuvre. Les idées identifiées ont été regroupées dans cinq catégories : les éléments visuels (la présentation de l'œuvre, le sujet représenté et son traitement, les comparaisons entre deux œuvres), le contexte culturel de la création de l'œuvre, les mouvements, inspirations et influences artistiques, les éléments sur l'exposition elle-même (les choix des conservateurs, les découvertes des restaurations), et les techniques artistiques (voir Figure 43).

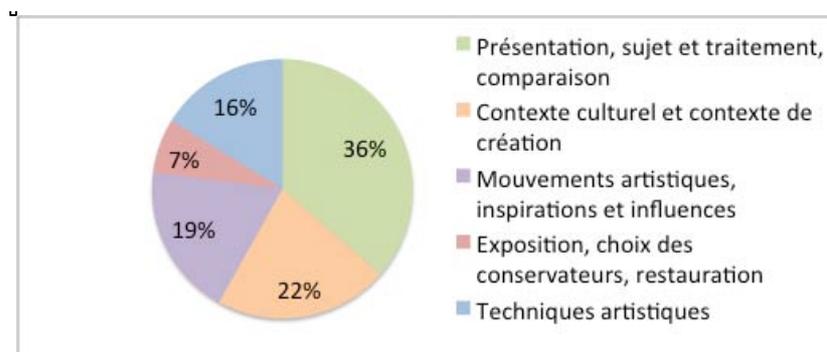


Figure 43 : Fréquence des catégories d'idées pour tous les commentaires

Un tiers des idées repérées concerne le sujet du tableau et/ou son traitement, à travers des descriptions visuelles, ce qui montre la priorité accordée dans cet outil à aborder ce que le visiteur peut voir dans l'œuvre devant lui. Les autres idées sont

plus abstraites, comme le contexte de la création d'une œuvre ou les inspirations d'un artiste inscrit dans un mouvement artistique. Sept pourcent des idées concernent les choix de l'acte d'exposition. Par exemple, dans l'avant-dernier commentaire, 18a sur *Modèle en bois du Palais Strozzi*, Marc Bormand explique pourquoi cette œuvre est incluse dans l'exposition, en précisant : « *C'est pour cela que, même si elle sort un tout petit peu du cadre chronologique de l'exposition—elle date des années 1480—il nous a paru important de la placer comme dernière œuvre du parcours...* ». Le discours va donc au-delà du propos de l'exposition pour expliquer l'acte de l'exposition en lui-même.

Chaque commentaire dans ce dispositif comprend entre une et cinq idées<sup>104</sup> (voir Figure 44). La majorité des commentaires (54%) est composée d'une ou deux idées. Cette quantité est raisonnable étant donné que les commentaires ne durent que 1:32 minutes en moyenne. Par exemple, dans le commentaire 11 sur *Saint Georges libérant la princesse*, seulement deux idées sont abordées en 2:22 minutes, ce qui laisse le temps au visiteur de pouvoir réfléchir sur les concepts présentés. Trois commentaires sur les quatre qui présentent quatre ou cinq idées sont les commentaires qui ne sont pas divisés en deux parties et qui durent plus que deux minutes. Le quatrième de ces commentaires est le commentaire 3a qui présente le premier des deux *Sacrifice d'Isaac*, un moment clé de l'exposition.

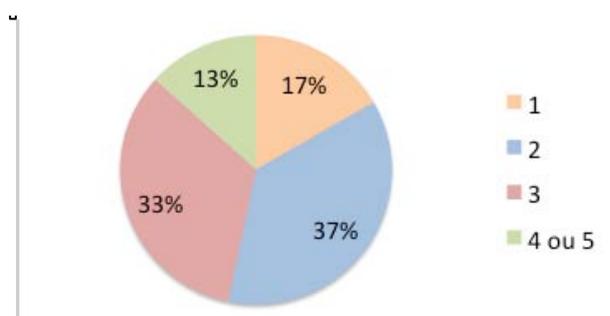


Figure 44 : Nombre d'idées par commentaire (1, 2, 3 ou 4/5 idées par commentaire)

<sup>104</sup> Les commentaires composés de deux parties sont comptés comme étant deux commentaires, pour un total de trente commentaires.

## b. Techniques

Les techniques utilisées pour présenter les œuvres aux visiteurs, dans la rédaction et la présentation des commentaires, sont multiples. Dans un premier temps, tous les commentaires sont présentés par une narratrice anonyme et Marc Bormand. L'autorité des informations présentées est donc précisée comme telle, et la deuxième phrase du premier commentaire indique quelles sont les institutions responsables de l'organisation de l'exposition. La manière dont ces autorités ont effectué certains choix dans l'exposition est aussi abordée, pour montrer au visiteur quels sont les enjeux lorsqu'on crée un discours. Par exemple, dans le commentaire 2a pour *Cratère avec scène dionysiaque*, M. Bormand explique le choix d'inclure cet objet en constatant : « *On a également souhaité faire comprendre que cette Renaissance est précédée au 13<sup>e</sup> et au 14<sup>e</sup> siècles par un travail des artistes... qui s'inspirent déjà des œuvres de l'Antiquité classique* ». Le visiteur est invité à partager les réflexions des professionnels des musées.

Le parcours des commentaires a une introduction et une conclusion. Le commentaire 1 n'aborde aucune œuvre mais il met l'exposition en scène à travers le contexte et les objectifs. Le dernier commentaire, 18b, finit avec une petite conclusion : « *Vous voici parvenu à la fin de ce parcours. Il vous a été proposé par le musée du Louvre et Antenna International* ». L'avant-dernier commentaire, 18a, récapitule le développement de l'exposition, en faisant appel à une œuvre déjà vue : « *Il nous a paru important de placer [cette œuvre] comme dernière œuvre du parcours, dans la mesure où elle répond à la première maquette que l'on a vue* ». La visite est donc encadrée par un début et une fin, avec un ordre de commentaires suggéré.

Les techniques comprennent aussi les types de contenu suivants :

- Descriptions visuelles et éléments stylistiques ;
- Comparaisons entre objets ;
- Sujet et signification de l'iconographie ;
- Emplacements originaux des objets ;
- Contexte culturel, politique et historique ;
- Mouvements, inspirations et influences artistiques et littéraires ;
- Techniques et processus des artistes ;

- Contexte de la création de l'œuvre et sa réception ;
- Intentions des artistes ;
- Découverte des restaurations des œuvres ;
- Choix des conservateurs pour l'exposition.

Ces différentes approches permettent une compréhension variée des œuvres, le visiteur est informé de leurs différents aspects. La grande variété des approches ne comprend pas simplement des descriptions visuelles, mais va au-delà du visuel en incluant le contexte culturel, les influences artistiques et visuelles et même les choix des conservateurs pour l'exposition des œuvres. Ce parti pris montre au visiteur qu'il existe plusieurs manières de comprendre une œuvre.

Des phrases sommaires sur la signification des œuvres sont souvent employées. Par exemple, le commentaire 5a pour *Les deux jeunes prophètes* indique : « *[Ces deux statues] montrent à quel point le début du 15<sup>e</sup> siècle est une période de transition : en effet si des innovations stylistiques voient le jour, les lignes sinueuses et raffinées caractéristiques du gothique international perdurent* ». Le commissaire explique d'abord le principe général de son raisonnement, avant de l'expliquer plus en détail. Le visiteur est donc préparé à suivre cette démonstration. De plus, les commentaires prennent parfois la forme de questions. Par exemple, le commentaire 12b, sur le succès de la terre cuite, demande « *Comment expliquer son renouveau à la Renaissance ?* », la réponse étant donnée dans la suite du commentaire.

Le niveau de langage dans lequel ces informations sont communiquées varie entre les deux voix. Le niveau de langage de la narratrice est pour la plupart assez soutenu, mais toujours clair. Celui de M. Bormand est souvent plus familier et descriptif, avec un vocabulaire riche et parlant. Par exemple, le commentaire 7b pour *Saint Louis de Toulouse* décrit la statue monumentale de manière accessible : « *La construction de l'œuvre en plusieurs parties permet à Donatello de donner une apparence différente au corps. Le corps, par cette technique, disparaît. Il n'est plus représenté, mais seulement évoqué par l'ensemble de l'habit qui construit la figure dans l'espace* ». Sa description de la Vierge Pazzi dans le commentaire 13 est presque poétique : « *Leurs têtes apparaissent presque complètement de profil, et le visage de la Vierge se superpose en partie à celui de l'Enfant Jésus, comme pour souligner le caractère indissociable des deux figures. Leurs regards étroitement croisés excluent l'observateur* ». Par contre, M. Bormand parle parfois sur un ton

plus académique, avec des phrases qui sont plus adaptées à l'écrit. Souvent dans ce cas, ses textes sont presque la copie mot pour mot des cartels développés, le commentaire 8a pour *Chapiteau* en est un exemple.

La musique est présente dans environ un tiers des commentaires. Elle ajoute une atmosphère en lien avec le tableau. Par exemple, dans le commentaire 4a pour *Maquette en bois du Dôme de la Cathédrale de Florence*, une musique angélique complète la description de la Cathédrale, et dans le commentaire 8a pour *Chapiteau*, la musique mystérieuse accompagne très bien la description des *spiritelli*. En outre, la musique constitue souvent des transitions entre les idées, en créant une sorte de paragraphe auditif. Par exemple, dans le commentaire 11 pour *Saint Georges libérant la princesse*, la musique est employée trois fois : au début du commentaire elle crée une atmosphère, au milieu elle offre au visiteur une petite pause après une explication d'un concept complexe, et enfin la musique continue après la fin du texte pour encourager l'observation de l'œuvre. La musique rythme aussi la progression du parcours dans l'exposition, on trouve ainsi la même musique dans le premier commentaire, dans le premier commentaire de la dernière section et dans le dernier commentaire de l'exposition.

### c. Rôle du visiteur

Le visiteur est souvent impliqué directement dans les commentaires, et dès le commentaire introductif du parcours qui commence par : « *Bienvenue dans l'exposition... [Elle] vous propose de découvrir un moment particulièrement important de l'histoire de l'art* ». Les phrases sont souvent adressées au visiteur sous la forme d'un « vous », mais plusieurs commentaires ne l'impliquent que de façon indirecte. Le visiteur est aussi inclus dans les commentaires en étant repéré dans l'espace avec des phrases telles que « *celui qui est présenté devant vous* » (commentaire 6), « *le coffre en bronze présenté à proximité* » (commentaire 6), « *vous pourrez en voir un peu plus loin une réplique de petite dimension* » (commentaire 9). Ces dernières indications sont moins précises, un fait qui peut être problématique quand, comme dans le commentaire 2a pour *Cratère avec scène dionysiaque*, il est demandé au visiteur de s'approcher d'une statue « *à proximité* » dans une salle remplie des statues. Par contre, dans le commentaire 3a pour *Le Sacrifice d'Isaac* de Brunelleschi, le visiteur est invité à s'approcher d'une œuvre qu'il peut « *reconnaître*

*grâce à [son] écran* », une technique qui indique comment utiliser le dispositif en lien avec les contenus audio.

Les commentaires font aussi parfois allusion à l'expérience de visite elle-même. Par exemple, dans le premier commentaire sur une œuvre de l'exposition, dans la première phrase, on fait référence à une expérience émotionnelle possible du visiteur : « *Au centre de la première salle de l'exposition, vous pouvez être surpris de découvrir non pas une œuvre de la Renaissance, mais un grand vase romain en marbre.* ». Cela est encore le cas dans le commentaire 5b pour *Hercule* : « *On peut être étonné de la présence du héros grec sur un édifice religieux* », ainsi que dans le commentaire 16b pour *Marietta Strozzi* : « *Ce buste frappe d'abord le spectateur par une grande simplification des formes* ». En mentionnant les émotions ressenties par le visiteur au même niveau que les informations sur les œuvres, les commentaires donnent la même validité à l'expérience du visiteur dans l'espace que les faits historiques. Les contenus audio reconnaissent leur utilisation dans un espace spécifique par un visiteur qui est en train de forger son opinion sur ce qu'il voit.

Les idées et termes principaux des commentaires sont souvent expliqués. Par exemple, dans le commentaire introductif, les concepts clés (la Renaissance, la ville de Florence, une république patricienne) sont développés. Par contre, une connaissance plus approfondie de l'histoire de l'art en général, des sujets représentés, ou des mouvements artistiques est parfois requise. Par exemple, on suppose que le visiteur a une familiarité générale avec l'iconographie chrétienne, notamment l'épisode du Couronnement de la Vierge et celui du Christ montrant sa plaie au côté, dans le commentaire 9 pour *Martin V consacre l'église San Egidio en 1420*. Le commentaire 2b pour *Trois Acolytes* mentionne l'art roman et l'art gothique en supposant que le visiteur a une compréhension globale des caractéristiques visuelles de ces deux mouvements.

Le visiteur est aussi supposé avoir déjà acquis un certain vocabulaire d'analyse visuelle des œuvres. Quelques descriptions visuelles sont assez complexes, comme par exemple celle du commentaire 16b pour *Marietta Strozzi* qui parle d'un point de vue pris en contre-plongée pour « *diminuer l'effet un peu massif et disproportionné du torse par rapport à la tête, de redonner au cou et au front une taille mieux proportionnée et enfin de donner un caractère encore plus digne à la figure* », ou celle du commentaire 10 pour *Apparition de la Trinité* où le visiteur devrait être

capable de voir les influences des statues sur les peintures en utilisant les mots tels que « *volumétrie* » et « *monumentalité* ».

Le visiteur est aussi supposé avoir retenu les éléments précédents de l'exposition. Par exemple, le commentaire 13 pour *La Vierge et l'Enfant* suppose que le visiteur a retenu les concepts de la perspective brunelleschienne du commentaire 11 pour *Saint Georges libérant la princesse* de la salle précédente. Le commentaire 5a pour *La Porte de la Mandorle* parle du « *travail que Lorenzo Ghiberti est en train d'accomplir sur la porte nord du Baptistère saint Jean* », sans rappeler au visiteur qu'il a vu cette œuvre dans la section précédente. Le commentaire 7a pour *Saint Matthieu* mentionne une œuvre, *la tête du pseudo-Sénèque*, qui ne bénéficiait pas d'un commentaire audio ou d'un cartel développé. Il revient donc au visiteur de retenir les informations données pour les réemployer plus tard.

L'imagination du visiteur est stimulée de plusieurs manières, comme à travers une musique évocatrice, un vocabulaire riche, et un ton parfois descriptif. Le visiteur est souvent invité à imaginer les œuvres dans leur contexte original, par exemple M Bormand suggère, dans le commentaire 4a pour *Maquette en bois du Dôme*, qu'« *il faut imaginer la taille réelle de cette coupole qui est absolument gigantesque et qui domine non seulement la cathédrale de Florence, mais toute la cité* ». Dans les commentaires 7a et 7b pour *Saint Matthieu* et *Saint Louis de Toulouse*, le visiteur peut imaginer passer devant les statues dans la rue à côté de l'église Orsanmichele : « *le saint baisse les yeux, comme pour capter le regard du spectateur qui passe légèrement en contrebas dans la rue* », et « *leurs statues semblent désormais sortir de leurs niches pour entrer en dialogue direct avec leurs spectateurs* ». Le visiteur est ainsi transporté au-delà des murs de l'exposition.

#### ***D. L'outil dans l'espace : les relations avec les autres éléments de l'exposition***

Les contenus audio sont écoutés dans un contexte muséal spécifique qui communique déjà un discours aux visiteurs. Le rapport entre les œuvres, l'organisation spatiale et les écrits qui font partie intégrante de la mise en scène, sont les producteurs de sens au sein de l'exposition. En examinant les relations entre cet

outil et les autres éléments de l'exposition, une vision plus claire de son rôle est découverte.

## 1. Les œuvres

### a. Traitement de l'œuvre

Les commentaires ont été étudiés pour déterminer s'ils présentent leurs discours par le biais des œuvres. La question étant de savoir si l'usage de ce dispositif vient concurrencer l'observation des objets.

Les commentaires traitent les œuvres des quatre manières suivantes :

- L'œuvre est le sujet du commentaire et le discours le développe ;
- L'œuvre est une illustration d'un propos ;
- L'œuvre commence comme une illustration mais elle devient le sujet ;
- *L'œuvre n'est pas traitée.*

Dans la majorité des commentaires (90%) aucun changement au sein de son discours n'est fait<sup>105</sup> (voir Figure 45). Quarante-trois pourcent des commentaires traitent l'œuvre uniquement comme le sujet du propos, et quarante-sept pourcent des commentaires traitent l'œuvre seulement comme une illustration d'un propos plus large.

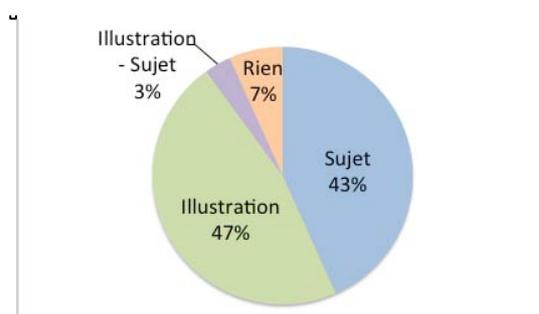


Figure 45 : Traitement de l'œuvre dans le commentaire

Le fait que les œuvres sont traitées de façon presque égale, soit comme le sujet du commentaire, soit comme une illustration, est significatif. Il montre une volonté d'aborder les œuvres de manières différentes : directe et indirecte. Cela entre en

<sup>105</sup> Les commentaires composés de deux parties sont comptés comme étant deux commentaires, pour un total de trente commentaires.

cohérence avec le discours de l'exposition elle-même, qui replace les œuvres dans un contexte historique à travers les panneaux et plusieurs cartels développés, mais qui les met aussi en valeur visuellement par une scénographie simple. Cela montre également que les contenus audio n'abordent pas uniquement l'observation des œuvres, mais aussi le contexte qui est présenté dans les sections de l'exposition.

Les deux commentaires qui n'abordent pas directement une œuvre sont le commentaire introductif et le commentaire 4b sur les innovations techniques de Brunelleschi pour le Dôme de la Cathédrale de Florence. Leurs contenus, par contre, aident à la compréhension générale de l'exposition et des œuvres dans les salles.

### *b. Observation*

Un aspect important des commentaires concerne la succession du propos sur l'œuvre ou le contexte de l'œuvre. Dix-huit commentaires sur trente (60%) commencent leur discours par le contexte de l'œuvre, contre douze commentaires qui débutent avec un propos sur l'œuvre elle-même.

Quand un commentaire débute par le contexte, le visiteur se trouve devant une œuvre sans une aide à l'observation évidente. Par exemple, pour le commentaire 16a pour *Niccolò da Uzzano*, le visiteur doit attendre les deux-tiers du commentaire devant ce buste avant d'avoir une explication sur les éléments visibles de l'œuvre. Un tel commentaire indique au visiteur que le contexte du tableau est aussi important que ce qu'il peut observer.

Par contre, la majorité des commentaires mentionne des éléments visuels dans les œuvres pour aider le visiteur à regarder l'objet devant lui, mais dans des mesures différentes. Deux-tiers (63%) des commentaires abordent les éléments visuels de manière importante, ce qui témoigne la priorité accordée à aborder ce que le visiteur peut directement observer, ainsi qu'une volonté d'éduquer le regard du visiteur. La majorité du contenu de trente pourcent des commentaires est dédiée à des éléments visuels, comme les descriptions ou le sujet traité, et trente-trois pourcent des commentaires dédient au moins la moitié de leur temps à ces éléments<sup>106</sup> (voir Figure 46). Par exemple, le commentaire 3b pour *La Sacrifice d'Isaac* de Ghiberti propose presque uniquement des descriptions visuelles, et le commentaire 8b pour *Deux Spiritelli* utilise les éléments visuels dans chaque idée qu'il présente.

---

<sup>106</sup> Les commentaires composés de deux parties sont comptés comme étant deux commentaires, pour un total de trente commentaires.

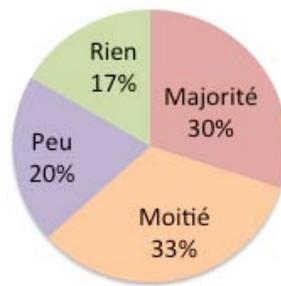


Figure 46 : Proportion du commentaire qui aide directement à l'observation

Un tiers des commentaires ne se concentre pas majoritairement, ou pas du tout, sur les éléments d'observation. Par exemple, le commentaire 2a sur *Cratère avec scène dionysiaque* ne mentionne aucun élément visuel de l'œuvre, et se concentre sur le sujet que cet objet illustre. Soixante-dix pourcent des commentaires présentent des informations qui aident à la compréhension générale de l'œuvre et de son contexte. Parfois ce contenu n'aide pas directement à observer l'œuvre, mais cela n'est pas toujours le cas. Par exemple, dans le commentaire 17a pour *Profil de Jules César*, le début du commentaire n'aborde pas les éléments visuels, mais les descriptions de son usage comme décor dans les palais florentins permettent au visiteur d'imaginer l'œuvre dans son emplacement original.

### c. Preuves visuelles

La présence de preuves visuelles pour chaque déclaration n'est pas constante dans cet outil, parfois dans le même commentaire. Quelques arguments sont démontrés à l'aide de preuves visuelles, mais pour ceux auxquels ces preuves manquent, le visiteur doit s'appuyer sur son propre bagage culturel ou accepter l'autorité des concepteurs de l'outil.

Plusieurs commentaires présentent des preuves qui se trouvent dans les œuvres. Par exemple, dans le commentaire 13 pour la *Vierge Pazzi*, les interprétations de la scène sont fortement justifiées par des éléments visuels, comme le manteau volumineux, le point de vue, la rigueur du cadre architectural et la précision des contours qui enferment les deux personnages. Le commentaire 9 pour *Protomé Carafa* montre aussi une volonté de prouver les constatations à l'aide des éléments qui se trouvent dans l'œuvre commentée : l'utilisation de bronze montre l'ambition du

projet, les naseaux dilatés et les veines visibles du cheval donnent à cette œuvre « *une expression de force impressionnante* ». Les contenus audio présentent les éléments visuels qui inspirent les analyses.

Certains commentaires utilisent la comparaison des œuvres les unes avec les autres pour justifier leurs interprétations. Par exemple, dans le commentaire 15 pour *Martin V consacre l'église San Egidio en 1420*, il est demandé au visiteur d'« *observ[er] attentivement* » des représentations des reliefs dans la fresque qui se trouvent à proximité dans la salle ; la fresque est donc une preuve visuelle de l'emplacement original des reliefs. Dans le commentaire 8a pour *Chapiteau*, une deuxième œuvre qui se trouve à proximité est présentée pour inviter le visiteur à voir par lui-même l'influence de l'une sur l'autre. Il peut la vérifier lui-même et il n'a donc pas besoin de dépendre totalement de l'autorité des contenus audio. Le commentaire 12b pour *Vierge à l'Enfant* informe le visiteur que deux œuvres à proximité de l'objet « *illustrent parfaitement le succès et la diffusion de ce prestigieux modèle* », mais cette phrase n'est pas détaillée. Il existe par contre certains commentaires qui ne précisent pas que les objets de comparaison se trouvent à proximité de l'œuvre, notamment celui pour *Le Sacrifice d'Isaac* de Ghiberti qui mentionne la référence au *Torse de Centaure* sans noter qu'il se trouve dans la même salle.

L'exposition propose un cartel développé avec une image de comparaison, pour *Trois Acolytes* dans la première section. Le commentaire 2b en informe le visiteur : « *Vous pouvez voir une photo représentant une statue antique d'Hécate sur le cartel situé à proximité de l'œuvre* », et fait donc référence à un autre outil de médiation dans la salle. Le visiteur est invité à comparer l'œuvre devant lui avec celle dans la photographie pour vérifier les assertions du commentaire. Il existe par contre certains commentaires qui ne mentionnent pas que les images de référence se trouvent près de l'œuvre, notamment ceux pour *Maquette en bois du Dôme de la Cathédrale de Florence*, *Saint Matthieu* et *Saint Louis de Toulouse* qui n'informent pas le visiteur que les panneaux thématiques sur le Dôme et l'église Orsanmichele présentent des photographies.

Dans certains commentaires les preuves visuelles ne viennent pas appuyer le discours. Par exemple, le commentaire 2B sur *Cratère avec scène dionysiaque* mentionne que l'œuvre a été placée devant la cathédrale de Pise et qu'elle a inspiré certains artistes, mais aucune image de référence n'est proposée pour montrer cet

emplacement, et le commentaire ne dit pas que des œuvres réalisées par ces artistes peuvent être vues dans cette même salle. L'absence des preuves visuelles exige une connaissance générale du contexte de l'exposition de la part du visiteur, ou qu'il fasse confiance à l'autorité ayant produit les contenus audio pour vérifier la véracité des déclarations.

Les contenus audio justifient bien leur discours en s'appuyant sur des éléments visuels dans les œuvres ou sur des comparaisons avec des œuvres situées à proximité. Mais il est parfois supposé que le visiteur aille trouver des éléments ou des œuvres de comparaison dans les salles sans que leur emplacement soit précisé.

#### *d. Compréhension des œuvres non commentées*

Sur les cent quarante œuvres présentées dans l'exposition, trente-neuf (28%) sont commentées directement par un commentaire audio. Cela comprend les œuvres étant le sujet du commentaire, ainsi que les œuvres à proximité mentionnées dans les contenus. Sept commentaires abordent deux œuvres et deux commentaires parlent de trois œuvres.

Les cent autres œuvres ont été examinées pour voir si les contenus audio aident les visiteurs à les observer, et comprendre pourquoi elles sont incluses dans la section. La majorité des œuvres non commentées (63%) est indirectement expliquée par les contenus audio ; la majorité des œuvres exposées (75%) est donc expliquée directement ou indirectement (voir Figure 47).

Cinq salles sur dix contiennent des œuvres qui sont toutes expliquées. Leurs thématiques (les *Spiritelli*, les condottières, les influences de la sculpture sur la peinture, la perspective, et la diffusion des images de la Vierge à l'enfant) sont expliquées dans les contenus audio de manière à ce que le visiteur puisse regarder les œuvres non commentées en identifiant quels éléments généraux de style sont importants. La compréhension de ces œuvres non commentées n'est pas toujours très profonde ; si le visiteur souhaite en savoir plus sur les œuvres non commentées, il doit s'appuyer sur les autres outils de médiation, notamment les écrits dans les salles. Par exemple, les commentaires de la quatrième salle se concentrent sur les qualités des *Spiritelli* et l'inspiration des artistes de la Renaissance par l'Antiquité, ce qui signale au visiteur qu'il doit chercher ces éléments dans toutes les œuvres de la section.

Section	Œuvres dans la section	Œuvres non commentées		
		Total	Expliquées ?	
1. Héritage des pères	11	9	Oui	6
			Non	3
2. Florence 1401	11	6	Oui	-
			Non	6
3. <i>Romanitas</i>	24	17	Oui	4
			Non	13
4. Les <i>Spiritelli</i>	10	7	Oui	7
			Non	-
5. Condottières	6	3	Oui	3
			Non	-
6. Peinture Sculptée	11	9	Oui	9
			Non	-
7. Histoire en perspective	10	8	Oui	8
			Non	-
8. Diffusion de la beauté	16	9	Oui	9
			Non	-
9. Beauté et charité	11	8	Oui	4
			Non	4
10. De la ville au palais	22	17	Oui	9
			Non	8
			Œuvres non expliquées par les contenus audio dans l'exposition	
			25%	

Figure 47 : Œuvres commentées et non commentées

Cinq salles sur dix contiennent des œuvres non commentées sans explication même indirecte dans les contenus audio. La première section comprend neuf œuvres non commentées : six d'entre elles sont des sculptures d'artistes toscans des 13<sup>e</sup> et 14<sup>e</sup> siècles qui sont vraisemblablement inspirés par l'Antiquité, tout comme l'œuvre commentée par les contenus audio. Mais trois objets sont faits dans des matériaux autres que le marbre, dont deux qui ont été réalisés par des artistes non toscans. La deuxième section présente six statues, en marbre et bois polychromé, sans explication. La troisième section comprend dix-sept œuvres non commentées directement. Quatre d'entre elles relèvent de l'art funéraire, leur contexte est donc abordé par le commentaire 6. Mais les manuscrits, les bustes et la statue *Abraham et Isaac* (qui est moins monumentale que celles qui sont commentées) ne sont pas abordés. La neuvième section contient huit œuvres non commentées, dont deux manuscrits présentant le même type de scène que la fresque commentée et deux reliefs en bronze doré qui sont mis en scène comme les

deux reliefs de Dello Delli dans la fresque. Par contre, la médaille, le coffre, et le tableau avec une scène biblique ne sont pas expliqués ; la *Vierge et l'Enfant* n'est pas expliquée non plus, étant donné que cette section aborde les commandes réalisées pour les institutions religieuses alors que le visiteur vient de découvrir une salle où les sculptures étaient réalisées pour la dévotion privée. Parmi les dix-sept œuvres non commentées dans la dernière salle, les six faïences, le vase et la *Vierge à l'Enfant* ne sont pas expliqués, mais les deux médailles et les sept bustes sont replacés dans leur contexte par les commentaires audio de la section.

## 2. La muséographie-scénographie

### a. La circulation et les œuvres mises en valeur

Le parcours de circulation de l'outil suit celui suggéré par la muséographie-scénographie dans sept salles sur dix. Par exemple, dans la première section, la salle est centrée visuellement sur le *Cratère avec scène dionysiaque*, qui est aussi le début symbolique du discours de l'exposition. La deuxième œuvre commentée dans cette salle est la deuxième œuvre la plus importante dans la salle en termes de taille et de positionnement. Dans la septième section, l'œuvre commentée fait partie des premières présentées dans la salle et c'est l'une des plus grandes sur le mur. Par contre, les sixième et neuvième sections ne présentent les œuvres commentées qu'au fond des salles. Même si ces œuvres sont mises en valeur par la muséographie-scénographie par leur positionnement sur les murs et leurs tailles, il est étrange pour le visiteur d'entendre « *Dans cette salle vous allez découvrir* » après avoir déjà visité la salle. En outre, les œuvres de la première partie de la neuvième section sont très différentes de celles qui bénéficient des commentaires ; le manque de contenus audio crée une lacune dans le parcours de visite.

Trois salles présentent un moment de tension entre le parcours de l'outil et celui de la muséographie-scénographie. Dans la troisième section, les trois commentaires sont bien localisés dans l'espace, leur distribution est régulière et permet une bonne circulation, mais les deux parties du troisième commentaire pourraient être interverties pour donner plus de sens. L'œuvre qui est commentée en premier est la statue monumentale de *Saint Matthieu*, qui se trouve dans une niche murale et qui est donc très bien mise en valeur par la muséographie-scénographie. Mais la statue

monumentale de *Saint Louis de Toulouse*, commentée dans un deuxième temps, est dorée et située devant l'autre statue dans l'espace (voir Figure 48). On trouve également un moment de tension similaire dans la quatrième section, où l'œuvre commentée dans la deuxième partie du commentaire se trouve à côté du panneau de section (voir Figure 49). Si le visiteur est supposé lire les panneaux de section avant d'écouter les contenus audio, il aurait été plus approprié de commenter cette œuvre en premier.



Figures 48 et 49 : Deux statues dans la troisième section, et le panneau de section dans la quatrième section et l'œuvre commentée dans la deuxième partie

La dernière section pose aussi problème. Les œuvres sur le mur de droite de la salle ne sont ni commentées, ni expliquées indirectement par les contenus audio. Quatre commentaires se déroulent donc dans un petit espace après avoir déjà visité une grande exposition (voir Figure 50). La dernière œuvre commentée, le *Modèle en bois du Palais Strozzi*, est présentée seule à la sortie de l'exposition et le visiteur a presque trois minutes de commentaire audio à écouter après avoir quitté les salles d'exposition avec seulement une œuvre à regarder dans une espace bruyant.

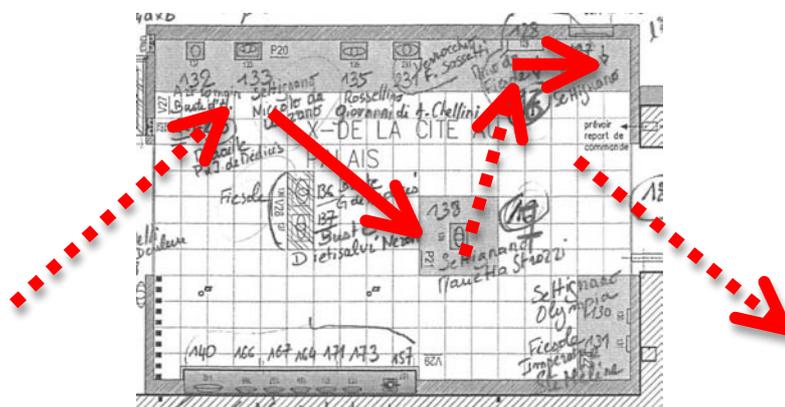


Figure 50 : Circulation dans la dernière salle

Les œuvres commentées sont distribuées presque équitablement dans les salles (voir Figure 51). Cela permet une bonne circulation dans l'espace ; en suivant le parcours audio, le visiteur est obligé de se déplacer de section à section avec un rythme.



Figure 51 : Œuvres commentées (en rouge)

### b. L'espace devant les œuvres

Il existe une espace confortable devant la majorité des œuvres commentées. Les œuvres sont soit assez grandes pour permettre l'observation par plusieurs visiteurs, soit il existe un espace confortable autour des œuvres plus petites. La huitième salle est par contre un contreexemple (voir Figure 52). Les œuvres sont concentrées dans l'espace et proposent beaucoup d'éléments à observer, ce qui crée des bouchons de visiteurs. Les autres lieux d'affluence sont situés devant les petites œuvres commentées, comme les deux *Sacrifice d'Isaac* dans la deuxième section (voir Figure 53) ou devant la petite photographie de référence sur le cartel développé des *Trois Acolytes* dans la première salle.



Figures 52 et 53 : La huitième section et les deux Sacrifice d'Isaac

### 3. Les écrits

#### a. Les œuvres mises en valeur

Dans cette exposition, les œuvres sont mises en valeur par les écrits sur les murs de plusieurs façons. Les panneaux de section présentent des œuvres, et les textes supplémentaires tels que les panneaux thématiques et les cartels développés appuient le discours sur les œuvres. Elles sont ainsi mises en valeur, et sont pour la plupart aussi commentées par l'outil audio.

Sur les trente-sept cartels développés dans l'exposition, vingt-sept (73%) œuvres commentées bénéficient également d'un commentaire audio. Les deux panneaux thématiques présentent les contextes de création des œuvres qui sont aussi commentées dans les contenus audio : *Maquette et bois du Dôme de la Cathédrale de Florence*, *Saint Matthieu* et *Saint Louis de Toulouse*. Cela indique au visiteur que les œuvres commentées par l'outil audio sont parmi les œuvres phares de la section qui ont mérité une médiation supplémentaire.

Quatre cartels sur cinq sur une ou plusieurs œuvres proposent des contenus sur des œuvres non commentées par les contenus audio : les manuscrits de la troisième section, la reconstitution du tombeau de Bartolomeo di Francesco Aragazzi da Montepulciano de la même section, un cycle de fresques dans la sixième section et les faïences de la dernière section.

## b. Chevauchement des contenus

La grande majorité des commentaires audio (vingt et un commentaires, ou 70%) ont un moyen ou un grand chevauchement avec les contenus des cartels développés<sup>107</sup> (voir Figure 54). Cela peut être direct ou indirect. Par exemple, le cartel développé et le commentaire 2b pour *Trois acolytes* mentionnent le contexte de création, l'œuvre qui a inspiré cet objet, et un élément visuel. Le cartel développé et le commentaire 8a pour *Chapiteau* présentent des idées semblables et même des phrases identiques mot pour mot (« *décor exubérant* », « *mettre en scène une pléiade de spiritelli de tailles variées* », « *une véritable synthèse de tout ce que Donatello a pu glaner dans les monuments antiques lors de son séjour récent à Rome* »). Le cartel développé pour *la Madone Pazzi* est une version plus condensée du commentaire 13, avec les mêmes idées générales mais plus de détails.

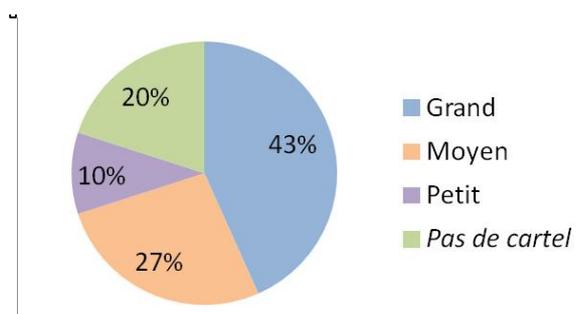


Figure 54 : Chevauchement entre les cartels développés et les contenus audio

Trois œuvres (10%) présentent peu de chevauchement entre les cartels développés et les contenus audio. Par exemple, le commentaire 6a pour *Sarcophage* et le cartel développé mentionnent que l'œuvre a influencé les artistes de la Renaissance, mais cela est le seul point de chevauchement.

Le chevauchement entre les commentaires audio et les cartels développés est tel que les deux formes de médiation se complètent : chacune donne une perspective indépendante pour comprendre l'œuvre, parfois en répétant les concepts généraux (ou même des phrases) mais en mettant l'accent sur des informations différentes.

Deux tiers des commentaires audio (vingt commentaires, ou 67%) ont un petit ou un chevauchement indirect avec les panneaux de section. Par exemple, le panneau

<sup>107</sup> Les commentaires composés de deux parties sont comptés comme étant deux commentaires, pour un total de trente commentaires.

de la huitième section et le commentaire pour *Vierge à l'Enfant* de Luca della Robbia mentionnent que cet artiste a développé la technique de la terre cuite émaillée, et ils montrent des images de Vierge à l'Enfant. Le panneau de la dixième section et le commentaire 16a pour *Niccolò da Uzzano* ne partagent que l'idée générale que les bustes étaient un phénomène important pour les familles patriciennes florentines.

Un tiers des commentaires audio (dix commentaires, ou 33%) ont un moyen chevauchement avec les panneaux de section. Par exemple, le panneau de la deuxième section et le commentaire 3a pour *Le Sacrifice d'Isaac* de Brunelleschi présentent la compétition pour les portes du Baptistère Saint Jean et la manière dont les artistes se sont inspirés de l'Antiquité. Le panneau de la quatrième section et le commentaire 8a pour *Chapiteau* mentionnent les thèmes majeurs de la section et expliquent la diffusion des images des *Spiritelli*.

Les commentaires audio et les panneaux de section sont complémentaires ; ils donnent chacun une perspective indépendante et parfois différente sur la compréhension de l'œuvre, sans beaucoup de chevauchement.

Les deux panneaux thématiques sur le Dôme de Brunelleschi et sur l'église Orsanmichele ont beaucoup de chevauchement avec les commentaires 4a et 4b pour *Maquette en bois du Dôme de la Cathédrale de Florence*, 7a pour *Saint Matthieu* et 7b pour *Saint Louis de Toulouse*. Les contenus audio ont tendance à avoir un ton plus narratif et mettent l'accent sur des points différents que les panneaux.

Les commentaires audio présentent souvent des informations basiques sur les œuvres, comme celles qui se trouvent sur les cartels simples. Par exemple, le commentaire 17a pour *Profile de Jules César* commence avec l'identification de l'œuvre : « *Ce portrait de Jules César a été sculpté à Florence en 1455 par Desiderio da Settignano* ». Même si ces informations se trouvent aussi sur les cartels simples devant les visiteurs, cette répétition sert à situer l'œuvre dans le temps et l'espace.

### *c. Les différences entre les expériences*

Les expériences proposées par chaque forme de médiation sont donc examinées pour voir les différences entre la lecture des écrits sur les murs, ou l'écoute des commentaires audio. Cela vise à établir ce que le visiteur obtient en plus en écoutant et ce que le visiteur manque en ne pas lisant les écrits.

Si le visiteur n'écoute pas l'audioguide, il n'a pas accès à autant de descriptions visuelles. Par exemple, le commentaire 14 pour la *Vierge à l'Enfant* de Lucca della Robbia décrit cette œuvre en particulier, alors que le cartel développé et le panneau de section décrivent quant à eux un type d'œuvres plus général auquel cette œuvre appartient. Vingt pourcent des œuvres commentées par les contenus audio ne bénéficient pas d'un cartel développé (voir Figure 54 sur le chevauchement entre les cartels développés et les contenus audio).

Les commentaires audio aident le visiteur à comprendre les aspects uniques des œuvres devant lui, comme, par exemple, dans la sixième salle avec la *Trinité* et *Saint Jérôme* qui sont commentées par les contenus audio mais qui n'ont pas de cartels développés. En outre, il est très utile pour certaines œuvres d'avoir un dispositif audio, pour faciliter la lecture de l'objet en même temps que le visiteur le regarde. Par exemple, le commentaire 11 pour *Saint Georges libérant la princesse* explique clairement comment les techniques employées, telles que la perspective linéaire et atmosphérique et le *stiacciato*, sont visibles dans l'œuvre. Le visiteur peut vérifier ces explications au même moment qu'il les reçoit, au lieu de faire un aller-retour entre l'œuvre et l'écrit en se souvenant des détails.

Le ton des commentaires audio a aussi tendance à être plus descriptif, moins condensé et parfois plus narratif que les écrits sur les murs. Ce fait, avec l'ajout de la musique dans plusieurs commentaires, crée une atmosphère évocatrice. Par exemple, l'explication de la compétition pour les portes du baptistère Saint Jean est plus dramatique dans les commentaires audio pour les deux *Sacrifice d'Isaac* que les écrits, car le visiteur doit attendre la fin des deux commentaires pour apprendre qui a été le vainqueur du concours. Le commentaire 4b pour l'architecture du Dôme a aussi une forme plus narrative : il commence avec le défi de Brunelleschi et présente ensuite les innovations techniques majeures qui en ont été les résultats.

Le visiteur obtient aussi en écoutant les contenus audio un aperçu des choix qui ont été ceux des commissaires. Cela se voit dans le commentaire 2a pour *Cratère avec scène dionysiaque*, par exemple, où le choix des commissaires de débiter l'exposition par cette œuvre est expliqué. Le premier et le dernier commentaire rendent plus explicites les choix faits concernant les thèmes et l'ordre des œuvres dans l'exposition.

Si le visiteur ne lit pas les écrits, de manière générale, il n'a pas une compréhension aussi solide du contexte historique, de la création et l'emplacement

original des œuvres, ou sur la biographie des artistes. Par exemple, si le visiteur ne lit aucun texte autour de *Maquette en bois du Dôme de la Cathédrale de Florence*, il n'a pas accès à des citations vivantes, ni à une explication explicite du rôle de l'architecture dans le nouveau style de la Renaissance. En outre, les écrits dans la cinquième section donnent une vision plus claire du sujet que le commentaire 9 pour *Protomé Carafa* ; ils abordent de manière plus compréhensible le rôle du bronze, dans la tradition des grands monuments équestres, et leur lien avec Florence.

Pour les visiteurs qui connaissent déjà le sujet, les écrits, notamment les panneaux de section, donnent plus de références liées aux sections, notamment sur les artistes, les monuments et les mouvements stylistiques.

#### *d. Autonomie des contenus audio*

Les contenus audio sont autonomes. Le visiteur peut, de manière générale, visiter l'exposition en les écoutants sans avoir besoin de lire les écrits sur les murs pour comprendre les commentaires. Par rapport aux œuvres, seul un quart des œuvres de l'exposition ne sont pas expliquées, directement ou indirectement, par les contenus audio (voir Figure 47 sur les œuvres commentées et non commentées). Le visiteur dispose donc d'une base pour observer la grande majorité des œuvres. Dans ce sens, les contenus audio fonctionnent indépendamment des écrits sur les murs.

Les commentaires qui comprennent deux parties exigent pour la plupart que le visiteur les écoute dans l'ordre proposé, la construction du deuxième commentaire suppose que le visiteur ait écouté la première.

Par contre, comme les contenus audio se concentrent plus sur les aspects visuels que sur le contexte des œuvres, il existe une complémentarité entre les commentaires et les écrits, surtout les panneaux de section et thématiques. Les redites qui existent entre ces deux formes de médiation servent à souligner l'importance de ces informations au lieu d'être redondantes. Les cartels développés des œuvres commentées peuvent proposer des phrases semblables aux contenus audio, mais ils proposent souvent des détails et mettent l'accent sur des informations différentes. Les cartels développés des œuvres non commentées par les contenus audio complètent bien les commentaires audio.

## *E. Synthèse de l'analyse*

Les analyses précédentes sont examinées pour déterminer comment les contenus audio résultants atteignent ou non les objectifs fixés pour cet outil dans l'exposition.

On cherchait à proposer une parole vivante à travers les commentaires, ce qui a été traduit dans les contenus audio par la forme d'entretiens à deux voix et par l'implication directe du visiteur. Les contenus sont mis en scène avec une musique évocatrice, un vocabulaire riche, un ton parfois narratif et des questions posées. Le visiteur est aussi parfois invité à imaginer les œuvres dans leur contexte original.

La fidélité au message des commissaires de l'exposition est respectée de plusieurs façons, notamment par le fait que les contenus audio traitent les œuvres comme le sujet du commentaire et comme l'illustration d'un propos plus large, parfois dans un même commentaire. Cela entre en cohérence avec le discours de l'exposition lui-même qui place les œuvres dans un contexte historique à travers les panneaux, mais qui les met en valeur visuellement par une muséographie-scénographie simple. L'autorité des informations présentées est précisée par le discours et la voix de Marc Bormand. Cette fidélité est aussi garantie dans l'élaboration des contenus audio parce que les commentaires sont tous validés par le Musée avant leur production.

Les commentaires audio sont simples et accessibles mais adaptés à un public d'amateurs. Le visiteur est toujours supposé avoir une connaissance générale de l'histoire de l'art, avec parfois une connaissance plus approfondie des sujets représentés, des mouvements artistiques ou l'analyse d'une œuvre, mais les explications des personnages ou des mouvements artistiques sont souvent proposées.

L'objectif d'avoir des contenus audio qui aident à l'observation des œuvres, est en grande partie atteint. Deux-tiers des commentaires abordent les éléments visuels de manière importante, ce qui témoigne d'une volonté d'éduquer le regard du visiteur, mais les autres commentaires n'aident pas toujours à l'observation. Plusieurs commentaires présentent des preuves visuelles qui se trouvent dans les œuvres.

Les contenus audio visaient aussi à donner les éléments de type historique et stylistique. Cette volonté est respectée par le fait que les types de contenu présentés dans les commentaires concernent les éléments comme le contexte culturel, les

mouvements stylistiques, les techniques artistiques, le sujet des œuvres et leur traitement, et les inspirations littéraires. En outre, on cherchait à présenter les œuvres les plus importantes à travers les concepts clés de l'exposition, ce qui se voit dans le fait que presque la moitié des commentaires le traite les œuvres comme l'illustration d'un plus grand propos, et l'autre moitié comme le sujet.

Les contenus audio aident à la compréhension de soixante-trois pourcent des œuvres non commentées, ce qui montre que les commentaires aident à la compréhension générale de ce type d'œuvres, mais aussi que les œuvres choisies sont emblématiques des celles présentées dans l'exposition.

On visait à ne présenter qu'une ou deux idées par commentaire, mais seulement la moitié des commentaires respectent cette consigne.

Les contenus audio sont conçus pour être bien adaptés à leur contexte d'utilisation, c'est-à-dire dans l'espace d'exposition. Dans les commentaires, le narrateur situe souvent le visiteur dans l'espace. Une introduction débute le parcours, une petite conclusion le termine, et le visiteur est parfois supposé avoir retenu les éléments précédents de l'exposition, ce qui suggère qu'un discours avec un ordre est créé. Seulement trois salles sur dix présentent une tension entre le parcours de l'outil et celui de la muséographie-scénographie

Les œuvres commentées sont distribuées équitablement dans les salles. Un espace confortable existe devant la majorité des œuvres. Il était prévu de produire environ quarante-cinq minutes de contenus audio, et les commentaires font un total de quarante-six minutes.

Une complémentarité et une indépendance avec les écrits à été visée : l'outil audio devait ne pas être trop redondant mais aussi autosuffisant. Cela se voit dans le fait que soixante-dix pourcent des commentaires audio ont un grand ou un moyen chevauchement avec les cartels développés, et un tiers des commentaires ont un grand ou un moyen chevauchement avec les panneaux de sections. Les deux formes de médiation sont complémentaires : chacune donne une perspective indépendante pour comprendre l'œuvre et son contexte, parfois avec des répétitions d'informations ou de concepts généraux. Il existe des redondances entre les commentaires et les écrits, qui peuvent s'expliquer par le processus de production : les deux outils sont rédigés, au moins en partie, par Marc Bormand. Les commentaires audio peuvent aussi être utilisés de manière autonome dans l'exposition, car ils abordent le discours des sections ainsi que les spécificités des

œuvres. En plus, l'autonomie de cet outil est renforcée par le fait que les contenus audio aident à la compréhension directe et indirecte de soixante-quinze pourcent des œuvres exposées.

### III. MUSEE DU LUXEMBOURG : « LA RENAISSANCE ET LE REVE »

#### *A. Le contexte de l'outil : Présentation de l'exposition*

##### 1. Les déterminants

L'exposition « Renaissance et le Rêve » s'est déroulée au Musée du Luxembourg du 9 octobre 2013 au 26 janvier 2014.

Le Sénat français, qui assure la gestion du Musée depuis 2000, a délégué cette gestion à la Réunion des musées nationaux – Grand Palais en 2010 avec la mission d'y « *organiser des expositions ambitieuses*<sup>108</sup> ». Le Musée est situé dans un bâtiment construit en 1884 au bord du Jardin du Luxembourg à Paris. Il n'abrite aucune collection permanente, et les expositions temporaires qui s'y sont présentées suivent trois axes de programmation liés à l'histoire du lieu : la Renaissance en Europe, art et pouvoir, et le l'histoire du Palais du jardin et du Musée<sup>109</sup>.

Dans les missions décrites par le Sénat et la Réunion des musées nationaux – Grand Palais, un enjeu majeur pour le Musée est « *le développement d'une politique culturelle ambitieuse au service des publics*<sup>110</sup> » qui séduira une grande diversité des visiteurs : « *tous les publics, les habitués des musées, mais également le jeune public, les écoles, les familles et les publics éloignés des pratiques culturelles*<sup>111</sup> ».

Le Musée est ouvert tous les jours de 10h à 19h30, avec des nocturnes les lundis et vendredis jusqu'à 22h. Le plein tarif pour une entrée est de 11 € avec un tarif réduit à 7,50 €. La gratuité est proposée pour les moins de 16 ans, les bénéficiaires des minima sociaux, les handicapés invalides civils, entre autre.

---

<sup>108</sup> Site Web du Musée du Luxembourg: <http://www.museeduluxembourg.fr/fr/le-musee/histoire/>

<sup>109</sup> Ibid.

<sup>110</sup> Site Web du Musée du Luxembourg: <http://www.museeduluxembourg.fr/fr/le-musee/l-equipe/>

<sup>111</sup> Ibid.

## 2. Le contenu

### a. Du thème au message

Les objectifs de cette exposition sont d'examiner les représentations des songes dans les œuvres de la Renaissance, à travers des sections thématiques. Les œuvres exposées sont replacées dans le contexte philosophique et littéraire des 15<sup>e</sup> et 16<sup>e</sup> siècles où, « *en rêvant, l'homme s'évade des contraintes de son corps et peut entrer en relation avec les puissances de l'Au-delà, divines ou maléfiques*<sup>112</sup> ». Les artistes de la Renaissance sont fascinés par la représentation de ce phénomène éphémère, et « *selon le sujet, les périodes et les régions, ils ont apporté à cette question des réponses fort différentes, que l'exposition propose de réunir et de confronter*<sup>113</sup> ».

Le parcours commence avec le thème de la nuit et termine avec celui du réveil, en passant par les rêves, visions et cauchemars. L'expérience du visiteur est prise en compte et l'exposition « *invite chacun à laisser libres les voies de son imagination et à s'abandonner aux troublantes images du rêve*<sup>114</sup> ».

Les sept sections de l'exposition sont les suivantes :

- 1. La nuit** : Cette section entame l'exposition à travers une réflexion sur la figure de la nuit, notamment à travers les œuvres inspirées par Michel-Ange.
- 2. La vacance de l'âme : Dormir, rêver peut-être** : Les artistes représentent le concept de *vacatio animae*, où l'âme se détache du corps, principalement avec les endormis.
- 3. La vacance de l'âme : inspiration, ravissement, allégorie** : L'allégorie fonctionne comme un rêve, avec les figures imaginaires et les énigmes.
- 4. Visions de l'au-delà** : Cette section présente des images des songes inspirés par le Dieu de la Bible chrétienne.
- 5. Rêves énigmatiques et visions cauchemardesques** : Les représentations des cauchemars, sans rêveurs, proposent des figures terrifiantes et mystérieuses.
- 6. La vie est un rêve** : Les influences d'un dessin de Michel-Ange et les goûts de François 1<sup>er</sup> de Médicis sont examinés à travers des œuvres qui explorent le rapport entre la vie et le rêve.

---

<sup>112</sup> Site Web du Musée du Luxembourg:

[http://www.museeduluxembourg.fr/fr/expositions/p\\_archive-1/exposition-20/](http://www.museeduluxembourg.fr/fr/expositions/p_archive-1/exposition-20/)

<sup>113</sup> Ibid.

<sup>114</sup> Ibid.

**7. L'aurore et le réveil** : Les conséquences de la fin du rêve sont examinées à travers des interprétations différentes.

*b. Le type d'approche et de scénario*

L'approche utilisée est double : une approche scientifique enrichie d'une approche esthétique<sup>115</sup>. La première est caractérisée par le fait que les commissaires de l'exposition ont cherché à rendre compte des inspirations philosophiques, littéraires, religieuses et historique des œuvres. La seconde approche a pour objectif d'aider les visiteurs à s'abandonner eux aussi aux images du rêve. Le déroulement est thématique.

*c. La nature des objets*

Près de quatre-vingts œuvres étaient présentées, dont certaines de Bosch, Véronèse, Dürer, Le Greco et Le Corrège. L'exposition rassemblait des peintures, dessins, gravures, manuscrits, bas-reliefs, sculptures, ainsi qu'un dossier de lit. Leur datation, de manière générale, s'étend du 15<sup>e</sup> au début du 17<sup>e</sup> siècle.

*d. La muséographie-scénographie*

La mise en scène encourage l'observation des œuvres par la simplicité des formes dans les salles (voir Figure 55). Plusieurs œuvres sont présentées dans des ouvertures qui permettent aux visiteurs d'apercevoir les salles adjacentes et les ombres des autres visiteurs, ce qui donne une atmosphère onirique (voir Figure 56). Les écrits sur les murs sont omniprésents mais discrets, le point central de chaque pièce est donc l'œuvre elle-même.



*Figures 55 et 56 : Photographies de la deuxième et de la première salle*

<sup>115</sup> MERLEAU-PONTY C., & EZRATI J. J., *L'exposition théorique et pratique*. Paris: L'Harmattan, p. 49-50.

L'exposition propose un bon déploiement des œuvres. Les salles ne sont donc pas trop remplies, ce qui laisse au visiteur l'espace visuel pour apprécier les œuvres, sauf dans la cinquième section qui présente beaucoup d'œuvres dans un espace plus réduit.

La muséographie-scénographie, conçue par Lorette Gaïtis, souligne le chemin du parcours de la nuit à l'éveil à travers la couleur des murs, qui commence avec un bleu foncé et termine avec un beige vif en passant par des nuances de bleus, violets et gris (voir Figures 57 et 58).



*Figures 57 et 58 : Photographies de la première et la dernière salle*

L'exposition propose plusieurs outils de médiation graphiques sur les murs. Au début de la première salle se trouve une photographie énorme des statues de Michel-Ange pour le tombeau de Julien de Médicis à Florence (voir Figure 59). Dans les quatre dernières sections, les panneaux qui débordent du mur présentent des images des œuvres qui ne pouvaient pas être déplacées pour l'exposition, en rapport avec les œuvres exposées (voir Figure 60).



*Figures 59 et 60 : Images dans la première et la cinquième salle*

L'exposition s'achève par une image d'une aquarelle de Dürer ainsi qu'une traduction d'une citation de l'artiste, placées sur le mur après la restitution des audioguides à la sortie de l'exposition (voir Figure 61).

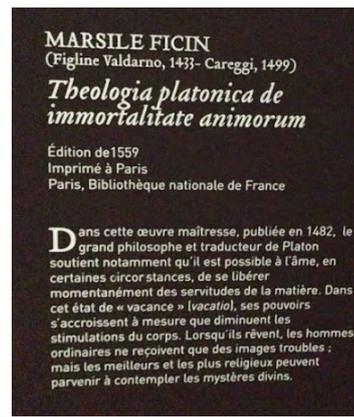


*Figure 61: Image à la sortie de l'exposition*

#### *e. Les écrits*

Les textes des salles prennent plusieurs formes : la forme d'une introduction pour l'exposition et pour chaque section (huit), de cartel développé (une soixantaine), de cartel simple (une quinzaine) et de citation (neuf). Tous les textes sont présentés uniquement en français.

Les panneaux de section comprennent un titre avec le thème de la salle et trois à quatre paragraphes explicatifs (voir Figure 62). Les cartels, simples et développés, contiennent les informations d'identification de l'œuvre (l'artiste, ses dates et lieux de vie, le titre, la date, les matériaux et la provenance de l'œuvre). Les cartels développés (voir Figure 63) proposent entre une phrase et un paragraphe de texte sur l'œuvre.



Figures 62 et 63 : Panneau de section dans la cinquième salle et cartel développé

Seulement un cartel développé comprend aussi une image de référence, pour *Le Rêve de Raphaël* dans la cinquième salle (voir Figure 64). Les neuf citations composées d'une à deux phrases, sont placées en haut des œuvres, bien déployées dans les salles (voir Figure 65). La dernière citation, sous l'image sur le mur à la sortie de l'exposition, est plus longue.



Figures 64 et 65 : Cartel développé avec une image de référence et une citation

La taille de police pour les explications des œuvres exige que le visiteur s'approche pour pouvoir les lire, sauf pour les citations et les titres de section qui sont lisibles à distance (voir Figure 66).



Figure 66 : Un visiteur lit un texte dans la cinquième section

#### *f. Les aides à la visite, en dehors des contenus audio*

Les « aides à la visite » sont définies ici comme les dispositifs qui visent à être des supports utilisés pendant la visite de l'exposition et qui sont disponibles à tout moment pour le visiteur. Cette définition exclut le catalogue et les éditions « hors-série » qui sont vendus dans la boutique à la sortie du musée, ainsi que le travail des conférenciers qui ne sont pas présents en permanence.

Le principal outil de médiation destiné aux adultes en dehors des contenus audio est le livret de visite. Ce livret, qui est gratuit et disponible à l'entrée de l'exposition, comprend les textes du panneau d'introduction et des panneaux de section pour chaque salle, ainsi que les informations sur la programmation culturelle autour de l'exposition. Il est proposé en français, anglais, italien et espagnol. Ce dispositif ne sera pas étudié dans ce mémoire en raison de sa redondance avec les panneaux de section.

## ***B. Les objectifs fixés pour les contenus audio et leur production***<sup>116</sup>

### **1. Les objectifs**

Un premier objectif pour les contenus audio au Musée du Luxembourg, selon Madame Juliette Le Taillandier de Gabory, responsable du développement des publics et de la programmation culturelle au musée du Luxembourg, est d'être « au

---

<sup>116</sup> Les informations de cette section viennent de l'entretien avec Juliette Le Taillandier de Gabory.

*service du discours du commissaire*<sup>117</sup> ». Ils font partie de la « *colonne vertébrale de la médiation*<sup>118</sup> », avec le catalogue, les écrits dans les salles et les visites avec les conférenciers, qui soutiennent le travail scientifique des expositions temporaires.

Les commentaires audio doivent aider les visiteurs à comprendre les œuvres dans un contexte chargé de références philosophiques et littéraires. Le défi a été de transmettre le discours de cette exposition « *qui avait un contenu scientifique assez fort*<sup>119</sup> ». Les commentaires servent aussi à apporter « *un éclairage sur une œuvre spécifique*<sup>120</sup> ».

La cible de public des contenus audio correspond aux visiteurs relativement érudits de cette exposition, donc une population qui ne connaît pas forcément le sujet de l'exposition mais avec une bonne connaissance en histoire et en histoire de l'art.

Une bonne circulation dans l'espace est aussi visée dans le choix des œuvres commentées par les contenus audio. Le Musée du Luxembourg est un lieu relativement petit (environ cinq cent mètres carrés), la gestion des flux de visiteurs est donc un sujet important. Le temps moyen d'une visite est d'environ une heure, et il ne faut pas que les commentaires durent trop longtemps.

Les différents outils de médiation utilisés ont une approche unique. Les panneaux de section proposent des informations sur le contexte des œuvres dans la salle, les contenus audio donnent les éléments principaux et les détails des œuvres commentées. La répétition de contenu est évitée : « *il faut enrichir [les contenus audio sur les œuvres] par rapport aux textes de salle*<sup>121</sup> ». Les deux formes de médiation sont considérées comme étant complémentaires.

## 2. La production

La production des contenus audio commence avec la sélection des œuvres qui bénéficieront des commentaires audio, réalisée par les commissaires et Mme Le Taillandier de Gabory. Les œuvres les plus emblématiques sont choisies en s'assurant qu'elles ne posent pas de problèmes de circulation.

Après cette sélection d'œuvres, Mme Le Taillandier de Gabory transmet tous les contenus possibles sur l'exposition au prestataire, Espro Acoustiguide, en particulier

---

<sup>117</sup> Cf. ANNEXE II – G – Entretien avec Juliette LE TAILLANDIER DE GABORY.

<sup>118</sup> Ibid.

<sup>119</sup> Ibid.

<sup>120</sup> Ibid.

<sup>121</sup> Ibid.

les essais du catalogue et les textes de salle s'ils sont déjà rédigés. Espro communique ces informations à un historien de l'art chargé d'écrire les notices pour l'outil audio ; cette personne est aussi encouragée à faire des recherches en bibliothèque. Les textes sont retravaillés par Mme Le Taillandier de Gabory et les commissaires « *pour que ce soit le plus oralisé possible, le plus précis scientifiquement, tout en faisant en sorte que cela reste attractif et pas trop savant*<sup>122</sup> ». Les notices sont classiques, sans phrases trop longues, et ne dépassent 1:50 minutes par notice. Les textes sont ensuite enregistrés par des comédiens dans un studio en présence de Mme Le Taillandier de Gabory qui s'assure ainsi que la manière dont ils parlent lui convient.

Les textes de l'exposition sont rédigés indépendamment des commentaires audio. Ils sont écrits par les commissaires d'exposition et relus par Mme Le Taillandier de Gabory ou la directrice du Musée pour s'assurer de leur clarté pour le public.

## *C. Le dispositif résultant*

### 1. Présentation de l'outil

La médiation audio pour adultes<sup>123</sup> est constituée de l'audioguide et de l'application iPhone/iPad et Android. Ces deux outils donnent accès à vingt commentaires d'œuvres, qui durent en moyenne 1:49 minutes, pour un total de 36:21 minutes (pour la version française<sup>124</sup>). Les commentaires prennent la forme de présentations énoncées par deux narrateurs anonymes.

Le taux de prise de l'audioguide était 15,5% pour le public adulte individuel (20 752 ventes), dont 16% sur internet en même temps que l'achat du billet pour l'exposition. Sur la totalité des personnes qui ont loué un audioguide, 86% ont loué la version française pour adultes. Pour l'application mobile, 851 téléchargements ont été effectués<sup>125</sup>.

---

<sup>122</sup> Ibid.

<sup>123</sup> Un audioguide est aussi proposé aux enfants, jusqu'à treize ans.

<sup>124</sup> Il existe aussi une version anglaise, espagnole et italienne pour l'audioguide.

<sup>125</sup> LE TAILLANDIER DE GABORY Juliette, message mél à Marina GROSS-HOY, 20 juin 2014.

Les œuvres commentées sont indiquées par une représentation d'un casque au-dessus du numéro du tableau sur les cartels, facilement repérables sur les murs (voir Figure 67).



Figure 67 : Pictogramme pour un commentaire audio

Deux panneaux dans le vestibule après la billetterie affichent la possibilité de louer un audioguide (voir Figure 68) ou de télécharger l'application (voir Figures 69 et 70). Les panneaux sont très grands et le comptoir des audioguides est très présent juste devant l'entrée de l'exposition. Les contenus audio sont donc mis en avant par l'institution pour le visiteur comme une aide à la visite.

L'audioguide coûte quatre euros, ou trois euros en tarif réduit. Il n'est pas proposé gratuitement. Il est proposé à la location à un comptoir entre la billetterie et l'entrée de l'exposition. Le personnel qui assure sa distribution explique clairement son fonctionnement.



Figures 68, 69 et 70 : Panneau présentant l'audioguide et deux images du panneau présentant l'application mobile

L'application iPhone/iPad et Android est proposée à 2,29€, ou 3,59€. Un panneau dans le vestibule avant la billetterie présente l'application et comment la télécharger. Le Wif-Fi est disponible dans le musée. L'application comprend les commentaires de l'audioguide et des photos des œuvres. Les textes sont assez grands, mais les images ne sont pas d'une qualité assez élevée pour utiliser le zoom de manière satisfaisante.

#### *a. Comparaison des deux dispositifs*

Même si les deux outils proposent les mêmes contenus audio, il existe plusieurs différences entre le fonctionnement des deux dispositifs. L'utilisation de l'audioguide est très simple, le visiteur appuie sur le numéro indiqué dans un pictogramme près du tableau, et puis la touche verte (voir Figure 71).



*Figure 71 : Audioguide*

L'application est aussi facile à manipuler, et le visiteur a plusieurs options (voir Figure 72):

1. L'utiliser comme l'audioguide en appuyant sur le numéro associé avec l'œuvre ;
2. Sélectionner une œuvre à partir d'une liste avec une image, un numéro, le titre et les informations (artiste et année), soit verticale soit horizontale avec les plus grandes images des œuvres ;
3. Le visiteur peut aussi aller directement d'un commentaire au suivant.

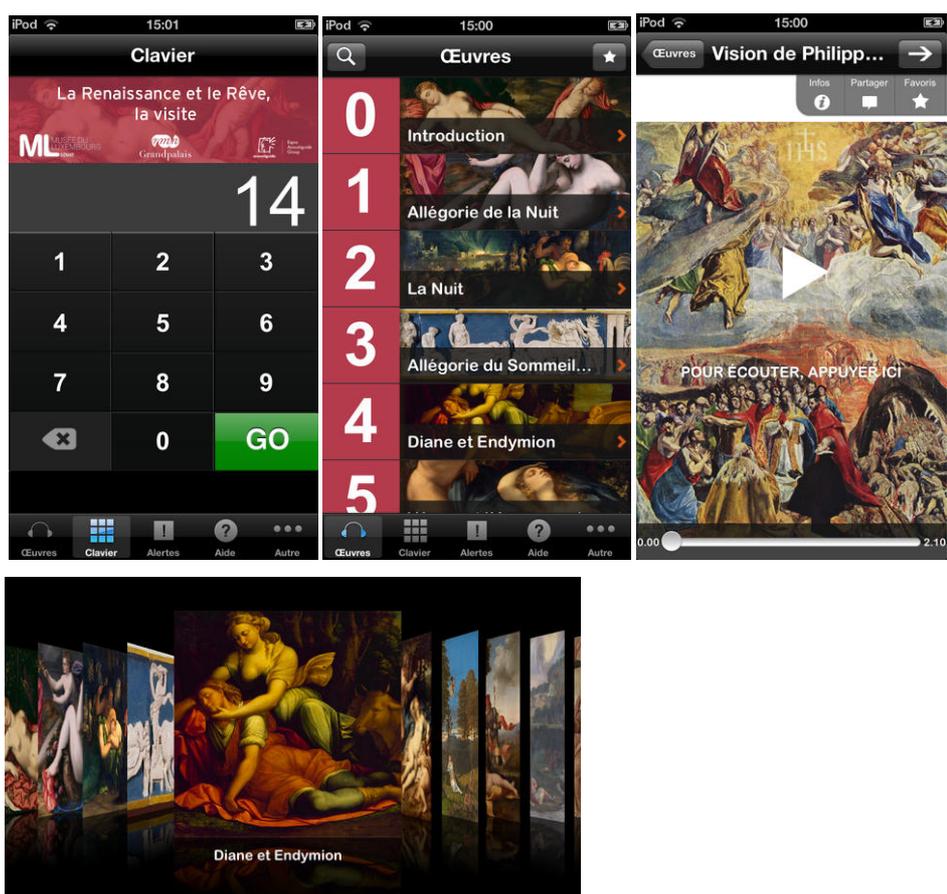


Figure 72 : Application mobile

Une des grandes différences entre le fonctionnement de l'audioguide et l'application est l'ordre dans lequel les œuvres sont commentées. En utilisant l'audioguide, le visiteur dépend de la muséographie-scénographie pour décider dans quel ordre écouter les commentaires, sauf s'il prend en compte les numéros associés à chaque œuvre. L'application, avec sa liste des œuvres commentées accompagnées de leurs images, propose plus clairement un parcours de visite.

En outre, l'application offre une diversité de services additionnels, comme la possibilité de partager sa visite sur Twitter, de marquer une œuvre comme « favoris », de recevoir des données « push » du Musée, ou encore d'accéder aux informations pratiques sur l'exposition et à la billetterie en ligne.

L'utilisation des deux dispositifs vient concurrencer l'observation des œuvres car pendant les commentaires, le visiteur regarde uniquement le tableau en face de lui. Par contre, même si l'application propose uniquement des images des œuvres dans

les salles, le visiteur peut regarder les images sur son téléphone avec le zoom plutôt que les œuvres devant lui.

## 2. La structure interne du contenu des commentaires

Les vingt commentaires audio ont été étudiés à l'aide de la grille d'analyse adaptée de celle élaborée par Colette Dufresne-Tassé. Les résultats portent sur la structure du contenu audio, les partis pris des approches des œuvres et le rôle du visiteur utilisant cet outil de médiation.

### a. « Idées »

Les commentaires sont constitués de plusieurs « idées », ou approches pour traiter l'œuvre. Les idées identifiées ont été regroupées en trois catégories : les éléments visuels (la présentation de l'œuvre, le sujet représenté et son traitement, les comparaisons entre deux œuvres, l'iconographie), les inspirations artistiques, philosophiques et littéraires, et le contexte culturel de la création de l'œuvre (voir Figure 73).

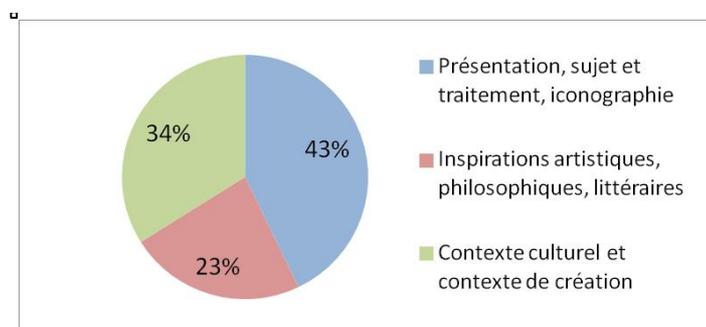


Figure 73 : Fréquence des catégories d'idées pour tous les commentaires

Quarante-trois pourcent des idées repérées concernent le sujet du tableau et/ou son traitement, ce sont des descriptions visuelles et les explications de l'iconographie qui montrent qu'une volonté de cet outil est d'aborder ce que le visiteur peut voir dans l'œuvre en face de lui. La majorité des idées est plus abstraite, comme les influences de la philosophie ou la littérature sur la création et l'interprétation des œuvres. Par exemple, le commentaire 4 pour *Diane et Endymion* mentionne la culture humaniste néoplatonicienne liée à ce mythe. Sans une connaissance de ces

mouvements philosophiques, le visiteur ne peut pas comprendre la nature de ces interprétations dans l'œuvre qu'il voit en face de lui.

Chaque commentaire dans ce dispositif comprend entre deux et quatre idées (voir Figure 74). La majorité des commentaires (70%) est composée de trois ou quatre idées. Cette quantité semble élevée, étant donné que les commentaires ne durent que 1:49 minutes en moyenne. Par exemple, dans le commentaire 19 pour *Amour et Psyché*, le commentaire contient les éléments biographiques sur l'artiste, l'inspiration littéraire, une description visuelle et le contexte de création, ce qui se traduit par un commentaire sans fil conducteur évident. Les six commentaires (30%) qui n'abordent que deux idées sont plus cohérents. Par exemple, dans le commentaire 8 sur *Le Songe d'Enée*, seulement deux idées sont abordées dans 1:56 minutes, ce qui laisse le temps au visiteur de réfléchir sur les concepts présentés, comme la description visuelle particulièrement riche.

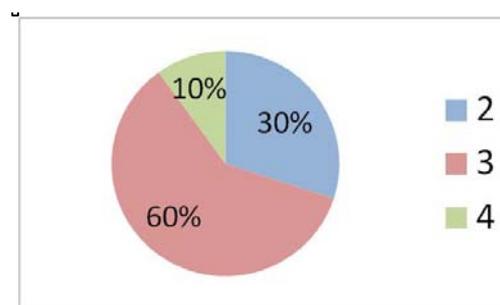


Figure 74 : Nombre d'idées par commentaire (2, 3 ou 4 idées par commentaire)

#### b. Techniques

Les techniques utilisées pour présenter les œuvres aux visiteurs dans la rédaction des commentaires sont multiples. Dans un premier temps, elles comprennent les types de contenu inclus, comme :

- Descriptions visuelles et éléments stylistiques ;
- Comparaisons entre objets ;
- Sujet et signification de l'iconographie ;
- Emplacements originaux des objets ;
- Contexte culturel et historique ;
- Influences artistiques, philosophiques et littéraires ;
- Contexte de la création de l'œuvre et sa réception.

Ces approches différentes permettent une compréhension variée des œuvres. La grande variété d'approches ne comprend pas simplement des analyses visuelles et des explications du sujet représenté, mais elle va au-delà du visuel avec le contexte culturel, les influences artistiques, les interprétations philosophiques, par exemple. Ce parti pris montre au visiteur qu'il existe plusieurs manières de comprendre une œuvre.

Le parcours des commentaires audio a une introduction : le commentaire 0 n'aborde aucune œuvre mais il met en scène l'exposition et présente le contexte culturel. Plusieurs commentaires font référence aux œuvres ou commentaires précédents, comme le commentaire 7 pour *Allégorie* qui mentionne un texte déjà évoqué dans le commentaire 6. La visite a donc un début et l'ordre des commentaires est suggéré par plusieurs éléments.

Le ton sur lequel ces informations sont communiquées est lui aussi varié. Le dispositif propose souvent des descriptions visuelles et des explications du sujet employant un vocabulaire riche et parlant. Par exemple, le commentaire 5 pour *Vénus et l'Amour endormis découverts par un satyre* décrit le tableau sur un ton presque poétique, en constatant que le satyre qui regarde les deux figures « *nous renvoie à nous-mêmes, spectateurs, à qui est en réalité dévoilé le corps de Vénus* ». Le commentaire 9 pour *La Vision de Sainte Hélène* mentionne un « *détail délicieux* ». Le ton du commentaire 19 pour *Amour et Psyché* est presque humoristique en parlant du message caché du tableau : « *Le clin d'œil de l'artiste apparaît à travers le regard amusé et étonné du chien qui nous regarde et nous interpelle, allusion certaine à la charge érotique de l'image* ».

Par contre, les informations contextuelles sont parfois rédigées sur un ton académique, avec des phrases qui sont souvent plus adaptées à l'écrit. Par exemple, dans le commentaire 3 pour *Allégorie du Sommeil ou de la Mort*, des phrases longues sont employées dès l'entame du commentaire : « *Ce bas-relief en terre cuite, détaché de son emplacement d'origine en 1967, est le dernier panneau d'une frise qui ornait le fronton de la villa de Laurent de Médicis, dit Laurent le Magnifique, située dans les environs de Florence, à Poggio a Caiano où elle est aujourd'hui encore conservée* ».

Tous les commentaires sont présentés par deux narrateurs anonymes, une femme et un homme, qui alternent un commentaire sur deux. L'autorité des

informations présentées n'est pas précisée, et le visiteur doit supposer que les informations viennent des mêmes sources que tous les éléments de l'exposition.

Le dispositif emploie également des citations dans plusieurs commentaires, ce qui les rend plus vivants par le changement de la voix du narrateur dans un même commentaire.

### *c. Rôle du visiteur*

Le visiteur est rarement impliqué directement dans les commentaires. Les narrateurs utilisent parfois des formules comme « *on peut voir* » (commentaire 3), « *vous pourrez admirer* » (commentaire 2), « *remarquez* » (commentaire 10) et « *nos rêves peuvent nous conduire en des territoires interdits ou dangereux et tromper notre raison* » (commentaire 1). Ces phrases incluent les visiteurs dans les commentaires et les repèrent dans l'espace. Mais les phrases de ce type sont limitées dans les commentaires.

Il n'existe que deux commentaires qui mentionnent l'exposition et son parcours. Le commentaire introductif du parcours commence avec : « *Bienvenue au Musée du Luxembourg pour l'exposition... Vous serez guidé du cœur de la nuit à l'aurore pour découvrir le thème du rêve...* », et le commentaire 13 pour *Le rêve du docteur* introduit la cinquième section en terminant avec : « *Nous commençons à entrer dans le domaine sombre et inquiétant du rêve... Ces manifestations particulières de l'intériorité de l'individu n'ont pas échappé aux artistes, qui ont su les rendre visibles* ». Les autres références aux sections de l'exposition sont indirectes.

Le visiteur est supposé avoir une connaissance générale de l'histoire de l'art, mais parfois une connaissance plus approfondie des sujets représentés, des mouvements philosophiques, des mots de vocabulaire complexes ou sur la manière d'analyser un tableau, est exigée. Par exemple, le commentaire 13 pour *Le rêve du docteur* est très complexe, en citant des interprétations de cette gravure par Erwin Panowsky qui n'est pas présenté, des liens avec un texte du 15<sup>e</sup> siècle et une interprétation d'une source anonyme qui fait un lien avec une autre histoire mythologique. Le commentaire 17 pour *Le Rêve de la vie humaine* est aussi très exigeant, en parlant des diverses interprétations de l'œuvre qui ont inspirées celle-ci. Pour comprendre ces commentaires, le visiteur doit être capable d'appliquer ces notions théoriques assez rapidement aux œuvres devant lui.

Le visiteur est aussi supposé avoir une connaissance du christianisme, l'iconographie, l'histoire et la théologie. Par exemple, le commentaire 10 sur *Vision de Philippe II* mentionne le Concile de Trente, le commentaire 12 sur *Le Songe de Jacob* compare les anges sur l'échelle à la figure du Christ, le commentaire 14 pour *Vision de l'au-delà* parle du Jugement Dernier, à chaque fois sans explication supplémentaire.

Même si une petite explication des personnages ou des mouvements artistiques est parfois proposée, les commentaires mentionnent plusieurs références et dates, qui deviennent une grande quantité de données à garder en tête. Par exemple, le commentaire 8 pour *Le Songe d'Enée* mentionne neuf noms, quatre lieux, et un ouvrage en seulement 1:56 minutes. Le visiteur sans une connaissance préalable approfondie ne peut pas se repérer dans la suite des informations transmises.

Le visiteur est aussi supposé avoir retenu les éléments précédents de l'exposition. Par exemple, dans le commentaire 4 pour *Diane et Endymion*, le narrateur mentionne l'œuvre de Battista Dossi déjà présentée dans la salle précédente. Le commentaire 7 suppose que le visiteur se souvient d'une référence à un texte dans le sixième commentaire, ce qui est difficile à faire quand autant de références sont fournies sans explications. Plusieurs commentaires informent le visiteur qu'il verra des éléments plus tard dans l'exposition : le commentaire 2 dans la première section, par exemple, mentionne que le visiteur peut voir le *Songe de Raphaël* plus loin, une œuvre qui se trouve dans la cinquième section et qui ne bénéficie pas d'un commentaire audio. Il est donc demandé au visiteur de retenir les informations données pour les réemployer plus tard.

Pour quelques œuvres, le commentaire présente plusieurs hypothèses sur la manière d'interpréter l'iconographie, par exemple dans le troisième et le sixième commentaire, ce qui offre l'opportunité au visiteur de choisir par lui-même quelle interprétation il valide.

L'imagination du visiteur est stimulée de plusieurs manières, notamment à travers le vocabulaire riche, le ton parfois narratif et les citations. Les commentaires posent parfois une question rhétorique et y répondent ensuite de manière ouverte. Par exemple, le commentaire 11, pour *La Vision de Saint Augustin*, commence en demandant : « *La vision miraculeuse pourrait-elle être définie comme un rêve éveillé ?* »

## *D. L'outil dans l'espace : les relations avec les autres éléments de l'exposition*

Les contenus audio sont écoutés dans un contexte muséal spécifique qui communique déjà un discours aux visiteurs. Le rapport entre les œuvres, l'organisation spatiale et les écrits qui font partie intégrante de la mise en scène, sont les producteurs de sens au sein de l'exposition. En examinant les relations entre cet outil et les autres éléments de l'exposition, une vision plus claire de son rôle est découverte.

### 1. Les œuvres

#### *a. Traitement de l'œuvre*

Les commentaires ont été étudiés pour déterminer s'ils présentent leurs discours par le biais des œuvres. La question étant de savoir si l'usage de ce dispositif concurrence l'observation des objets.

Les commentaires traitent les œuvres des cinq manières suivantes :

- L'œuvre est le sujet du commentaire et le discours vient l'appuyer (seize commentaires) ;
- L'œuvre est une illustration d'un propos (un commentaire) ;
- L'œuvre commence comme le sujet mais elle devient une illustration (un commentaire) ;
- L'œuvre commence comme une illustration mais elle devient le sujet (un commentaire) ;
- *L'œuvre n'est pas traitée* (un commentaire).

Le fait que la majorité des commentaires (80%) traitent l'œuvre uniquement comme le sujet du propos est significatif (voir Figure 75). Il montre une volonté d'aborder les œuvres de manière directe.

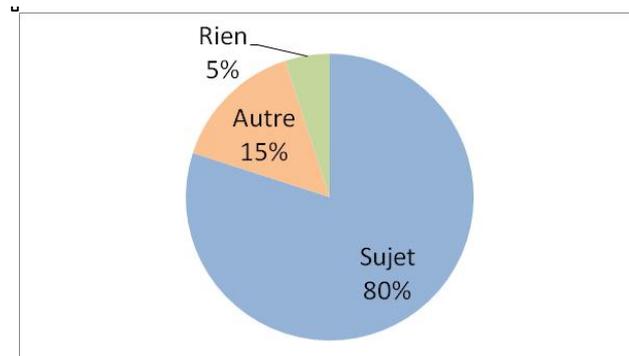


Figure 75 : Traitement de l'œuvre dans le commentaire

Les deux commentaires qui n'abordent pas directement une œuvre, au moins pour une partie, sont le commentaire introductif et le commentaire 17 sur *Le Rêve de la vie humaine*. Leurs contenus, par contre, aident à la compréhension générale de l'exposition ou de l'œuvre associée.

On observe donc une complémentarité entre l'outil audio et le discours de l'exposition elle-même qui place les œuvres dans un contexte historique et philosophique en les regroupant par thèmes.

#### b. Observation

Un aspect important des commentaires concerne la succession du propos sur l'œuvre ou le contexte de l'œuvre. Treize commentaires sur vingt (65%) commencent leur discours avec le contexte de l'œuvre, contre sept commentaires qui débutent avec un propos sur l'œuvre elle-même.

Quand un commentaire commence avec le contexte, le visiteur se trouve devant une œuvre sans une aide à l'observation évidente. Par exemple, pour le commentaire 18 pour *Dossier de lit avec scènes mythologiques et grotesques*, le visiteur passe quarante-cinq secondes devant cet objet avant que le commentaire ne porte directement sur les éléments visibles de l'œuvre. Un tel commentaire indique au visiteur que le contexte du tableau est aussi important que ce qu'il peut observer.

Quand un commentaire débute par un élément visuel, par contre, le visiteur est immédiatement absorbé dans l'œuvre. Cela est le cas dans le commentaire 9 pour *La Vision de Sainte Hélène*, qui commence avec une description visuelle des figures représentées et leurs symboles. Le visiteur est invité à parcourir tout de suite les éléments visuels de l'œuvre, les explications des interprétations et l'hypothèse pour

l'emplacement d'origine ne sont donnés qu'après et sont expliqués à partir des détails du tableau.

Tous les commentaires, sauf un, mentionnent des éléments visuels dans le tableau pour aider le visiteur à regarder l'œuvre devant lui, mais de manières différentes. Dans quarante pourcent des commentaires plus de la moitié du temps est dédié aux éléments visuels, comme les descriptions des compositions ou du sujet traité, et quarante-cinq pourcent des commentaires utilisent au moins la moitié de leur temps en le faisant (voir Figure 76).

Seulement dix pourcent des commentaires ne se concentrent pas largement sur des éléments d'observation, et le commentaire 0 n'aborde aucune œuvre.

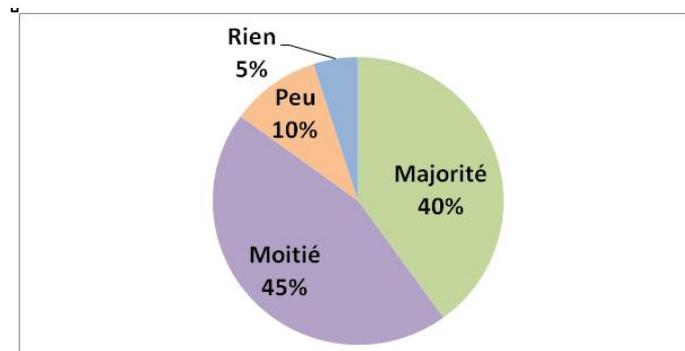


Figure 76 : Proportion des commentaires qui aident directement à l'observation

Cet aspect peut avoir une conséquence importante sur l'expérience du visiteur devant l'œuvre et sa compréhension du propos de l'exposition. La grande majorité (85%) des commentaires aborde les éléments visuels de façon importante, ce qui témoigne une volonté de donner la priorité à aborder ce que le visiteur peut observer, ainsi qu'une volonté d'éduquer le regard du visiteur.

Soixante pourcent des commentaires présentent des informations qui aident à la compréhension générale de l'œuvre et de son contexte. Souvent ce contenu n'aide pas directement à observer l'œuvre

### c. Preuves visuelles

Des preuves visuelles venant appuyer chaque déclaration ne sont pas fournies de façon systématique dans cet outil, parfois dans un même commentaire. Quelques déclarations sont faites à l'aide de preuves visuelles, mais pour celles auxquelles ces

preuves manquent, le visiteur doit s'appuyer sur son propre bagage culturel ou accepter l'autorité des concepteurs de l'outil.

Plusieurs commentaires présentent des preuves qui se trouvent dans les œuvres. Par exemple, le commentaire 19 pour *Amour et Psyché* appuie son discours sur des éléments visibles dans l'œuvre. Les interprétations de la scène sont fortement justifiées par des éléments visuels, par exemple : « *Cet éveil est aussi un moment particulièrement chargé de sensualité, comme souligne d'ailleurs l'ensemble de la composition* », dont le baldaquin rouge, le sexe des deux amants à peine voilé et l'orientation du regard de Psyché. En outre, le « *style vibrant et théâtral du Greco* » est, dans le commentaire 10 pour *Vision de Philippe II*, « *destiné à impliquer émotionnellement le spectateur, afin qu'il se sente inclus dans cette humanité qui se soumet au nom du Christ* ». Le contenu audio présente les éléments visuels qui justifient les analyses.

Il existe aussi plusieurs exemples de commentaires qui mentionnent une référence sans la montrer au visiteur, surtout parce que cet outil n'offre pas des images de comparaison. Le commentaire 5 pour *Vénus et l'Amour endormis découverts par un satyre* compare la pose de Vénus avec celle de la sculpture antique, *Ariane endormie*, mais aucune image n'est présentée pour le confirmer. Le commentaire 15 pour *Vision apocalyptique* constate que les images dans ce tableau « *rappellent l'univers de Bosch mais s'en distinguent* » sans donner de détails spécifiques pour justifier cette interprétation. Le manque de preuves visuelles exige une connaissance générale du contexte de l'exposition de la part du visiteur, ou une confiance en l'autorité des contenus audio.

Les contenus audio justifient leur discours à travers des œuvres, mais ils négligent parfois de mentionner que ces œuvres sont présentées à proximité dans l'exposition. Par exemple, le commentaire 9 pour *La Vision de Sainte Hélène* mentionne que ce tableau « *est certainement dérivé d'une gravure de Marcantonio Raimondi* », mais ne dit pas que cette gravure est exposée à gauche du tableau. Le commentaire 1 sur *Allégorie de la Nuit* parle beaucoup de la sculpture de Michel-Ange, mais ne fait référence ni aux reproductions ni à l'image de l'original présentée sur le mur en face du tableau commenté.

#### d. Compréhension des œuvres non commentées

Sur les quatre-vingt-cinq œuvres présentées dans l'exposition, un quart (vingt-deux) d'entre elles sont commentées directement par un commentaire audio. Deux commentaires (12 et 18) sur vingt présentent deux ou trois œuvres.

Les autres soixante-trois œuvres ont été examinées pour voir si les contenus audio aident les visiteurs à les observer et comprendre pourquoi elles sont incluses dans la section. La majorité des œuvres non commentées (76%) est indirectement expliquée par les contenus audio ; la majorité des œuvres exposées (82%) est donc expliquée directement ou indirectement (voir Figure 77).

Section	Œuvres dans la section	Œuvres non commentées		
		Total	Expliquées ?	
1. La nuit	8	6	Oui	6
			Non	-
2. Vacances de l'âme : Dormir, rêver peut-être	11	8	Oui	4
			Non	4
3. Vacances de l'âme : inspiration, ravissement, allégorie	18	15	Oui	8
			Non	7
4. Visions de l'au-delà	21	16	Oui	16
			Non	-
5. Rêves énigmatique, et visions cauchemardesques	12	8	Oui	8
			Non	-
6. La vie est un rêve	12	8	Oui	5
			Non	3
7. L'aurore et le réveil	3	2	Oui	-
			Non	2
<i>Œuvres non expliquées par les contenus audio dans l'exposition</i>				18%

Figure 77 : Œuvres commentées et non commentées

Trois sections sur sept contiennent des œuvres qui sont toutes expliquées par les contenus audio. Leurs thématiques (les représentations de la figure de la Nuit, les visions et les scènes cauchemardesques) sont expliquées dans les contenus audio de manière à ce que le visiteur puisse regarder les œuvres non commentées en sachant quels éléments généraux de style sont importants. La compréhension des

œuvres non commentées n'est pas toujours très approfondie ; si le visiteur souhaite en apprendre plus sur les œuvres non commentées, il doit s'appuyer sur les autres outils de médiation. Par exemple, les commentaires de la quatrième section se concentrent sur les visions et songes inspirés par Dieu, qui signale au visiteur qu'il doit chercher ces éléments dans toutes les œuvres dans la section. Mais les détails de chaque vision varient pour chaque œuvre.

Quatre sections sur sept contiennent des œuvres non commentées expliquées et sans explications. Les œuvres non commentées sans explications exigent du visiteur qu'il cherche les raisons de leur inclusion dans cette section dans les autres outils de médiation, notamment les textes dans les salles. Par exemple, la dernière section présente une œuvre commentée, *Amour et Psyché*, mais les deux autres œuvres dans la salle ne représentent pas cette histoire. Le commentaire audio 19 n'aborde pas l'idée générale de l'éveil ou de l'aurore, les deux tableaux ne sont donc pas mis en contexte.

## 2. La muséographie-scénographie

### a. La circulation et les œuvres mises en valeur

Le parcours de circulation du visiteur qui utilise l'outil suit celui suggéré par la muséographie-scénographie dans trois sections sur sept. Par exemple, dans la troisième section, l'ordre des œuvres commentées dans les contenus audio suit la circulation des visiteurs dans la section en avançant vers le fond de la salle, se concentrant sur les œuvres mises en valeur par la scénographie. La dernière salle, quant à elle, est centrée visuellement sur *Amour et Psyché*, qui est aussi le premier tableau que le visiteur aperçoit en entrant dans la section. Par contre, même si l'ordre des œuvres de la quatrième section suit la circulation des visiteurs dans les salles, une des œuvres commentées, *La Vision de Saint Augustin*, n'est pas particulièrement mise en valeur par la muséographie-scénographie.

Quatre sections présentent une tension entre le parcours de l'outil et celui de la muséographie-scénographie. La cinquième section par exemple ne présente que les œuvres sur le mur gauche de la salle, sauf la première gravure à droite. Le manque de contenus audio pour ces œuvres crée une lacune dans le parcours audio. Cela

est dû au fait que ces œuvres, représentent des versions d'un sujet, *Le Rêve de Raphaël*, qui n'est pas directement abordé par les commentaires de cette section mais qui bénéficie d'une image de référence sur le cartel et qui a été mentionné dans la première section.

Les première, deuxième et sixième sections posent aussi problème. Les œuvres commentées sont pour la plupart mises en valeur par la muséographie-scénographie, par contre la numérotation des œuvres ne correspond pas à la circulation de la salle. Par exemple, dans la deuxième section, la deuxième œuvre commentée, selon la numérotation, est celle qui est la plus loin de l'entrée de la salle, et le visiteur doit passer devant beaucoup de tableaux attirants avant d'y arriver, et notamment devant le tableau qui fait l'objet du troisième commentaire. (voir Figure 78). Comme ces commentaires sont étroitement liés aux œuvres, le sens du contenu ne change pas énormément si l'ordre est modifié dans ce cas.

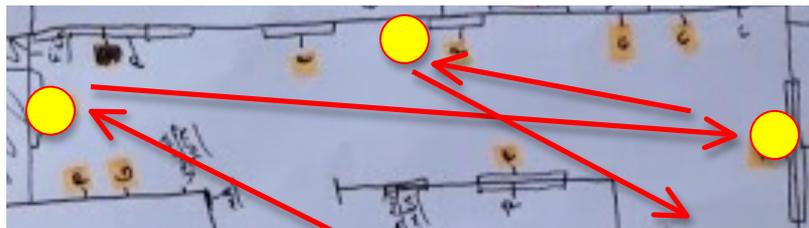


Figure 78 : Plan de la deuxième salle de l'exposition

Deux commentaires abordent plus d'une œuvre, dans les quatrième et sixième sections. Le commentaire 12 pour *Le Songe de Jacob* présente également le tableau de Jacopo Ligozzi. Mais il est seulement dit que le tableau est « *présenté dans la même salle* » et on ne laisse pas le temps au visiteur de le situer sur le mur en face et de se déplacer, avant de donner les informations sur cette deuxième œuvre. Le commentaire 18 pour *Le dossier de lit avec scènes mythologiques et grotesques* pose le même problème, il présente trois œuvres dans un ordre illogique en obligeant le visiteur à traverser la pièce deux fois (voir Figure 79).

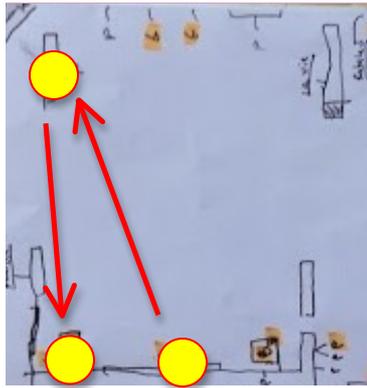


Figure 79 : Plan de la sixième section de l'exposition

Les œuvres commentées sont distribuées de manière relativement équitable dans les salles, à deux exceptions près : on note un manque d'œuvres commentées dans la dernière partie de la quatrième section, et au contraire une concentration d'œuvres commentées dans la cinquième section (voir Figure 80). Il en résulte cependant une bonne circulation dans les salles ; en suivant le parcours audio, le visiteur est obligé de se déplacer de section à section ce qui permet de rythmer la visite.

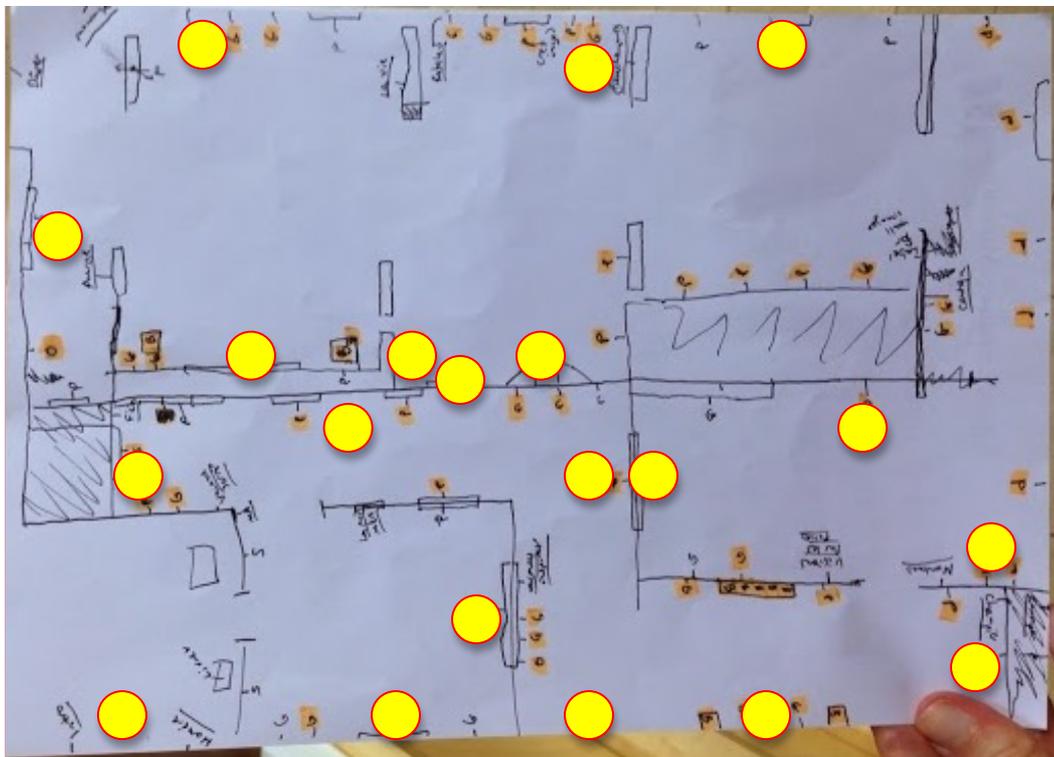


Figure 80 : Œuvres commentées

### *b. L'espace devant les œuvres*

Il existe un espace confortable devant la majorité des œuvres commentées. Les œuvres sont soit assez grandes pour permettre une observation par plusieurs visiteurs, soit il existe un espace confortable autour des plus petites œuvres. La cinquième section est par contre un contreexemple (voir Figure 81). Elle est plus petite, et comme les œuvres commentées sont placées principalement sur le mur gauche, les visiteurs stagnent à cet endroit.



*Figure 81 : La cinquième section*

## 3. Les écrits

### *a. Les œuvres mises en valeur*

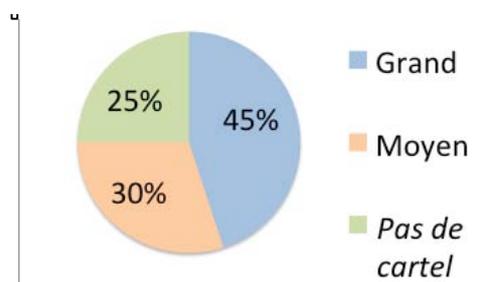
Dans cette exposition, les œuvres sont mises en valeur par les textes in situ de plusieurs façons. Les panneaux de section introduisent plusieurs œuvres dans leurs présentations. Les textes supplémentaires tels que les cartels développés mettent en avant des œuvres spécifiques.

Trois quarts des œuvres exposées bénéficient d'un cartel développé. Sur près des soixante cartels développés d'œuvres dans l'exposition, seulement dix-sept (28%) de ces œuvres commentées bénéficient également d'un commentaire audio. Soixante-dix-sept pourcent des œuvres commentées par les contenus audio bénéficient aussi d'un cartel allongé. Cela indique au visiteur que les œuvres commentées par l'outil audio font partie des œuvres déjà mises en valeur dans la section, qui ont mérité une médiation supplémentaire.

Les neuf citations sur les murs se concentrent plutôt sur le thème de la section que sur les œuvres individuelles.

#### *b. Chevauchement des contenus*

Tous les commentaires audio pour des œuvres qui bénéficient aussi d'un cartel développé (quinze commentaires, ou 75%) ont un chevauchement moyen ou grand avec les contenus des cartels développés (voir Figure 82). Par exemple, toutes les informations dans le cartel développé pour *Le Rêve du docteur* se trouvent dans le commentaire 13, même la citation, mais ce dernier fournit plus de détails. Le cartel développé pour *La Vision de Sainte Hélène* est une version plus condensée de la première moitié du commentaire 13. Le cartel développé et le commentaire 11 pour *La Vision de Saint Augustin* présentent des idées semblables sur le sujet représenté, mais le cartel fournit des détails qui ne se trouvent pas dans les contenus audio.



*Figure 82 : Chevauchement entre les cartels développés et les commentaires audio*

Le chevauchement entre les commentaires audio et les cartels développés est tel que les deux formes de médiation se complètent ou sont redondantes, selon le commentaire. Chacune de ces formes de médiation abordent les œuvres de manière différente, mais parfois les concepts et les détails analysés se répètent, alors que l'accent est toujours mis sur des informations différentes.

Quatorze commentaires (70%) ont un chevauchement petit ou indirect avec les panneaux de section (voir Figure 83), qui contiennent notamment les thèmes qui structurent la section. Par exemple, le panneau de la troisième section et le

commentaire 6 pour *Le songe de la jeune fille* abordent les liens entre les rêves et les allégories. Le panneau de la quatrième section et le commentaire 9 pour *La Vision de Sainte Hélène* ne partagent que l'idée générale que les rêves peuvent être inspirés par Dieu pour présenter les visions de l'au-delà.

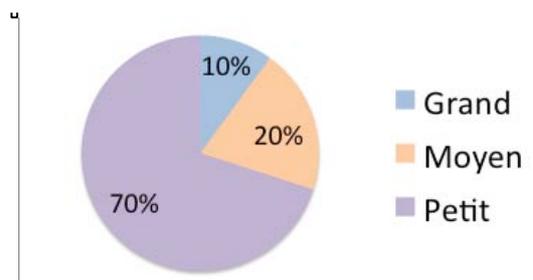


Figure 83 : Chevauchement entre les panneaux de section et les commentaires audio

Six commentaires (30%) ont un moyen ou un grand chevauchement avec les panneaux de section. Par exemple, le panneau de la cinquième section et le commentaire 13 pour *Le Rêve du docteur* présentent des interprétations différentes de l'iconographie de cette gravure ainsi que la nature inquiétante des rêves. Le panneau de la sixième section et le commentaire 18 pour le *Dossier de lit avec scènes mythologiques et grotesques* mentionnent le contexte culturel de l'œuvre, surtout la figure de François 1<sup>er</sup> de Médicis.

Les commentaires audio et les panneaux de section sont complémentaires ; chaque outil donne une perspective indépendante et parfois différente pour comprendre l'œuvre et son contexte, sans beaucoup de chevauchement.

### c. Les différences entre les expériences

Les expériences proposées par chaque forme de médiation ont donc été examinées pour voir les différences entre la lecture uniquement des textes de l'exposition, ou l'écoute des commentaires audio. Si le visiteur n'écoute pas l'audioguide, il n'a pas accès à autant de descriptions visuelles. Par exemple, le commentaire 9 pour *La Vision de Sainte Hélène* décrit les éléments visuels du tableau qui ne se trouvent pas dans le cartel développé ou le panneau de section, et

notamment les détails qui justifient l'hypothèse qu'il était originalement le volet droit d'un orgue. Vingt-cinq pourcent des œuvres commentées par les contenus audio ne bénéficient pas d'un cartel développé (voir Figure 83 : Chevauchement entre les cartels développés et les contenus audio). Le commentaire audio aide le visiteur à comprendre les aspects uniques de l'œuvre devant lui, comme, par exemple, dans la dernière section avec *Amour et Psyché* qui est commenté par les contenus audio mais qui n'a pas de cartel développé.

Les commentaires audio ont aussi tendance à être moins denses que les écrits sur les murs. Par exemple, dans le commentaire 5 pour *Vénus et l'Amour endormis découverts par un satyre*, la narration de l'histoire représentée comprend des phrases descriptives comme, « *La simple vision de la beauté de son corps devient le catalyseur d'une sorte de révélation et fait d'elle l'inspiratrice non seulement des désirs charnels de l'homme, mais aussi de son élévation spirituelle. Car une telle beauté conduit nécessairement à la contemplation* ». Le cartel développé communique le même message dans une phrase plus courte : « *Son corps dévoilé, à la fois charnel et spirituel, appelle à la contemplation et à la sublimation, sans cesser de susciter le désir* ». Les contenus audio laissent parfois plus de temps pour la compréhension des informations par le visiteur.

Si le visiteur ne lit pas les écrits sur les murs, de manière générale, il n'a pas une compréhension aussi solide du contexte philosophique et historique de l'exposition, et de la places des œuvres dans ce discours. Par exemple, dans la dernière salle, le commentaire 19 pour *Amour et Psyché*, la seule œuvre commentée dans la section, n'aborde que l'œuvre avec une description visuelle, son contexte de création et le sujet représenté. Le panneau de section décrit les thèmes de cette salle, mais aussi comment cette œuvre figure dans le discours de l'exposition : « *Certains réveils sont périlleux, tel celui d'Eros brûlé (en plein nuit) par la lampe de Psyché* ».

Les panneaux de section sont aussi très évocateurs et créent une atmosphère presque poétique, par exemple la première section qui commence avec : « *Mère du sommeil et des songes, la nuit est profondément ambivalente. Elle ouvre un espace et un temps d'inquiétude, voire de terreur ; mais elle apaise aussi et invite au recueillement* ». Les commentaires audio, qui se concentrent sur les œuvres, ne communiquent pas aussi fortement cette impression.

#### *d. Autonomie des contenus audio*

Les contenus audio sont autonomes. Le visiteur peut, de manière générale, visiter l'exposition en les écoutants sans avoir besoin de lire les écrits sur les murs pour comprendre les commentaires. Seulement dix-huit pourcent des œuvres dans l'exposition ne sont pas expliquées, directement ou indirectement, par les contenus audio (voir Figure 77 : Œuvres commentées et non commentées). Le visiteur a donc une base pour observer la grande majorité des œuvres. Dans ce sens, les contenus audio fonctionnent indépendamment des écrits sur les murs.

Par contre, comme les contenus audio se concentrent plus sur les aspects visuels que sur le contexte des œuvres, il existe une complémentarité entre les commentaires et les écrits, surtout les panneaux de section. Les redites qui existent entre ces deux formes de médiation servent à souligner l'importance de ces informations au lieu d'être redondantes. Même si les cartels développés des œuvres commentées proposent des contenus qui n'ajoutent pas beaucoup aux commentaires audio, ils mettent souvent des accents différents sur les informations. Les cartels développés des œuvres non commentées complètent bien les commentaires audio.

## *E. Synthèse de l'analyse*

Les analyses précédentes sont examinées pour déterminer comment les contenus audio résultants permettent d'atteindre les objectifs fixés pour cet outil dans l'exposition.

La fidélité au message des commissaires de l'exposition est respectée de plusieurs façons, et notamment à travers grand chevauchement entre les commentaires audio et les cartels développés, rédigés par les commissaires eux-mêmes. Mais, comme les commentaires sont tous présentés par un narrateur masculin anonyme, l'autorité des informations présentées n'est pas précisée. Cette fidélité est aussi garantie dans la production des contenus audio parce qu'on transmet à l'auteur des contenus audio, les textes et les notices du catalogue. Les commentaires audio sont tous validés par le Musée avant leur production.

Par contre, la grande majorité (80%) des commentaires traite les œuvres comme le sujet du commentaire, ce qui témoigne d'une volonté de se concentrer sur l'œuvre plutôt que son contexte. Ce fait n'a pas de grande cohérence avec le discours de l'exposition qui présente les œuvres comme l'illustration d'un propos philosophique et littéraire.

Les contenus audio visaient à transmettre un contexte chargé de références philosophiques et littéraires. La volonté d'aborder ces divers aspects est respectée par le fait que les types de contenus présentés dans les commentaires concernent les éléments suivants : le contexte culturel, les inspirations littéraires, les interprétations philosophiques.

L'objectif d'avoir des contenus audio adaptés à un public d'amateurs est atteint. Le visiteur est supposé avoir une connaissance générale de l'histoire de l'art, avec souvent une connaissance plus approfondie des sujets représentés, des mouvements philosophiques ou des clés de lecture des œuvres. Le ton est tantôt descriptif tantôt académique, les œuvres sont parfois traitées de manière très sophistiquées. Le visiteur est supposé comprendre les commentaires, mais aussi se souvenir des références plus loin dans l'exposition.

Concernant la circulation dans l'espace, les œuvres commentées sont pour la plupart distribuées équitablement dans les salles, sauf dans la cinquième section. Par contre, quatre sections sur sept présentent une tension entre le parcours de

l'outil et celui de la muséographie-scénographie. On a cherché à produire des commentaires qui ne dépassent pas 1:50 minutes chacun, et ils durent en moyenne 1:49 minutes.

Une complémentarité entre les commentaires et les écrits a été visée : l'outil audio ne devait être pas trop redondant. Cela se voit dans le fait que soixante-dix pourcent des commentaires audio ont un petit chevauchement avec les panneaux de section. Les commentaires audio ont tendance à se concentrer plutôt sur les détails visuels des œuvres, alors que les panneaux de section se focalisent plus sur leur contexte. Par contre, tous les commentaires audio pour les œuvres qui bénéficient aussi d'un cartel développé ont un chevauchement grand ou moyen avec ces textes. Les cartels développés présentent des redondances.

# CHAPITRE 4: SYNTHÈSE DES RESULTATS

Les résultats présentés découlent de l'analyse de cas pratiques de mise en place d'outils audio par des musées dans leurs expositions temporaires. Même si ces études n'examinent les démarches et dispositifs de trois institutions seulement, elles permettent de retirer des conclusions plus générales sur l'introduction des contenus audio au sein de l'exposition.

Les trois éléments sur lesquelles la réflexion s'est portée sont la conception de l'outil, à savoir les objectifs, le processus de production et sa réalité physique. Ensuite les rapports avec l'exposition ont été pris en compte, notamment la complémentarité de l'outil et son utilisation dans l'espace. Le dernier champ de réflexion visait à déterminer comment les contenus audio facilitent l'apprentissage intellectuel et visuel, ainsi que la participation du visiteur dans son expérience. Ces éléments ont été examinés afin de comprendre quels sont les enjeux de la création des outils audio, et quelles sont les manières d'y répondre.

## I. CONCEPTION

La conception de l'outil est la première étape du processus qui aboutit à la création des contenus audio proposés aux visiteurs dans. L'outil est conçu selon un certain nombre d'objectifs, ensuite il est produit avec les ressources de l'institution et enfin proposé au public dans une certaine réalité physique.

L'outil est créé pour être utilisé dans une exposition spécifique qui n'existe pas encore au moment de la production. Les choix effectués pendant cette étape ont des conséquences sur l'utilisation de l'outil dans l'espace et donc sur l'expérience du visiteur.

## *A. Objectifs*

Les objectifs pour l'outil peuvent concerner le contenu, l'expérience du visiteur, ou le rapport entre l'audio et l'écrit. L'institution peut avoir beaucoup d'objectifs pour son outil, ou elle peut le proposer juste pour répondre à une attente de son public.

Même si ces trois institutions avaient des buts pour leurs outils, elles ne mentionnaient pas des pratiques d'excellence détaillées pour assurer la qualité de leur produit. Et les objectifs restaient relativement restreints en nombre. Les objectifs fixés pour les outils par leurs concepteurs ne comprenaient pas tous les éléments que ce travail a étudiés, comme l'implication du visiteur, l'identification de l'autorité des informations, la compréhension des œuvres non commentées par les contenus audio, par exemple.

Cette étude considère qu'aucune institution n'a atteint la totalité de ses objectifs. Mais on peut noter qu'au cours de l'entretien avec la responsable du développement des publics et de la programmation culturelle au Musée du Luxembourg, elle a mentionné son souhait d'améliorer le processus de production des audioguides à l'avenir.

## *B. Production*

Le type d'équipe qui produit l'outil a un impact sur le résultat. Par exemple, le Musée du Louvre est une grande institution qui a une politique ambitieuse pour son offre de médiation <sup>126</sup>. Même si l'équipe de médiation a travaillé avec un prestataire pour produire les contenus audio, elle a pu dédier des ressources humaines dans la création d'un produit qui représentait l'institution. Les deux autres musées sont beaucoup plus petits, avec des ressources humaines plus modestes. Ces derniers ont aussi travaillé avec des prestataires, qui ont pris une part plus importante à la transformation des contenus scientifique en un discours de médiation.

Le prix de l'outil est un élément crucial pour montrer le rôle du dispositif dans l'exposition. Tous les outils analysés dans ce travail étaient payants, ce qui indique au visiteur qu'ils sont un élément en plus de l'exposition, pas nécessaires à la compréhension du discours.

---

<sup>126</sup> Site Web du Musée du Louvre : <http://www.louvre.fr/missions-et-projets>

La réalité physique de l'outil joue un rôle important dans son fonctionnement. Par exemple, toutes les trois institutions ont aussi proposé une application mobile, ce qui permet au visiteur de rapporter les contenus chez lui et offre une possibilité de poursuivre la visite. Seul le Musée du Luxembourg a proposée une application mobile avec des services, restant toutefois simples, comme la possibilité de marquer les œuvres comme préférées et de partager sur les réseaux sociaux.

Il est aussi important de réfléchir sur l'intégration des nouvelles technologies dans les espaces du musée. Par exemple, le Musée du Luxembourg présente un panneau après la billetterie qui encourage le visiteur à télécharger l'application mobile sur son téléphone portable ; mais, juste avant l'entrée de l'exposition, on demande aux visiteurs d'éteindre leurs téléphones (voir Figure 84). Le rapport visé par le musée entre le visiteur et son téléphone portable n'est pas clair dans l'espace d'exposition.



Figure 84 : Les panneaux du Musée du Luxembourg

## II. RAPPORTS AVEC L'EXPOSITION

Un enjeu majeur est le rôle de l'outil dans l'espace d'exposition et ses rapports avec les autres éléments de l'exposition. Il est complexe de décider comment l'outil trouvera sa place dans l'exposition, et encore plus compliqué d'atteindre cet objectif.

Il est important d'assurer la place de cet outil dans la cohérence de l'exposition pour faciliter le traitement du contenu de l'exposition. Les autres éléments de l'exposition présentent déjà un discours complet, et l'outil ajoute encore un propos dans cet espace communicatif. Les messages proposés par les deux doivent être examinés pour assurer qu'il n'existe pas de contradictions entre les contenus ou leurs présentations.

Les contenus audio ne sont pas seulement utilisés dans un espace de communication, mais aussi dans un lieu physique. La relation entre les contenus et l'espace a aussi des conséquences sur l'expérience du visiteur, ce qui mérite réflexion.

### *A. Complémentaire ou redondant ?*

Une question importante pour les concepteurs des contenus audio est de savoir comment les informations présentées seront en rapport avec les écrits in situ. Suppose-t-on que les visiteurs lisent les textes et écoutent les commentaires, et donc que les redondances doivent être évitées ? Ou bien les contenus audio doivent-ils être un outil autosuffisant qui inclut tout ce que le visiteur a besoin pour comprendre l'exposition ? Les trois outils étudiés proposent des solutions différentes à cet enjeu.

Les objectifs ne sont pas toujours tenus par les processus de production des outils. Par exemple, le Musée du Luxembourg visait à créer un outil qui soit un complément aux écrits in situ sans trop de redondance. Par contre, le commissaire a rédigé les écrits après que les commentaires audio aient été produits. Il était donc difficile d'enrichir les contenus audio par rapport aux textes de salle, et l'outil résultant présentait beaucoup de chevauchement entre les contenus et les écrits, notamment les cartels développés. D'un autre côté, le Musée Jacquemart-André visait à créer un outil autonome qui pouvait être utilisé indépendamment de la lecture des textes. Même si les contenus audio résultants sont autonomes, ils se concentrent beaucoup sur les œuvres sans toujours aborder directement les thématiques de chaque section. Le discours de l'outil n'était pas le même que celui de l'exposition.

Le Musée du Louvre visait à produire des contenus audio qui étaient un complément aux écrits in situ et aussi un outil indépendant, un but ambitieux et parfois contradictoire. Par exemple, pour être un dispositif indépendant qui transmet le discours de l'exposition, il doit nécessairement y avoir des redondances dans les contenus ; dans ce cas, les deux formes de médiation ont parfois partagé les mêmes phrases, étant donné que le commissaire a écrit des parties de chacun des outils. Mais pour être un dispositif complémentaire aux écrits, les contenus audio doivent proposer des approches différentes des œuvres qui créent un équilibre avec les

informations données dans les textes ; dans ce cas, la majorité des commentaires audio ont un chevauchement moyen ou pas du tout de chevauchement avec les cartels développés, et un petit chevauchement ou pas du tout de chevauchement avec les panneaux de section. Même si l'outil n'est pas parfait dans la manière qu'il a d'atteindre son objectif, il est presque indépendant et complémentaire en même temps.

Les commentaires audio ont joué des rôles différents dans les offres de médiation de ces trois expositions, où les écrits in situ avaient des traitements très variés. Le Musée Jacquemart-André n'a proposé qu'un seul cartel développé, le Musée du Luxembourg a présenté un cartel développé pour la majorité des œuvres, et le Musée du Louvre se trouvait entre les deux offres. Il existe donc une plus grande volonté de présenter des informations additionnelles sur les œuvres individuelles au Musée Jacquemart-André, qui a seulement présenté ces données brièvement dans les panneaux de section, et une moins grande volonté au Musée du Luxembourg où on offrait aux visiteurs plus de façons différentes de recevoir ces informations.

## ***B. L'outil dans l'espace***

Les outils ont été étudiés dans les espaces d'exposition pour lesquels ils ont été conçus, afin de voir les effets possibles de leur utilisation. Un enjeu qui se présentait était de savoir comment donner des numéros aux commentaires. Deux des outils étudiés ont donné des numéros spécifiques pour chaque commentaire, en proposant un ordre très clair pour le parcours audio. Le Musée Jacquemart-André, par contre, a utilisé des numéros déjà donnés à chaque œuvre dans l'exposition, ce qui a rendu beaucoup moins clair l'ordre de visite. Une différence entre les deux technologies apparaît alors. Pour l'application mobile, une numérotation moins cohérente ne pose pas un grand problème, car une liste des œuvres commentées avec des images est visible sur l'écran. Par contre, l'audioguide ne propose pas cette aide, le visiteur doit donc soit être très attentif aux numéros soit s'appuyer sur la scénographie pour établir l'ordre du parcours. Cela peut être compliqué quand les concepteurs des contenus audio ne connaissent quelle sera la muséographie-scénographie ou l'emplacement définitif des œuvres au moment de la production des commentaires

audio. Le parcours audio résultant varie parfois avec celui suggéré par la muséographie-scénographie finale.

Un enjeu concerne la manière de gérer les commentaires qui abordent plusieurs œuvres. Le visiteur a besoin qu'on lui indique où aller pour trouver la prochaine œuvre, et d'assez de temps pour y arriver, ce qui peut être difficile à intégrer dans la production des commentaires audio, avant que le plan des œuvres ne soit finalisé. Les outils avaient tendance à constater qu'une œuvre était « *a proximité* » au lieu de donner une localisation plus spécifique. Le Musée du Louvre avait tendance à séparer ses commentaires en deux parties, ce qui laisse au visiteur plus de temps pour situer la prochaine œuvre avant d'écouter le commentaire suivant. Dans un des commentaires, une image de l'œuvre suivante apparaissait, de façon à ce que le visiteur puisse la repérer plus facilement. Par contre, les trois outils proposaient des commentaires où une deuxième œuvre était abordée, sans laisser au visiteur le temps de la trouver et de se déplacer. L'exemple le plus marquant était dans le commentaire 18 de l'outil du Musée du Luxembourg, qui présentait trois œuvres situées autour de la salle sans laisser le temps ni donner les indications pour les trouver.

On a également cherché à savoir comment le fait que les applications et certains audioguides disposent d'un écran avec les images des œuvres, influence les contenus audio. L'application mobile du Musée Jacquemart-André proposait des images de haute qualité qui ont bénéficiées d'un zoom en haute définition, ainsi que le Musée du Louvre qui proposait aussi sur son guide multimédia une galerie des détails des œuvres à parcourir. Il existait seulement une occasion où un commentaire audio a mentionné l'écran, quand l'outil du Musée du Louvre a montré une image sur l'écran pour indiquer au visiteur l'apparence de l'œuvre suivante. Les écrans n'étaient pas clairement intégrés dans l'expérience de l'utilisation des contenus audio pendant la visite. La question se pose de la différence entre l'outil qui s'utilise en situ, où a priori l'image n'est pas nécessaire si les œuvres du parcours sont bien identifiées, et l'application qui peut être consultée à distance et qui nécessite donc d'avoir des visuels des œuvres.

### III. EDUCATION

Les trois outils étudiés répondent différemment à la question de la facilitation de l'apprentissage, qui, selon le Conseil international des musées <sup>127</sup>, est une partie intégrante de la définition d'un musée. La cohérence de ces contenus maintient l'intérêt du visiteur et assure sa compréhension <sup>128</sup>.

Les objectifs fixés pour les outils semblent montrer comment les concepteurs pensent que les contenus audio peuvent permettre aux visiteurs d'apprendre. Par exemple, les trois institutions visaient à transmettre les informations contextuelles aux visiteurs, à savoir le contexte culturel des œuvres exposées ou les éléments biographiques des artistes. Ce type d'information est une approche indirecte de l'expérience du visiteur devant une œuvre. Mais deux institutions ont aussi constaté qu'un objectif important pour l'outil était d'apprendre aux visiteurs à observer les œuvres et éduquer le regard. Deux typologies d'apprentissages étaient donc visées par les outils : l'apprentissage intellectuel et visuel. Un aspect important à aussi garder à l'esprit est la place du visiteur pendant cet apprentissage : est-il passif ou peut-il participer activement à son éducation ?

#### *A. Apprentissage intellectuel*

Si les contenus audio ont pour objectif fondamental de « *faciliter la compréhension des œuvres par le public*<sup>129</sup> », la manière dont ils atteignent cet objectif est importante à prendre en compte.

Les trois outils cherchaient à aider le visiteur à acquérir des connaissances sur le contexte des œuvres, en fournissant des informations sur le contexte culturel de l'œuvre, la vie de l'artiste, les mouvements artistiques, ou les influences littéraires, par exemple. La chose qui apparaît comme importante de cette approche est de pouvoir replacer l'œuvre dans un contexte spécifique. Cela est vu dans les types de contenus sélectionnés et la manière dont ils sont présentés.

L'apprentissage proposé par les outils est en grande partie réalisé par le biais d'une technique classique d'éducation : on transmet directement l'information au

---

<sup>127</sup> Site Web de l'ICOM : [http://archives.icom.museum/definition\\_fr.html](http://archives.icom.museum/definition_fr.html)

<sup>128</sup> DUFRESNE-TASSE Colette, *Grille d'analyse d'exposition*.

<sup>129</sup> Direction des Musées de France, *Muséofiche : les audioguides*, 1999. p. 1.

visiteur. Les trois outils partageaient des types d'informations communs, comme les contextes culturels et historiques, les influences littéraires, l'emplacement original de l'œuvre, le contexte de la création de l'objet, ou les techniques artistiques. Par contre, les informations étaient parfois présentées de manières différentes, dans un style plus narratif ou avec de la musique et des citations. Cela variait la présentation des contenus pour les rendre plus vivants.

La quantité d'approches différentes présentées par commentaire a été un sujet de réflexion. Le Musée du Louvre a mentionné l'objectif de ne pas inclure plus d'une idée par commentaire, mais les trois outils étudiés ont proposé plusieurs commentaires avec quatre ou même cinq idées. Les commentaires de ce type développent des idées que le visiteur a plus de mal à s'approprier.

Le traitement des œuvres à travers la présentation des informations a été réalisé différemment par les trois outils, ce qui a un impact possible sur la compréhension des contenus par le visiteur et sur l'apprentissage. Le Musée du Luxembourg a traité les œuvres comme le sujet dans la majorité de ses commentaires, le Musée du Louvre a traité une moitié des œuvres comme le sujet et l'autre moitié comme des illustrations d'un propos plus large, et le Musée Jacquemart-André fait souvent des changements dans le même commentaire. Cet aspect est important parce qu'il donnait au visiteur une manière de comprendre comment les œuvres exposées dans l'exposition ont communiquées.

L'apprentissage est aussi facilité à travers l'utilisation de plusieurs techniques qui donnent au visiteur les moyens de poser des questions et encouragent les analyses critiques. Ces moyens sont des éléments importants dans le processus d'apprentissage<sup>130</sup> car elles apprennent au visiteur comment penser au lieu de simplement lui fournir des informations. Par exemple, quand des questions sont posées au visiteur ou quand des hypothèses différentes sont présentées sur l'interprétation d'une œuvre, le visiteur est invité à avoir un regard critique sur le discours proposé, et à participer au lieu d'être passif.

Le Musée du Louvre est allé plus loin en cela en ne mentionnant pas seulement le discours de l'exposition, mais aussi le processus de la création de l'exposition et les raisons qui sous-tendent certains choix. C'est aussi la seule exposition, parmi celles étudiées, à identifier l'autorité des contenus explicitement dans l'introduction, et

---

<sup>130</sup> FILIPPINI-FANTONI Silvia et BOWEN Jonathan, « Designing Mobile Digital Experiences », dans *Digital technologies and the museum experience : handheld guides and other media*, 2008, p. 81-82.

implicitement par l'utilisation de la voix du commissaire. Cela permet au visiteur d'apercevoir le processus de la conception d'une exposition et de décider s'il peut avoir confiance dans cette source d'informations.

L'acte d'apprentissage d'un public large est un enjeu majeur pour ces outils. Bien que chaque institution ait ciblé un public spécifique pour leur outil, il n'est pas possible de proposer des contenus sur mesure pour les niveaux de connaissance de chaque visiteur : comme Mme Marina-Pia Vitali du Musée du Louvre a constaté, « *on peut être très cultivé et ne pas tout connaître*<sup>131</sup> ». Les musées ont répondu de manières différentes à cette question. Le Musée Jacquemart-André et le Musée du Luxembourg ont supposé que leurs visiteurs avaient un certain bagage culturel. Leurs outils ont reflété cela à travers l'utilisation de plusieurs références mentionnées sans explication. Le Musée du Louvre, par contre, a défini les termes complexes et les concepts-clés. Cela a pour effet de rendre les contenus plus accessibles à des publics plus larges.

## *B. Apprentissage visuel*

L'autre type d'apprentissage visé par ces musées cherchait à faciliter l'observation des œuvres. Le Musée Jacquemart-André et le Musée du Louvre ont constaté directement que cela était une mission essentielle des contenus audio. Les approches à cette question variaient dans les outils des institutions.

Un élément important dans les trois outils étudiés était l'inclusion de descriptions visuelles. Cela constituait une manière directe d'expliquer au visiteur ce qu'il regardait, et de lui indiquer quels étaient les détails visuels importants. Le visiteur pouvait aussi apprendre à identifier les principaux éléments visuels dans une œuvre, soit les compositions, les couleurs et la perspective, par exemple. Les trois institutions étudiées ont considéré que l'aide à l'analyse visuelle des œuvres est un élément central de leur outil, en dédiant plus de la moitié des contenus produits à l'éducation du regard. Le Musée du Luxembourg, la seule institution à ne pas avoir mentionné directement l'observation comme un de ses objectifs majeurs, avait la plus grande proportion de commentaires qui aidaient directement à l'observation pour la majorité de ses contenus. Par contre, le Musée du Louvre, qui a exprimé

---

<sup>131</sup> Cf. ANNEXE II – C/D – Entretien avec Marina-Pia VITALI.

directement une volonté d'éduquer le regard, a inclut trente-sept pourcent de commentaires qui ont présenté peu d'aide visuelle ou pas du tout.

Ce type d'apprentissage peut aussi exiger une connaissance préalable du visiteur, en termes d'analyse visuelle. Si l'apprentissage visuel est vraiment une forme d'éducation légitime, cela implique que les visiteurs peuvent avoir des niveaux de connaissance différents.

Un outil important dans l'apprentissage visuel est aussi l'utilisation de preuves visuelles dans les commentaires. Les preuves visuelles permettent au visiteur de s'associer aux réflexions des professionnels des musées, et de pouvoir juger de la véracité des propos tenus. Ces preuves peuvent se trouver dans l'œuvre elle-même, ou dans une autre œuvre à proximité ou encore dans une image de référence. Sans les preuves visuelles des arguments, le visiteur doit soit s'appuyer sur ses connaissances préalables pour confirmer les commentaires, soit faire confiance à l'autorité de l'outil, qui n'est pas toujours identifiée.

### *C. Participation*

La notion de participation est importante dans le contexte de l'apprentissage dans le musée, surtout avec les nouvelles technologies, car elle peut déterminer si le visiteur est passif ou actif dans sa propre éducation.

Même si le visiteur est encouragé à suivre un ordre spécifique des commentaires, cela n'est pas obligatoire ; il peut écouter n'importe quel commentaire n'importe quand. Ce fait est en soi l'étape initiale de la participation de ces outils.

L'implication du visiteur est un aspect important de la participation dans le contexte des contenus audio. Si on parle directement au visiteur comme si ce dernier est devant une œuvre, en le situant dans l'espace, il est en théorie plus impliqué dans les contenus. Le commentaire peut lui dire de regarder attentivement un détail, et le visiteur peut choisir de participer à cette observation.

En outre, les commentaires audio donnent la même validité à l'expérience du visiteur dans l'espace que les contenus scientifiques, quand ils mentionnent ses émotions possibles devant une œuvre. On permet au visiteur de construire son opinion et de ressentir des émotions

La stimulation de l'imagination du visiteur est une manière implicite de l'encourager à participer aux contenus audio. En proposant de la musique évocatrice ou un texte poétique, les contenus audio facilitent une visite qui va au-delà d'une expérience intellectuelle ou visuelle. En outre, plusieurs commentaires dans les outils du Musée Jacquemart-André et du Musée du Louvre ont proposé des moments sans paroles avec de la musique. Pendant ces pauses, le visiteur est encouragé à écouter la musique et regarder l'œuvre, en participant par le biais de son regard et de ses émotions.

Dans une certaine mesure, les contenus audio pour les trois outils ont exigé un niveau de participation intellectuelle. Ils ont tous supposé que le visiteur a retenu des éléments des commentaires et des sections vus plus en amont dans l'exposition. Pour profiter totalement de l'outil, le visiteur doit suivre les pistes intellectuelles du discours présenté.

# CONCLUSION

Il faut être conscient que des éléments présents dans cette étude peuvent avoir des conséquences non voulues sur les résultats. L'étude actuelle est majoritairement qualitative, avec quelques aspects quantitatifs lorsque cela a été jugé pertinent. Elle présente en partie une analyse théorique de l'expérience du visiteur dans l'exposition, du point de vue de l'outil créé, mais seule une étude de public pourrait vérifier les vrais effets pédagogiques. Par exemple, les contenus ont été étudiés dans leur totalité, alors qu'il est possible que les visiteurs n'écoutent pas entièrement chaque commentaire.

Cette étude n'a pas vocation à être exhaustive, les limites étant surtout l'échantillon réduit et l'absence d'une étude du profil des visiteurs. Avec trois expositions étudiées, les conclusions plus globales ne peuvent pas être retirées, même pour des institutions semblables. Ces conclusions demanderaient à être confirmées par de nouvelles enquêtes, notamment en tenant compte des différences en les objectifs pédagogiques des institutions elles-mêmes.

Ce travail ouvre la porte à plusieurs pistes de recherche futures. Le cœur de cette étude n'est pas la réception des outils par les visiteurs. Une étude de public portant sur la manière dont le visiteur interagit avec l'outil et comment ensuite l'outil influence l'apprentissage, se révélerait être passionnante.

En outre, ce travail n'a pas étudié le discours scientifique communiqué par l'outil, mais plutôt ses chevauchements avec les contenus de l'exposition. Une étude exhaustive sur les messages communiqués par les contenus audio et par l'exposition elle-même serait intéressante pour voir si les deux sont semblables en termes de discours scientifique.

Avec plus de recherche sur les impacts de ces outils sur l'apprentissage du visiteur, une grille présentant des pratiques d'excellences pourrait être développée pour faciliter le côté pratique de la production des contenus audio réussis.

Une dernière question passionnante à examiner est l'évolution des contenus audio en regard avec les innovations dans les technologies. Est-ce que les musées vont continuer à utiliser le modèle classique de l'audioguide ? Ou vont-ils profiter des possibilités proposées par les nouvelles technologies ? Comment est-ce que le discours transmit évoluera ?

# BIBLIOGRAPHIE

## Audioguides et applications mobiles :

BERA Marie-Pierre et DESHAYES Sophie. *Les audioguides du musée d'Art et d'Histoire du Judaïsme et du musée des Arts asiatiques de Nice*, Direction des Musées de France, Département des Publics, 1999.

DESHAYES, Sophie, en collaboration avec Marie-Pierre BERA : « Les audioguides, outils de médiation dans les musées ». Premier rapport d'étape, octobre 2001 ; Second rapport d'étape. Janvier 2002 et « Offre et demande d'audioguide au musée » ; « Etudes de cas qualitatives » in Rapport final, Publics en perspective, Publics en Perspective. Département des publics, Direction des musées de France, décembre 2003.

DESHAYES Sophie, « Audioguides et musées », dans *La lettre de l'OCIM*, n° 79, 2002.

DESHAYES Sophie, « Une nouvelle génération d'audioguide », dans *La lettre de l'OCIM*, n° 92, 2004.

DESHAYES Sophie, « Interprétation du statut d'un audioguide », *Etudes de communication*, n° 24, 2001.

DOR Audrey, « Les audioguides... ont de l'oreille ! », *La Lettre de l'OCIM*, n° 120, 2008.

GAMMON Ben et BURCH Alexandra, « Designing Mobile Digital Experiences » dans *Digital technologies and the museum experience: handheld guides and other media*, 2008.

GREEVES Margaret, « Help at Hand : Working with Handheld Guides » présenté à *Help at Hand : Working with Handheld Guides Conference*, London, Juin 2006.

LAMARCHE Hélène, “L’audioguide, comme rapport à la visite d’exposition”, dans BLAIS Andrée, *L’écrit dans le média exposition*, Montréal : Société des musées québécois, 1993.

STACK John, *Tate Digital Strategy 2013–15: Digital as a Dimension of Everything*, Tate Papers Issue 19, 24 avril 2013,  
<http://www.tate.org.uk/research/publications/tatepapers/tatedigitalstrategy201315digitaldimensioneverything>

TALLON Loic et WALKER Kevin, *Digital Technologies and the Museum Experience: Handheld Guides and Other Media*, AltaMira Press, 2008.

TARDY Elise, *Audioguide : le patrimoine en toute liberté*, Paris : Centre national de ressources du tourisme et du patrimoine rural, 2006.

TELLIS Chris, « Multimedia Handhelds : One Device, Many Audiences, » in *Museums and the Web 2004 : Proceedings*, ed. David BEARMAN et Jennifer TRANT (Toronto : Archives and Museums Informatics, 2004),  
[www.archimuse.com/mw2004/papers/tellis/tellis.html](http://www.archimuse.com/mw2004/papers/tellis/tellis.html)

WETTERLUND Kris et SAYRE Scott, *2009 Art Museum Education Programs Survey*. Mars-Avril, 2009.  
<http://www.museum-ed.org/wp-content/uploads/2010/08/2009medprogsurvey.pdf>

Direction des Musées de France, *Muséofiche : les audioguides*, 1999.

## Expositions et musées :

CAMERON Duncan, « Le musée : temple ou forum ? » dans *Vagues : une anthologie de la nouvelle muséologie*, sous la direction d'André Desvallés, vol. 1, PUL, Lyon, 1992.

DAVALLON Jean, *Claquemurer, pour ainsi dire, tout l'univers: La mise en exposition*. Paris: Editions du Centre Georges Pompidou, 1986.

DAVALLON Jean. *L'exposition à l'œuvre: Stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris: l'Harmattan, 1999.

FALK John et DIERKING Lynn, *Learning from Museums : Visitor Experiences and the Making of Meaning*, Walnut Creek, Calif., Altamira, 2000.

GOTTESDIENER Hana, *Evaluer l'exposition: Définition, méthode et bibliographie sélective commentée d'études d'évaluation*. Paris : La documentation française, Ministère de la culture et de la communication, 1987.

GOTTESDIENER Hana, « La Lecture des textes dans les musées d'art » dans *Textes et publics dans les musées*, Lyon : Presses universitaires, 1992.

MERLEAU-PONTY Claire et EZRATI Jean-Jacques, *L'exposition théorique et pratique*. Paris: L'Harmattan, 2005.

McLEAN, Kathleen, « Looking at exhibitions: One approach to criticism » dans *Planning for people in museum exhibitions*. Ann Arbor, MI: Association of Science-Technology, 1993.

O'NEILL Marie-Clarté, *Le discours d'une exposition: identification, explication, implication*. Proceedings from ICOM/CECA: Evaluation et Education Muséales: Nouvelles Tendances, 1998.

O'NEILL Marie-Clarté et DUFRESNE-TASSE Colette, « Augmenter notre compréhension de l'impact de la muséographie sur les visiteurs » dans *Culture et Musées*, 16, 2010.

SIMON Nina. *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0, 2010.

Site Web de l'ICOM : [http://archives.icom.museum/definition\\_fr.html](http://archives.icom.museum/definition_fr.html)

### **Mémoires de recherche et d'étude :**

DEHON Clélia, *Le téléphone portable, nouvel outil de médiation culturelle dans les institutions muséales françaises*. Mémoire de Master 1 – Conception et direction de projets culturels : Paris, Université de Paris 3 –Sorbonne Nouvelle : sous la direction de Mme Cécile Camart : 2011.

DUPE Clothilde, *L'Audioguide comme outil de construction de sens : étude de l'impact de l'audioguide de l'exposition "La grande parade, portrait de l'artiste clown" sur les visiteurs fréquents*. Mémoire de recherche : Paris, Ecole du Louvre : sous la direction de Marie Clarté O'Neill, Colette Dufresne Tassé : 2005.

GAVAUD Anne Sophie, *Expériences et attentes des utilisateurs de l'audioguide adulte du musée Condé à Chantilly*. Mémoire d'étude : Paris, Ecole du Louvre : sous la direction de Marie Clarté O'Neill, Charlotte Drahé, Claire O'Neill : 2008.