



**Hybrid**

Revue des arts et médiations humaines

**8 | 2022**

**Participation culturelle et plateformes numériques**

---

# Les formes de participation des publics dans les applications mobiles de visite : de la figure de l'utilisateur à la figure du citoyen

Nicolas Navarro et Lise Renaud

---



## Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/hybrid/1499>

DOI : [10.4000/hybrid.1499](https://doi.org/10.4000/hybrid.1499)

ISSN : 2276-3538

## Traduction(s) :

Forms of public participation in mobile apps for visitors: From user representation profile to citizen representation profile - URL : <https://journals.openedition.org/hybrid/2010> [en]

## Éditeur

Presses universitaires de Vincennes

Ce document vous est offert par Université Lumière Lyon 2



## Référence électronique

Nicolas Navarro et Lise Renaud, « Les formes de participation des publics dans les applications mobiles de visite : de la figure de l'utilisateur à la figure du citoyen », *Hybrid* [En ligne], 8 | 2022, mis en ligne le 13 avril 2022, consulté le 18 mars 2023. URL : <http://journals.openedition.org/hybrid/1499> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/hybrid.1499>

---

Ce document a été généré automatiquement le 16 février 2023.

Tous droits réservés

---

# Les formes de participation des publics dans les applications mobiles de visite : de la figure de l'utilisateur à la figure du citoyen

Nicolas Navarro et Lise Renaud

---

- 1 Si la participation des publics n'est pas un enjeu récent au sein des institutions culturelles et trouve des filiations dans les politiques de démocratisation culturelle, elle connaît ces dernières années un succès qui la rend incontournable dans les politiques et programmations muséales et patrimoniales. Un ensemble d'initiatives se multiplie dans les lieux de patrimoine (Muséomix, Hackathons, etc.) et sont présentées comme autant de démarches participatives à même de tisser une autre relation à l'institution culturelle. Cette mise en visibilité de la contribution des publics rencontre de façon fructueuse le déploiement de l'informatisation des outils de médiation culturelle. Le mouvement de « rénovation » des médiations patrimoniales par le numérique<sup>1</sup> conduit les institutions culturelles depuis les années 1980 à accroître leur production de produits éditoriaux numériques et à déployer une panoplie de médias informatisés<sup>2</sup> visant à aider à l'interprétation patrimoniale (CD-Rom culturel, cartel numérique, table interactive, maquette numérique, application mobile de visite). Le déploiement de ces médias est inscrit notamment dans la promesse d'une transformation des modalités de visite due à la modernisation du modèle communicationnel de la visite culturelle. Ainsi dans les discours promotionnels, le visiteur devient « acteur » de sa visite – comme s'il ne l'était pas auparavant –, la visite se fait « immersive », « interactive » et « ludique ». Si cet effet mécanique est loin d'être démontré, il innerve les projets de déploiement d'applications mobiles de visite et leur promotion<sup>3</sup>.
- 2 Dans ce contexte, regarder la façon dont la relation au visiteur est définie à travers les applications d'aide à la visite peut permettre de qualifier la façon dont les institutions envisagent la participation des publics à la production du discours patrimonial. Une telle approche prend acte de la pertinence de la notion d'implication pour saisir

l'interaction médiatisée. L'implication est alors à comprendre comme « ensemble des traits concrets et pratiques qui définissent les possibilités offertes aux publics pour prendre part à la communication et à la circulation des textes<sup>4</sup> ». En d'autres termes, au lieu de prendre pour acquis la dimension participative de projets qui s'autoproclament « collaboratifs » ou « participatifs », nous considérons plus pertinent d'interroger la manière dont peut se construire une représentation de la participation culturelle à partir de l'analyse des projets numériques patrimoniaux eux-mêmes. À travers le cas des applications mobiles de visite, quels sont les modèles de relations proposés aux publics ? Comment ces derniers sont-ils impliqués et quels statuts ou fonctions leur sont attribués par rapport au discours patrimonial ? Sont-ils investis d'un rôle dans la patrimonialisation ou la participation des publics n'est-elle qu'une formule rhétorique visant à valoriser une offre culturelle ?

- 3 Ce questionnement a été mis à l'épreuve d'un corpus exploratoire<sup>5</sup> de projets d'applications mobiles de visite patrimoniale dont la sélection a été réalisée avec un souci d'hétérogénéité. Il regroupe une variété de types de patrimoine (bâti, urbain, naturel ; diversité de période historique), d'échelle de territoire concerné (monument à zone transfrontalière), de conditions de production et de distribution (projet plus individuel, de ville ou de fondation). Quatre applications ont été retenues : l'HistoPad du Palais des papes, Mes Calanques, Traverse et Vichy 1939-1945. Le tableau suivant apporte pour chacune quelques indications contextuelles :

Tableau 1

Nom de l'application	HistoPad	Mes Calanques	Traverses	Vichy 1939-1945
Institution commanditaire	Palais des Papes/ Avignon Tourisme	Parc national des Calanques	Fondation Facim - SIPAL (projet INTERREG V France-Suisse)	Audrey Mallet (docteur en histoire) et Élodie Mallet
Agence de développement	Histoverly	SETAVOO	Mobile Thinking	Acoustiguide
Date de lancement	Automne 2017	Journée internationale de la biodiversité 22 mai 2019	Journées du patrimoine - septembre 2017	Janvier 2019 (sortie en parallèle de la publication l'ouvrage <i>Vichy contre Vichy</i> d'Audrey Mallet)
Financement	Contrat de concession	Projets INFOPARCS, appel à projets de de l'ADEME Initiative PME 2016 Eau et biodiversité	Subventions européenne (FEDER) et des DRAC Auvergne Rhône-Alpes et Bourgogne Franche-Comté	Partenariats : DRAC, Conseil régional d'Auvergne-Rhône Alpes, Ministère de la Culture, Ville de Vichy, RFI, Éditions Belin, CIERV, etc.

Distribution	Inclus dans le prix du billet de visite – Prêt du matériel à l'entrée de la visite	Gratuit – Téléchargeable dans les stores (App Store et Google Play)	Gratuit – Téléchargeable dans les stores (App Store et Google Play)	Gratuit – Téléchargeable dans les stores (App Store et Google Play)
--------------	--	---	---	---

- 4 L'analyse de ce corpus vise à caractériser les modèles communicationnels inscrits dans les applications. En somme, il s'agit d'identifier la façon dont ces outils – à partir des interfaces et des fonctions éditoriales prévues dans l'application – et les discours qui les escortent fabriquent une certaine représentation de la participation culturelle. Cette dernière est en effet élaborée à travers un ensemble de « promesses » mais aussi à travers divers procédés « d'implication<sup>6</sup> » (fonctionnalités éditoriales, discours injonctifs, etc.). Il ne s'agit donc pas de partir de formes prédéfinies et instituées de participation mais plutôt de comprendre comment se structure et s'instrumente cette participation à travers ces logiques « d'implication » de l'utilisateur de l'application. D'un point de vue méthodologique, l'étude de type ethno-sémiotique porte à la fois sur les discours présentant les applications (sites internet, vidéos promotionnelles, dossiers de presse, communiqués de presse, descriptifs dans les plateformes de téléchargement) et sur les discours véhiculés par le design des écrits d'écran<sup>7</sup>. Les discours circulants ont par ailleurs été complétés par une campagne d'entretiens auprès des différentes parties prenantes de ces dispositifs (institutions patrimoniales, financeurs, collectivités territoriales, entreprises du numérique). Les données recueillies ont été analysées en fonction de trois axes prioritaires témoin des procédés d'implication : la rhétorique (identification des arguments de valorisation employés, formules récurrentes), l'énonciation au sein des applications (principes d'éditorialisation, postures énonciatives), les représentations des publics, des relations aux patrimoines et du rôle de l'institution culturelle.
- 5 L'analyse montre ainsi à un premier niveau, dans la lignée de travaux réalisés depuis quelques années en muséologie notamment<sup>8</sup>, que la participation et la rhétorique du « partage<sup>9</sup> » constituent un argument pour s'inscrire publiquement comme institution en adéquation avec son temps et prenant en compte son ou ses public(s). À un second niveau, trois formes d'implication ont pu être identifiées reposant sur des conceptions différentes de la relation à l'institution et à la patrimonialisation. Elles rendent compte de la diversité des projets participatifs à l'œuvre, diversité qui enjoint à reconsidérer les modèles communicationnels exprimés par ces applications.

## La promesse d'une transformation de l'institution patrimoniale et de ses publics

- 6 Si les applications numériques étudiées sont diverses, la rhétorique de leur présentation procède d'une certaine homogénéité dans les fondements de l'argumentation. On relève la récurrence d'arguments qui s'apparentent ainsi à des formules<sup>10</sup>. Celles-ci peuvent facilement être relevées dans les discours médiatiques mais sont aussi employées lors des entretiens avec les concepteurs. Certes les parties prenantes de ces projets orientent logiquement leur argumentation de façon à en

valoriser le résultat, à savoir l'application numérique – il s'agit d'en faire la promotion –, mais les présupposés sur lesquels repose le propos montrent une similarité dans l'affichage d'une stratégie de transformation et de rénovation institutionnelle.

- 7 Les promesses qui escortent la promotion de ces applications construisent l'idée que, grâce à leur usage, se réalise une transformation des pratiques de visite. Ce produit éditorial est régulièrement présenté sous l'angle de la modernité et de l'innovation : « Proposer l'HistoPad à chaque visiteur du Palais [...] c'est offrir le meilleur de la muséographie moderne, une véritable révolution qui transforme résolument la manière de faire découvrir le patrimoine<sup>11</sup> » ; l'application Traverse est définie, quant à elle, comme offrant « Des formats neufs pour vivre la culture. Grâce à des technologies numériques innovantes, chacun est invité, à partir des contenus mis à disposition par des spécialistes, à créer sa propre expérience des lieux visités<sup>12</sup> » ; « Avec la sortie de Mes Calanques, le territoire du Parc national s'affirme comme un creuset de solutions innovantes pour la préservation de la biodiversité<sup>13</sup>. » Ces exemples montrent que par leur format numérique les applications de visite amènent comme mécaniquement de la nouveauté et de la modernité. Une telle rhétorique a l'intérêt de construire une image valorisante de l'institution (éthos) et de ses partenaires. C'est un moyen de souligner leur dynamisme et qu'ils sont pleinement en adéquation avec leur temps.
- 8 De plus, l'existence de ces médias informatisés est présentée comme la preuve d'une attention portée par l'institution à ses visiteurs. En effet, les argumentations produisent l'image d'un public particulièrement impliqué dans sa visite. Cette activité du public, au cœur de l'argumentation, repose en premier lieu sur la possibilité offerte par l'application de produire et relayer du contenu, de le « partager ». Présentée ainsi comme naturellement liée au recours aux médias informatisés, la participation, réduite à des actions de contribution et diffusion éditoriales, est un argument récurrent pour valoriser ces outils d'aide à la visite.
- 9 En second lieu, en la corrélant à l'interactivité permise par l'outil, la promesse faite aux visiteurs est celle d'être pleinement acteur de sa déambulation et de la gestion des contenus de médiation : l'HistoPad « permet de vivre une expérience de visite ludique et interactive<sup>14</sup> » ; « Avec Mes Calanques, l'interactivité est à l'honneur ! L'appli permet de transformer une simple visite dans le Parc national en un acte d'engagement citoyen ». Les fonctionnalités de l'application permettent de devenir « acteurs de la préservation des Calanques<sup>15</sup> ». Ainsi les rhétoriques de valorisation sont construites en prenant à rebours le modèle d'un visiteur « passif » et en mettant à l'honneur un modèle communicationnel plus actanciel où sont redistribués les rôles d'émission et de réception<sup>16</sup>. En d'autres termes, il s'agit de solliciter un modèle de la communication qui dépasse le modèle transmissif (de l'émetteur vers le récepteur) pour offrir une autre place au public. La figuration de la participation produite par ces discours, et par ces formules, met ainsi en scène le renouvellement de la communication entre l'institution et son public.
- 10 De plus ces applications sont intégrées dans un projet de reformulation des politiques culturelles. Ces outils permettent de tenir ensemble un double objectif : ils s'adressent à la fois à tous les publics et à chacun individuellement. Répondant tour à tour aux impératifs de démocratisation culturelle, de « la culture pour tous » et de la « culture pour chacun », ces aides à la visite sont présentées comme destinées à l'ensemble des publics tout en étant adaptées à chaque visiteur. Par exemple, dans la présentation de

l'HistoPad, la citation de Cécile Helle, maire d'Avignon, qui chapeaute la présentation de l'outil repose sur une valorisation par le caractère inclusif du dispositif :

On ne trouve aujourd'hui nulle part ailleurs dans le monde une solution qui réunisse sur un seul et même support autant de fonctionnalités au service de tous les publics. L'HistoPad est le moyen complet pour réussir une vulgarisation de la connaissance moderne et efficace. Nous sommes fiers aujourd'hui d'être les premiers à le rendre disponible pour tous, au service d'une politique culturelle aussi exigeante que généreuse<sup>17</sup>.

- 11 Or quelques lignes après, c'est l'individualité des visiteurs qui est mise à l'honneur : « L'HistoPad est une tablette tactile qui est remise à chaque visiteur<sup>18</sup>. » De même, le site de promotion de Traverse indique que « chacun peut vivre un passionnant voyage à travers les âges », puis que « Traverse est accessible en un clic à tous les passagers du temps prêts pour l'embarquement<sup>19</sup> ». Ces exemples révèlent la capacité de ces outils à être porteur tant d'un discours sur une accessibilité globale à la culture que sur une individualisation de la pratique patrimoniale.
- 12 À cette représentation englobante d'un public actif et individualisé, est agrégée une façon générique de le désigner, certes comme visiteur, public voire citoyen (Traverses ou Mes Calanques), mais surtout comme « utilisateur ». L'application Vichy 1939-1945<sup>20</sup> parle ainsi exclusivement d'utilisateurs pour désigner les destinataires de la pratique outillée. S'il est bien question d'effectuer une visite guidée de Vichy ou de lire des documents d'archives, le recours à l'application fait du visiteur-lecteur un utilisateur. Cette désignation inscrit *de facto* cette pratique culturelle dans le registre de l'usage d'un outil. En somme, la performance de l'application, sa simplicité d'utilisation et son ergonomie se présentent non seulement comme gage d'activités mais aussi comme la garantie de la qualité des médiations patrimoniales proposées.
- 13 L'ensemble de ces rhétoriques met en évidence le regard porté par l'institution sur son public et sa volonté de l'impliquer. Or derrière les catégories génériques à vocation englobante, la promotion de chaque application de visite indique une certaine connaissance préalable et conception de son public. À ce niveau, l'étude des discours d'escorte révèle une disparité des choix éditoriaux qui reflète différentes façons de rendre tangible l'implication du public. Le discours autour de l'HistoPad indique par exemple une attention particulière portée aux visiteurs étrangers, aux enfants et aux publics en situation de handicap. Cette segmentation semble reposer sur une adaptation du contenu de l'application aux logiques de la politique touristique et gestionnaire du site patrimonial<sup>21</sup> (traduction en sept langues ; jeu destiné aux enfants et accessibilité). La logique de catégorisation du « public » dans la promotion de l'application Mes Calanques est tout autre. Cette dernière repose sur la construction de « communautés thématiques » définies à partir de leurs pratiques de pleine nature (« escalade, plongée, randonnée »). La participation devient alors dépendante d'affinités de pratiques mais aussi d'un degré d'attachement au patrimoine.
- 14 La promesse véhiculée par les projets d'applications analysés s'appuie donc sur une argumentation énonçant à la fois une transformation des pratiques de la visite culturelle et une modification de l'éthos d'une institution « modernisée ». Mais plus qu'une seule rénovation de la place et du rôle de chacun, qu'en est-il plus précisément de la relation entre ces deux instances, telle qu'envisagée par les concepteurs et inscrite dans le design des applications ?

## Les formes de l'implication : axiologie de la participation

- 15 Au-delà de l'identification des instances de la communication, l'analyse couplée des discours d'escorte et des interfaces des applications met au jour la figuration de la relation entre l'institution et ses publics. Cette relation, si elle n'est que rarement qualifiée de « participative » comme évoqué précédemment, n'en orchestre pas moins une implication des différentes parties prenantes. Au-delà de la multiplicité des fonctionnalités à l'œuvre dans cette relation, celle-ci apparaît inscrite dans des régimes de valeurs diversifiées qui fondent tant le rapport individuel à l'art<sup>22</sup> qu'à la culture et au patrimoine.

### Une relation affective à l'institution : le registre des émotions

- 16 Une première modalité de figuration de l'implication s'appuie sur une relation sensible entre l'institution et son public. Il s'agit de garder trace d'une expression des perceptions et des émotions du public. L'application mobile est mobilisée comme un espace éditorial favorisant l'expression, le partage des émotions, la publication d'une réaction face au patrimoine. Elle vise dès lors à pallier l'absence d'appréhension par l'institution du retour sensible des visiteurs, ce qu'exprime l'équipe du parc National des Calanques :

La partie émotion, ça c'est quelque chose qu'on n'avait pas mais qu'on voulait pousser aussi. L'idée, l'objectif du parc national des Calanques, c'est d'essayer de provoquer justement des émotions « nature », de convaincre les gens de l'utilité de préserver la biodiversité, via l'émotion<sup>23</sup>.

- 17 Cette fonctionnalité « émotionnelle » est valorisée dans les discours promotionnels en mettant en avant la possibilité de « partager [ses] émotions ». Ainsi, dans les fonctionnalités présentées comme participatives (rubrique « Je participe ») de l'application Mes Calanques, il est possible de partager « un avis ou un sentiment » dans une sous-rubrique intitulée « Je ressens ». Lors de l'écriture de cet avis, on note d'ailleurs que le premier élément du formulaire à remplir consiste en l'ajout d'une photographie.

Figure 1a



Figure 1b



La rubrique « Je participe » et le formulaire « Je questionne » de Mes Calanques.



- 18 La photographie apparaît en effet comme la modalité d'écriture favorisée pour l'expression et le partage des émotions au sein des médias informatisés<sup>24</sup>. Cette fonctionnalité se retrouve au sein de l'Histopad où l'Histomaton permet, sur le modèle des photomaton, de se prendre en photo incrusté dans un décor historique, de s'envoyer l'image obtenue par courriel pour ensuite pouvoir la diffuser. Ce recours à l'émotion tend à vouloir garder trace de la visite et à la diffuser en la plaçant dans le registre de l'expérience sensible. Cette logique s'inscrit ainsi à la fois dans la lignée de la prise en compte de l'expérience de visite en muséologie mais également dans la logique émotionnelle ou « affective », proches de celle des réseaux socio-numériques, des industries du numérique<sup>25</sup>.

Figure 2



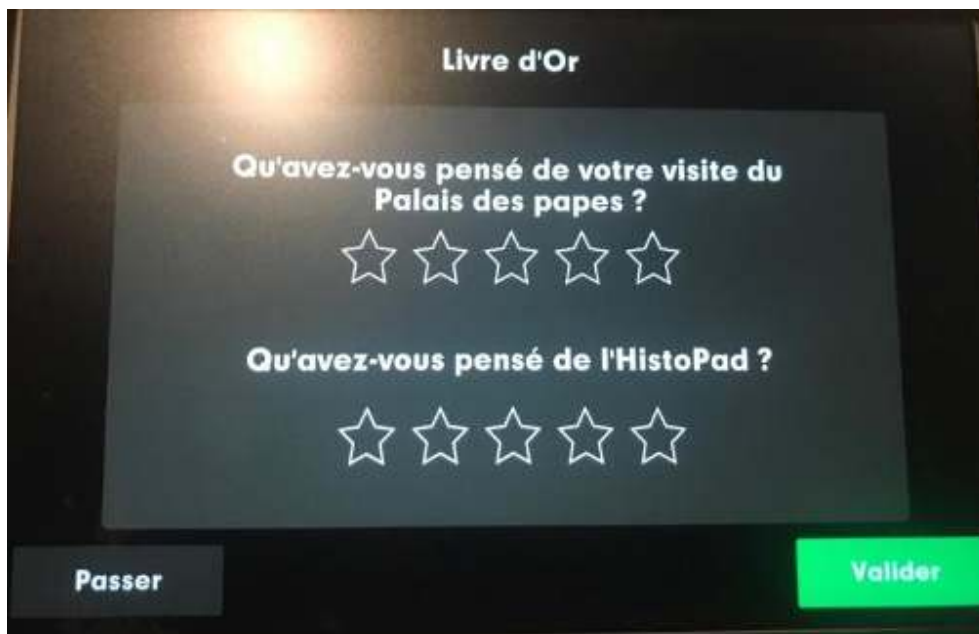
Capture de la fonctionnalité Histomaton de l'HistoPad.

- 19 L'expression des émotions prend également une autre forme : celle de l'expression de sa satisfaction, vis-à-vis de sa visite, vis-à-vis de l'application, mais aussi à travers elles, vis-à-vis de l'institution. Il s'agit d'écrire son avis à la manière d'un livre d'or (accessible sur l'Histopad en fin de visite du Palais du Papes), de « donner votre avis » en répondant à un questionnaire (Vichy 1939-1945), de faire part de « ses impressions » (Traverse) ou encore de noter l'application sur les plateformes de téléchargement (Google Play Store, App Store). Si la question de la satisfaction s'inscrit comme un nouveau paradigme dans les études de public (les études dites « de satisfaction »), elle témoigne surtout de l'injonction à la performance des institutions culturelles et patrimoniales face à la montée en puissance des modèles gestionnaires et du nouveau management public<sup>26</sup>. Mais le système de notation constitue également une logique d'écriture de l'interaction au sein des plateformes numériques.

Figure 3a



Figure 3b



Fonctionnalités d'expression de satisfaction dans Traverse et l'HistoPad.

- 20 Ainsi cette figuration d'une relation sensible et affective entre l'institution et son public s'inscrit-elle à la fois dans des dynamiques institutionnelles du monde du patrimoine et de la culture et dans des logiques d'écriture des médias informatisés. Elle met en avant une lecture de la participation essentiellement synonyme de partage

(partage d'une émotion, d'une satisfaction) qui tend à « euphémise[r] et euphorise[r] le travail de production de distribution de contenus<sup>27</sup> ». Associée dans les discours institutionnels à la figure générique de l'« utilisateur » ou au mirage du « grand public », elle orchestre un rapport sensible au patrimoine accessible à tous.

## Une relation cognitive avec l'institution : le registre des connaissances

- 21 En complément de ces contenus émotionnels apportés par le public, jugés parfois comme « anecdotiques » par les équipes des institutions lors des entretiens, les applications permettent la mise en œuvre d'une deuxième relation entre institution et public : une relation cognitive, passant par un échange de savoirs, de connaissances.
- 22 Toutes les applications étudiées mettent à disposition de l'utilisateur un ensemble de contenus informationnels (textes, photographies, images d'archives, vidéos, etc.) portant sur le patrimoine présenté. Cette fonctionnalité est souvent la première valorisée dans les discours promotionnels dans un objectif de découverte du patrimoine : « découvrir le patrimoine exceptionnel du parc national » (Mes Calanques), l'application « est composée de nombreuses illustrations et thématiques intéressantes » (Vichy 1939-1945), « des présentations de lieux, objets, événements ou personnages » (Traverse). Mais au-delà de la seule figure du visiteur récepteur d'un contenu patrimonial, les applications proposent d'autres modalités d'échange de savoirs avec l'institution.
- 23 L'implication de l'utilisateur passe alors en premier lieu par la reconnaissance de la légitimité du savoir diffusé par l'institution, reconnaissance orchestrée par sa circulation voire son éditorialisation par les publics : en partageant un contenu proposé par l'institution, l'utilisateur en reconnaît de fait la légitimité. La circulation est possible à un premier niveau par la diffusion de contenus directement depuis l'interface des applications vers les réseaux socio-numériques ou par courriel (Traverse, Vichy 1939-1945). À un second niveau, l'éditorialisation des contenus est rendue possible par la constitution de *playlists*, comme cela est le cas pour l'application Traverse : « Gardez en mémoire les récits qui vous plaisent, arrangez les fiches que vous avez aimées en fonction de vos envies et enregistrez-les pour un usage ultérieur<sup>28</sup>. » À partir d'un contenu existant mis à disposition, les utilisateurs peuvent sélectionner les contenus pertinents et ainsi élaborer, par les *playlists* constituées et rendues accessibles à tous, un nouveau récit sur le patrimoine.

Figure 4a

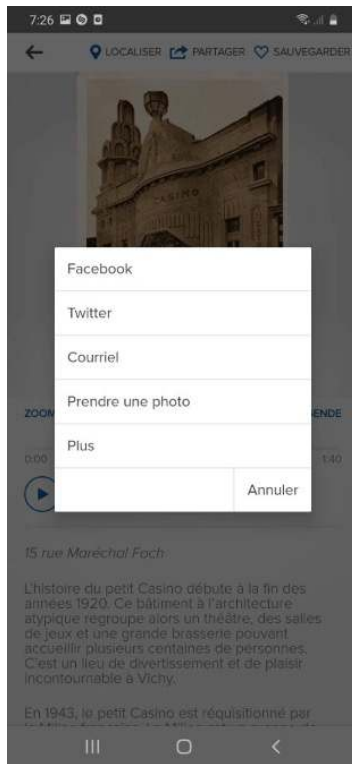
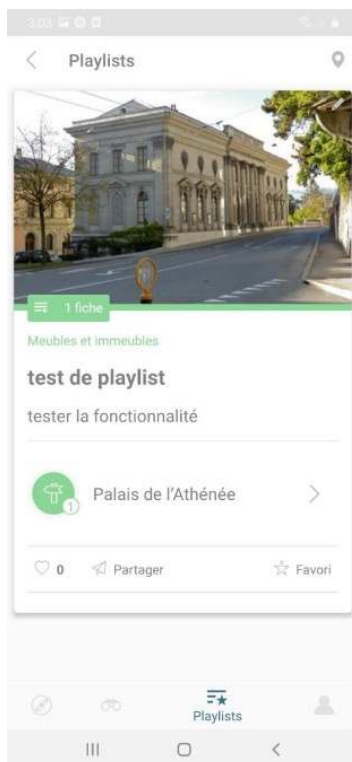


Figure 4b



Fonctionnalités d'éditionnalisation dans Vichy 1939-1945 et Traverse.

- 24 Mais au-delà de cette possibilité de ré-éditorialisation, les applications sont développées pour permettre aux utilisateurs d'apporter, de produire leurs propres contenus et connaissances sur le patrimoine. Cette logique de *crowdsourcing*, à l'œuvre depuis de nombreuses décennies dans les institutions patrimoniales, est rénovée par les médias informatisés. Au-delà de son rôle de seul relais d'informations, le public devient potentiellement co-producteur du savoir présenté dans l'application. Il peut ainsi proposer des « remontées d'informations » ou « proposer des idées » pour le parc national des Calanques, « enrichir les informations déjà disponibles avec des connaissances complémentaires, liées à sa propre expertise locale, en relation avec des contenus de partenaires » dans le cas de Traverse.
- 25 Toutefois, à l'analyse, cette fonctionnalité semble pâtir du maintien d'une logique descendante de la part des institutions, gardant un rôle de modération des contenus diffusés. Celui-ci se met en œuvre à la fois par une distinction entre contenu public et contenu privé, comme au parc national des Calanques : « On a aussi beaucoup de remontées privées, même davantage peut-être que des publiques. Des gens qui n'ont pas forcément envie que leur info soit partagée avec le plus grand nombre, et qui ne nous donne des infos qu'à nous<sup>29</sup>. » En parallèle, il s'agit également de garder une ligne éditoriale claire : « L'utilisateur peut librement explorer la mémoire genevoise partagée, tout en étant "protégé" par une cohérence éditoriale<sup>30</sup> » (Traverse).
- 26 *A contrario* de la relation affective à l'institution qui s'inscrit dans une représentation généralisante du public, le registre des connaissances semble l'inviter à un rapport plus personnalisé au patrimoine. En replaçant au cœur de la relation l'expertise personnelle de chaque utilisateur, cette relation cognitive à l'institution patrimoniale rend compte des réflexions sur une patrimonialisation sociale témoin d'une appropriation par les communautés dans un mouvement ascendant de fabrication du patrimoine<sup>31</sup>.

### Une relation axiologique à l'institution : le registre des valeurs

- 27 À un dernier niveau, il est possible de percevoir une autre modalité de relation entre l'institution et son public. Celle-ci se construit à partir d'une relation de confiance<sup>32</sup>, d'un espace de dialogue et de réflexivité. Elle place le rapport au patrimoine dans « un univers axiologique comme mondes des valeurs, de l'éthique et du civique, de l'engagement, de la réflexivité<sup>33</sup>... ».
- 28 En effet, les applications sont utilisées par certaines institutions pour favoriser le dialogue avec leur public, mais aussi entre les publics. C'est particulièrement le cas de Mes Calanques pour laquelle la construction de communautés thématiques (randonneurs, plongeurs, etc.) est pensée dans le but de favoriser le dialogue entre pairs, entre les citoyens membres de ces communautés, mais aussi pour permettre une communication spécifique envers ces groupes. Cette volonté de mise en œuvre du dialogue se retrouve dans la mise en scène du décrochage énonciatif, c'est-à-dire « la sémiotisation d'un partage de l'énonciation<sup>34</sup> » dans l'interface même de l'application : à l'intérieur du bloc composé de la « Question de... » posée par un usager est inscrite la « Réponse du Parc national des Calanques » dans un encadré à la trame de fond distincte. Cet échange public peut ensuite être commenté par d'autres utilisateurs.

Figure 5



Le décrochage énonciatif dans Mes Calanques.

- 29 Dans le cas de l'application Mes Calanques, cette fonctionnalité de dialogue poursuit et renforce une pratique préexistante d'échanges réciproques fonctionnant par courriels ou appels téléphoniques. Mais surtout elle semble portée par l'agence de développement (Setavoo) spécialisée dans les applications dites « citoyennes ». L'application patrimoniale entre ici en résonance avec des tentatives de mise en œuvre de modalités de démocratie participative, et de renforcement des relations entre citoyens et administrations : « On a pensé qu'il y avait un marché qui allait se créer sur ces outils qui permettent d'apaiser le dialogue, d'être plus constructif, d'associer les citoyens, les parties prenantes au sens large<sup>35</sup>. »
- 30 Ce dialogue est pensé au service d'une logique réflexive. Il s'agit de permettre aux individus, aux usagers de considérer le rôle qu'ils occupent dans la préservation de leur patrimoine. « Et finalement l'objectif c'est de permettre au citoyen d'être interrogé par un certain nombre de choses<sup>36</sup> » (Mes Calanques). L'objectif semble être ainsi d'engager l'usager – entendu ici comme « citoyen » – dans une réflexion sur les valeurs communes qu'il partage avec l'institution, sur une réflexion commune (qu'évoque l'idée « d'être interrogé » dans la citation précédente) entre l'institution et le citoyen. Cette logique n'est pas sans rappeler les démarches théoriques menées par la nouvelle muséologie autour des modèles de l'écomusée mais aussi de l'idéal-type du musée-forum évoqué par Duncan Cameron comme lieu du débat par la confrontation des points de vue et l'expérimentation<sup>37</sup>. Elle place ainsi la question du patrimoine sur un plan politique – ce que met bien en avant la mobilisation du terme « citoyen » – et interroge de fait sur la place de celui-ci au cœur de l'élaboration et la préservation des biens communs.

## Conclusion : un objet aux frontières des cultures professionnelles

- 31 Les promesses et implications portées par les applications mobiles de visite semblent donc mettre en jeu les valeurs associées au patrimoine et aux institutions culturelles. Plus que simplement espaces de la délectation ou de l'expérience sensible à un premier niveau, de l'apprentissage et de la connaissance à un deuxième niveau, c'est également une valeur éthique, politique qui est mise en avant. En ce sens, les applications réinterrogent la répartition de l'expertise et les jeux de pouvoir entre institutions et citoyens : ce qu'exprime avec précision l'équipe du parc national des Calanques : « Les gens peuvent s'exprimer, ils peuvent nous remonter des choses à l'envi. Donc c'est de leur initiative et c'est très bien. Donc ils nous aident à gérer le territoire en quelque sorte<sup>38</sup>. »
- 32 De nombreux travaux sur le processus de patrimonialisation, en particulier le mouvement des *critical heritage studies*<sup>39</sup>, ont mis en exergue la manière dont la reconnaissance du patrimoine peut être l'objet de jeux de pouvoir. Dans ce cadre, les dynamiques participatives peuvent apparaître comme la seule reproduction d'une position dominante de la part des instances décisionnelles. Pourtant, l'analyse des applications, si elle n'interdit pas ce premier constat, invite également à dépasser l'idée d'une seule instrumentalisation de la participation.
- 33 Le corpus exploratoire de l'analyse proposée dans cet article montre qu'au-delà de la caractérisation de figures participatives à travers l'interface des applications, et d'une naturalisation de la participation grâce à ces outils, la culture professionnelle des diverses parties prenantes, en particulier des agences de développement, semble jouer un rôle dans l'imaginaire participatif construit par l'application. L'exemple de l'application Mes Calanques, développée par une entreprise familière des enjeux participatifs du fait d'avoir conçu des applications citoyennes, montre que le projet participatif rencontre ici à la fois la volonté du parc national et les manières de faire des industries du numérique. Ailleurs, l'insertion de l'application dans un projet de recherche (thèse de doctorat pour Vichy 1939-1945 ou projet INTERREG pour Traverse) s'inscrit dans une dynamique de diffusion partagée du savoir.
- 34 Il apparaît alors d'une plus grande pertinence de se saisir du contexte de conception, de production et de diffusion de ces applications pour mieux prendre en compte le « projet participatif » que chacune porte. En somme, les projets associés au développement des applications forment le cadre d'une rencontre entre des univers professionnels multiples (patrimonial, numérique, touristique, politique, etc.). Envisager ces dernières comme des « objets-frontières<sup>40</sup> » semble ouvrir une piste de recherche à même de dépasser les oppositions stériles entre des cultures professionnelles que l'on tendrait à confronter pour mieux comprendre ce qui est à l'œuvre dans cette rencontre.

---

## BIBLIOGRAPHIE

- Alloing, Camille et Pierre, Julien, *Le Web affectif. Une économie numérique des émotions*, Bry-sur-Marne, Ina Éditions, « Études et controverses », 2017.
- Angé, Caroline et Renaud, Lise, « Les écritures émergentes des objets communicationnels. *De la rénovation* », *Communication & langages*, vol. 174, n° 4, 2012, p. 35-39.
- Boltanski, Luc et Thévenot, Laurent, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991.
- Cameron, Duncan, « Le musée : un temple ou un forum » [1971], in Desvallées, André (dir.), *Vagues. Une anthologie de la nouvelle muséologie*, vol. 1, Macon-Savigny-le-Temple, W.M.N.E.S, 1992, p. 77-98.
- Candel, Étienne, « Participer, faire participer : le pouvoir ambigu des formes textuelles », conférence d'ouverture du stage de formation L'enseignement des lettres et les TICE à destination des inspecteurs d'académie et inspecteurs pédagogiques régionaux (IA-IPR) à l'École supérieure de l'éducation nationale (ESEN), Poitiers, 27 et 28 mars 2008.
- Candel, Étienne, « L'Œuvre saisie par le réseau », *Communication & langages*, n° 155, 2008, p. 99-113.
- Couillard, Noémie, *Les Community managers des musées français. Identité professionnelle, stratégies numériques et politique des publics*, thèse de doctorat, Université d'Avignon, 2017.
- Croissant, Valérie (dir.), *L'Avis des autres. Prescription et recommandation culturelle à l'ère numérique*, Paris, Éditions des archives contemporaines, 2018.
- Daignault, Lucie et Schiele, Bernard (dir.), *Les Musées et leurs publics, savoirs et enjeux*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2014.
- Eco, Umberto, *Lector in fabula. Le rôle du lecteur*, Paris, Le Livre de Poche, 1995.
- Davallon, Jean, « À propos des régimes de patrimonialisation : enjeux et questions », *Patrimonialização e sustentabilidade do património: reflexão e prospectiva*, Lisboa, Portugal, 2014. [En ligne] <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01123906> [consulté le 15 septembre 2020].
- Delarge, Alexandre, *Le Musée participatif. L'ambition des écomusées*, Paris, La Documentation française, 2018.
- Eidelman, Jacqueline et Roustan, Mélanie, « Les études de publics : recherche fondamentale, choix de politiques et enjeux opérationnels », in Eidelman, Jacqueline, Roustan, Mélanie et Goldstein Bernadette (dir.), *La Place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées*, Paris, La Documentation française, 2007.
- Gomez-Mejia, Gustavo, « Fragments sur le partage photographique. Choses vues sur Facebook ou Twitter », *Communication & langages*, vol. 194, n° 4, 2017, p. 41-65.
- Gunthert, André, *L'Image partagée. La photographie numérique*, Paris, Textuel, 2015.
- Harrison Rodney, *Heritage. Critical approaches*, Abingdon/New York, Routledge, 2013.
- Heinich, Nathalie, *Des valeurs. Une approche sociologique*, Paris, Gallimard, 2017.
- Jeanneret, Yves, *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Non Standard, 2014.



Krieg-Planque, Alice, *La Notion de formule en analyse de discours. Cadre théorique et méthodologique*, Besançon, Presses Universitaires de Franche-Comté, 2009.

Le Marec, Joëlle, *Publics et musées, la confiance éprouvée*, Paris, L'Harmattan, 2007.

Navarro, Nicolas et Renaud, Lise, « Modalités d'expression numérique de l'identité muséale : entre tournant participatif et commercial », in Regourd, Martine (dir.), *Marques muséales. Un espace public revisité ?*, Paris, L.G.D.J./lextenso éditions, « Colloques & Essais », 2018, p. 271-285.

Navarro, Nicolas et Renaud, Lise, « Fantasmagorie du musée : vers une visite numérique et récréative », *Culture & Musées*, n° 35, 2020, p. 133-163.

Pianezza, Nolwenn, Navarro, Nicolas et Renaud, Lise, « Pour une archéologie de l'injonction : leitmotivs dans la presse autour des projets numériques patrimoniaux », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 20.3, 2019, p. 27-38.

Smith, Laurajane, *Uses of Heritage*, Abingdon/New York, Routledge, 2006.

Souchier, Emmanuël, Candé, Étienne et Gomez-Mejia, Gustavo, *Le Numérique comme écriture. Théories et méthodes d'analyse*, Paris, Armand Colin, 2019.

Trompette, Pascale et Vinck, Dominique, « Retour sur la notion d'objet-frontière », *Revue d'anthropologie des connaissances*, vol. 3, n° 1, 2009, p. 5-27.

## NOTES

1. La notion de rénovation est opérante pour penser les transformations liées au numérique dans un temps long c'est-à-dire non pas dans une logique de rupture mais comme travaillant à partir de l'existant. La rénovation permet de souligner que « les phénomènes nouveaux ne naissent pas de novo ». Cf. Caroline Angé et Lise Renaud, « Les écritures émergentes des objets communicationnels. De la rénovation », *Communication & langages*, vol. 174, n° 4, 2012, p. 35-39.

2. Nous appréhendons les outils numériques d'aide à l'interprétation déployés par les musées et sites patrimoniaux comme des médias informatisés, tels que définis par Y. Jeanneret. Cette notion présente l'avantage d'insister sur leur dimension médiatique et sur leur fonctionnement informatique.

3. Nicolas Navarro et Lise Renaud, « Fantasmagorie du musée : vers une visite numérique et récréative », *Culture & Musées*, n° 35, 2020, p. 133-163.

4. Yves Jeanneret, *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Non Standard, 2014, p. 12.

5. Ce corpus a été constitué dans le cadre du projet de recherche AP-PAT (Les applications mobiles de visites de sites patrimoniaux : archéologie, polychrésie, médiation), réponse à l'appel à projet pluridisciplinaire interne (APPI 2020) de l'université Lumière Lyon 2, coordonné par Nicolas Navarro. [En ligne] <https://elico-recherche.msh-lse.fr/programme/ap-pat-applications-mobiles-de-visite-de-sites-patrimoniaux> [consulté le 15 septembre 2020].

6. Yves Jeanneret, *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Non Standard, 2014.

7. La notion d'écrit d'écran permet de resituer l'informatique dans sa filiation avec les pratiques d'écriture et de lecture. Cf. Emmanuël Souchier, Étienne Candé et Gustavo Gomez-Mejia, *Le Numérique comme écriture. Théories et méthodes d'analyse*, Paris, Armand Colin, 2019.

8. Joëlle Le Marec, *Publics et musées, la confiance éprouvée*, Paris, L'Harmattan, 2007 ; Lucie Daignault et Bernard Schiele (dir.), *Les Musées et leurs publics, savoirs et enjeux*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2014 ; Noémie Couillard, *Les Community managers des musées français*.

*Identité professionnelle, stratégies numériques et politique des publics*, thèse de doctorat, université d'Avignon, 2017.

9. Gustavo Gomez-Mejia, « Fragments sur le partage photographique. Choses vues sur Facebook ou Twitter », *Communication & langages*, vol. 194, n° 4, 2017, p. 41-65.

10. La notion de formule a été définie par Alice Krieg-Planque comme « un ensemble de formulations qui, du fait de leurs emplois à un moment donné et dans un espace public donné, cristallisent des enjeux politiques et sociaux que ces expressions contribuent dans le même temps à construire ». Cf. Alice Krieg-Planque, *La Notion de formule en analyse de discours. Cadre théorique et méthodologique*, Besançon, Presses Universitaires de Franche-Comté, 2009.

11. [En ligne] <https://avignon-tourisme.com/activites/palais-des-papes/> [consulté le 15 septembre 2020].

12. Présentation de l'application Traverse sur le site internet de la fondation Facim : [en ligne] <https://fondation-facim.fr/fr/le-pays-dart-et-dhistoire/grands-projets/archives/patrimoine-en-partage-2> [consulté le 15 septembre 2020].

13. Communiqué de presse du 17 mai 2019.

14. [En ligne] <http://www.palais-des-papes.com/fr/content/histopad-pour-tous> [consulté le 15 septembre 2020].

15. [En ligne] <http://www.calanques-parcnational.fr/fr/application-mobile-officielle-mes-calanques> [consulté le 15 septembre 2020].

16. Étienne Candé, « L'Œuvre saisie par le réseau », *Communication & langages*, n° 155, 2008, p. 99-113.

17. [En ligne] <http://www.palais-des-papes.com/fr/content/histopad-pour-tous> [consulté le 15 septembre 2020].

18. [En ligne] <http://www.palais-des-papes.com/fr/content/histopad-pour-tous> [consulté le 15 septembre 2020].

19. [En ligne] <https://www.traverse-patrimoines.com/app/> [consulté le 15 septembre 2020].

20. Comparativement aux trois autres applications, la couverture médiatique de promotion de l'application Vichy 1939-1945 est restreinte. Les magasins d'applications et les sites web de présentation de l'ouvrage *Vichy contre Vichy, une capitale sans mémoire*, rédigé par Audrey Mallet sont les principaux espaces de publications d'informations promotionnelles sur l'application mobile Vichy 1939-1945.

21. Le gestionnaire du site utilise par exemple le même découpage pour l'étude des statistiques de billetterie.

22. Nathalie Heinich, *Des valeurs. Une approche sociologique*, Paris, Gallimard, 2017.

23. Entretien du 28 avril 2020 avec le directeur de la communication du parc national des Calanques.

24. André Gunthert, *L'Image partagée. La photographie numérique*, Paris, Textuel, 2015.

25. Camille Alloing et Julien Pierre, *Le Web affectif. Une économie numérique des émotions*, Bry-sur-Marne, Ina Éditions, « Études et controverses », 2017.

26. Jacqueline Eidelman et Mélanie Roustan, « Les études de publics : recherche fondamentale, choix de politiques et enjeux opérationnels », in Jacqueline Eidelman, Mélanie Roustan et Bernadette Goldstein (dir.), *La Place des publics. De l'usage des études et recherches par les musées*, Paris, La Documentation française, 2007, p. 36.

27. Gustavo Gomez-Mejia « Fragments sur le partage photographique. Choses vues sur Facebook ou Twitter », *Communication & langages*, vol. 194, n° 4, 2017, p. 44.

28. Présentation de Traverse sur l'App Store.

29. Entretien du 28 avril 2020 avec le directeur de la communication du parc national des Calanques.

30. [En ligne] <https://ulrichfischer.net/2019/05/20/lancement-de-raconte-moi-geneve/> [consulté le 15 septembre 2020].

31. Jean Davallon, « À propos des régimes de patrimonialisation : enjeux et questions », *Patrimonialização e sustentabilidade do património: reflexão e prospectiva*, Lisboa, Portugal, 2014. [En ligne] <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01123906> [consulté le 15 septembre 2020].
32. Joëlle Le Marec montre qu'à rebours d'un discours ambiant sur un sentiment de défiance vis-à-vis des institutions, les enquêtes de public qu'elle a menées révèlent la confiance accordée par le public à l'institution muséale. Cf. Joëlle Le Marec, *Publics et musées, la confiance éprouvée*, Paris, L'Harmattan, 2007.
33. Jacqueline Eidelman et Mélanie Roustan, « Les études de publics : recherche fondamentale, choix de politiques et enjeux opérationnels », in Jacqueline Eidelman, Mélanie Roustan et Bernadette Goldstein (dir.), *La Place des publics: de l'usage des études et recherches par les musées*, Paris, La Documentation française, 2007, p. 36.
34. Étienne Candel « Participer, faire participer : le pouvoir ambigu des formes textuelles », conférence d'ouverture du stage de formation L'enseignement des lettres et les TICE à destination des inspecteurs d'académie et inspecteurs pédagogiques régionaux (IA-IPR) à l'École supérieure de l'éducation nationale (ESEN), Poitiers, 27 et 28 mars 2008.
35. Entretien fondateur et gérant Setavoo, agence de développement de l'application Mes Calanques du 25 septembre 2020.
36. Entretien du 28 avril 2020 avec le directeur de la communication du parc national des Calanques.
37. Duncan Cameron, « Le musée : un temple ou un forum » [1971], in André Desvallées (dir.), *Vagues. Une anthologie de la nouvelle muséologie*, vol. 1, Macon-Savigny-le-Temple, W M.N.E.S, 1992, p. 77-98.
38. Duncan Cameron, « Le musée : un temple ou un forum » [1971], in André Desvallées (dir.), *Vagues. Une anthologie de la nouvelle muséologie*, vol. 1, Macon-Savigny-le-Temple, W M.N.E.S, 1992, p. 77-98.
39. Laurajane Smith, *Uses of heritage*, Abingdon/New York, Routledge, 2006 ; Rodney Harrison, *Heritage. Critical approaches*, Abingdon/New York, Routledge, 2013.
40. Pascale Trompette et Dominique Vinck, « Retour sur la notion d'objet-frontière », *Revue d'anthropologie des connaissances*, vol. 3, n° 1, 2009, p. 5-27.
- 

## RÉSUMÉS

Cet article étudie les formes de participation des publics à partir de l'étude de quatre applications mobiles de visite patrimoniale. Leur valorisation s'appuie sur la promesse d'une relation plus moderne, interactive et collaborative avec l'institution patrimoniale, permise par l'utilisation de l'application. Si la promesse d'une plus forte participation des publics peut être instrumentalisée, elle est aussi inscrite dans le design des applications à travers différentes fonctionnalités éditoriales, variables d'une application à l'autre. Il ressort de l'analyse trois modèles de communication publics/institution : affective, cognitive et axiologique. L'utilisateur est ainsi sollicité pour, tour à tour, exprimer ses émotions, transmettre des connaissances voire s'engager de façon citoyenne dans la préservation patrimoniale.

## INDEX

**Mots-clés** : participation, implication, promesse, application mobile de visite, valeur, patrimoine

## AUTEURS

### NICOLAS NAVARRO

Nicolas Navarro est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'université Lumière Lyon 2 et membre du laboratoire ELICO (EA 4147). Ses travaux portent sur la mise en communication des territoires à travers une approche ethno-sémiotique des objets et êtres culturels, et de leurs médiations. Il s'agit de porter un regard compréhensif (ethnographie par entretiens, socio-sémiotique) sur les processus communicationnels permettant la circulation des territoires dans leurs enjeux sociaux, politiques et culturels. Il coordonne depuis 2020 le projet AP-PAT qui vise à comprendre et rendre compte de l'articulation entre les enjeux politiques, économiques et symboliques des projets d'applications numériques patrimoniales.

### LISE RENAUD

Lise Renaud est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à Avignon université et membre du Centre Norbert-Elias (UMR 8562). Ses travaux portent sur les promesses liées au numérique et au patrimoine et sur leurs modalités d'inscription tant dans les discours promotionnels que dans le design des écrits d'écran. Adoptant une approche socio-sémiotique, ses travaux visent à qualifier les processus de médiatisation et de figuration visuelle impliqués dans la pratique des médias informatisés. Elle a coordonné en 2019 trois projets de recherche sur le terrain de l'HistoPad du Palais des papes permettant de mettre au jour à la fois la dimension politique de la conception et la complexité des appropriations de cet outil d'aide à l'interprétation.