

## INTRODUCTION

---

### USAGES DE L'INTERACTIVITÉ : CONTEXTE ET NOTION

Dès les années 1980, la France a modernisé son réseau de télécommunications et opéré une informatisation de la société, processus ininterrompu. La recherche en télématique conduit à l'augmentation de la puissance de calcul et de la vitesse des débits, au développement des langages, à la sophistication des équipements, et à la dissémination des ordinateurs sous toutes les formes (du calculateur aux terminaux mobiles). Les travaux sur la réception active et les usages réels des technologies de l'information et de communication (TIC), en sociologie des usages en France (Jouët, 2000), se sont multipliés, tant pour comprendre les enjeux sociaux que pour répondre aux besoins de production des industries concernées (informatique, télécommunications, édition des contenus), qui ont petit à petit appris à intégrer la problématique des usages.

Cette double dynamique de recherche, tant en sciences sociales qu'en sciences de l'ingénieur, a favorisé les représentations d'une informatisation sociale salvatrice, tout en légitimant le paradigme d'une société de l'information mondialisée (Mattelart, 2001). Ce dernier a été renforcé par le paradigme de l'interactivité, qui mérite une attention particulière. L'interactivité, qui ne se réduit ni à l'animation multimédia, ni à l'arborescence à parcourir par le mode fondé sur l'hyperchoix, est développée et étudiée par un grand nombre de disciplines et courants de recherches, apportant des éclairages complémentaires.

Outre, les recherches en informatique et télécommunications qui rythment les évolutions technologiques notamment en matière d'interactivité, celles sur les interfaces adaptatives, en relation avec les sciences cognitives, et celles sur l'ergonomie et le design révèlent l'inscription de l'usage dans les objets techniques. La sémiologie offre des clés de compréhension des signes en permanente évolution. En économie politique de la communication, les études sur les industries culturelles fournissent la mesure d'une économie fondée sur ces technologies interactives et de la diversité informationnelle à l'heure de la concentration médiatique. L'analyse des discours sur les TIC apporte également un éclairage sur les représentations de l'interactivité grâce à l'identification et l'étude des modalités de déploiement de celles-ci. Dans ce contexte de croissance continue des infrastructures, des logiciels et des standards éditoriaux, les travaux en esthétique permettent de saisir le rôle des créateurs qui inventent de nouvelles expériences interactives. L'approche critique de la socio-politique des usages met en lumière la dimension politique des usages en articulant les logiques techniques et sociales. Enfin, sans viser l'exhaustivité, la sociologie des usages des TIC produit des connaissances sur la diffusion, la conception et l'appropriation sociale des innovations technologiques, notamment des technologies interactives, sur les usages réels, leur insertion dans les pratiques préexistantes et leurs significations.

Les sciences de l'information et de la communication (SIC) se trouvent au cœur de cette multiplicité de travaux, et la démarche interdisciplinaire <sup>1</sup> semble nécessaire pour cerner la notion complexe de l'interactivité, qui recouvre plusieurs représentations. En effet, l'interactivité, qui implique une présence et une participation continue de la part de l'utilisateur, est à la fois considérée comme favorisant la symétrie des échanges <sup>2</sup>, et confondue avec la facilité de diffusion des contenus. Cette

---

<sup>1</sup> Cette démarche interdisciplinaire est d'autant plus pertinente qu'elle vise à étudier une notion, l'interactivité, présentant une problématique transversale. En effet, l'interactivité peut être appréhendée dans ses diverses modalités : processus informationnel et communicationnel, signe, message, discours, écriture, image, esthétique, médiation, pratique, expérience, service, stratégie marketing, innovation sociale, économique et politique, enjeu de pouvoir et de liberté, etc.

<sup>2</sup> Échanges entre un émetteur et un récepteur, ce dernier étant susceptible de devenir également émetteur d'information, comme dans le cadre du courrier électronique pour une communication médiatisée par ordinateur, mais également dans le cadre d'une connexion à un site web. Toutefois, dans les deux contextes d'usages, il convient

notion est aussi associée à la liberté et le plaisir du choix parmi les fragments émancipant de la linéarité, mais sans que l'utilisateur ne puisse appréhender des ensembles. Il est encore question d'interactivité lorsque les émetteurs sur l'internet veulent personnaliser les contenus, les adapter en fonction des utilisateurs étiquetés (chercheurs, étudiants, touristes, etc.). Or, cette prétendue personnalisation oblige l'utilisateur à se définir dans une catégorie et on peut se demander si celle-ci repose sur le principe fallacieux qu'un internaute ne s'intéresse qu'aux informations considérées comme appartenant à sa catégorie. De plus, les développements de contenus personnalisés, d'interfaces adaptatives, de l'auto-paramétrage correspondent à des modèles d'usages<sup>3</sup> qui demeurent réducteurs par rapport à la complexité du comportement humain. Face à ces propositions multimédias, les utilisateurs peuvent être largement déçus par le résultat du système sur-estimé. Sont-ils conduits à renoncer, parfois à leur insu, à leurs données personnelles sur leurs comportements en ligne potentiellement fichés, pour bénéficier de ces accès, parcours dits personnalisés, relevant de nouvelles stratégies marketing ?

La confusion entre interactivité et interaction est en outre fréquente et exige des précautions. L'interactivité peut être considérée comme un simple système de sélection et de manipulation des données, permettant des commandes prises en compte par le système mettant en relation des informations, ou comme un moyen de communication, ce qui tendrait davantage vers l'interaction. L'interaction fait référence à une action réciproque entre émetteurs et récepteurs, alors que l'interactivité se définirait plutôt comme une activité de dialogue entre un être humain et un programme informatique, notion liée à la simulation de relations inter-individuelles médiatisées par ordinateur.

Les acteurs d'un nombre de plus en plus considérable de secteurs d'activités s'approprient les technologies multimédias interactives, y compris le secteur culturel et plus particulièrement le secteur muséal qui s'est lancé dans la production hors ligne et en ligne sur l'internet.

---

de vérifier, en termes techniques, la taille réservée à la bande passante dans chacun des deux sens pour mesurer la symétrie de la circulation des contenus, du côté des émetteurs et récepteurs, qui ne possèdent pas le même équipement pour accéder à l'internet.

<sup>3</sup> Grâce à des algorithmes, des modèles peuvent être construits à partir de calculs de traces.

Les musées travaillent sur de nouvelles formes de médiation culturelle technicisée, bien souvent le résultat d'adaptations des médiations préexistantes aux contraintes ergonomiques et technologiques. Toutefois, les multimédias ne constituent pas une rupture dans la sphère muséale, engagée dans une logique de communication et de services. En revanche, la multimédiatisation des musées les inscrit indéniablement, et de façon renforcée, dans les logiques d'industrialisation, interprétées comme participant d'une consommation culturelle potentiellement élargie et démocratisée. De fait, l'édition électronique des musées soulève des enjeux sociaux et politiques, qu'il convient d'étudier, d'autant plus que le secteur muséal présente un triple intérêt : la patrimonialisation, la médiation, les publics. En effet, les musées, institutions au service de la société, qui ont une mission de conservation et de diffusion du patrimoine sans but lucratif, font partie des lieux de mémoire collective (Ricoeur, 2000), et sont garants d'un bien commun, qui marque le rapport fondamental au temps.

La question de la médiation technicisée se pose prioritairement. Hors de la portée symbolique du musée, la médiation culturelle est amenée à évoluer par sa multimédiatisation. La première modalité de cette évolution est celle qui se donne à voir avec les yeux, les oreilles, les doigts : les interfaces.

C'est pourquoi, une **première partie** est consacrée aux interfaces. La spécificité de la médiation par les technologies interactives consisterait à accéder via des écrans aux contenus de toutes natures : scientifiques, artistiques, éducatifs, informationnels, ludiques, communicationnels. Les images, les textes et les sons sont les objets mobilisés pour incarner ces contenus scénarisés et à forte charge émotionnelle et heuristique. Mais ces médiations fonctionnelles ne suffisent pas pour présenter la problématique des interfaces. Ces dernières créent les conditions d'un visuel corporalisé, autrement dit un visuel engageant le corps et non pas seulement les yeux. C'est à ce prix que les utilisateurs des multimédias interactifs éprouvent des émotions inédites, et non pas seulement issues d'émotions pré-existantes. Il s'agit dans cette partie d'aborder également les modalités de la communication médiatisée par ordinateur entre émetteurs et usagers.

Une **seconde partie** est consacrée à l'analyse du pouvoir des usagers. Tout en se demandant si celui-ci n'est pas relatif, il s'agit de s'interroger sur la consultation de documents sur des réseaux informatiques, qui confère aux publics de musées en ligne une posture interactive. Dans le

cadre d'une rencontre entre usagers et musées à distance, les internautes semblent plutôt reproduire un mode de consultation/consommation, qui consiste à se servir dans des stocks de données numérisées, selon leurs goûts, leurs visites passées ou à venir, leur humeur, leur univers social et familial. Ils savent par ailleurs que leurs comportements sont fortement valorisés par un environnement socio-économique obéissant à des logiques de marché.

Après l'analyse des interfaces et celle du pouvoir des usagers des multimédias interactifs muséaux, une **troisième partie** replace le secteur muséal dans le contexte de la dite société de l'information. Depuis l'audiovisuel interactif, puis les bornes interactives et le CDRom, d'une part et depuis une décennie d'expériences sur l'internet d'autre part, les musées ont produit un discours largement apologétique sur le multimédia, accompagnateur d'une prétendue démocratisation culturelle. Or, l'inscription du secteur muséal dans le paradigme informatique aboutit à un constat plutôt accablant ; les musées, comme d'autres organisations relevant d'une mission d'intérêt général, sans but lucratif, continuent de centraliser leur démarche informationnelle et communicationnelle, grâce aux technologies, considérées comme libératrices de toutes contraintes. Dès lors, nous assistons à l'explosion d'une bulle spéculant un nouvel accès aux contenus muséaux grâce aux technologies interactives. La société de l'information ne serait-elle pas cette société ultra technologisée produisant ses propres remèdes pour contrôler (à tous les niveaux : marketing, sécuritaire, fonctionnel et social) l'accès aux informations et ses usagers, cloués à leur clavier et rivés sur leur écran, la tête dans les réseaux informatiques ?