Sylvie Le Clech (dir.)

Le virtuel au service du chercheur

Éditions du Comité des travaux historiques et scientifiques

Médiation physique et/ou Histopad® numérique : quelle combinaison du réel et du virtuel dans le dispositif de visite à Chambord ?

Florence Abrioux et Philippe Tanchoux

DOI : 10.4000/books.cths.15283

Éditeur : Éditions du Comité des travaux historiques et scientifiques

Lieu d'édition : Éditions du Comité des travaux historiques et scientifiques

Année d'édition : 2021

Date de mise en ligne : 21 juin 2021

Collection : Actes des congrès nationaux des sociétés historiques et scientifiques

EAN électronique : 9782735509300

<http://books.openedition.org>

Référence électronique

ABRIOUX, Florence ; TANCHOUX, Philippe. *Médiation physique et/ou Histopad® numérique : quelle combinaison du réel et du virtuel dans le dispositif de visite à Chambord ?* In : *Le virtuel au service du chercheur* [en ligne]. Paris : Éditions du Comité des travaux historiques et scientifiques, 2021 (généré le 21 septembre 2021). Disponible sur Internet : <<http://books.openedition.org/cths/15283>>. ISBN : 9782735509300. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.cths.15283>.

Ce document a été généré automatiquement le 21 septembre 2021.

Médiation physique et/ou Histopad® numérique : quelle combinaison du réel et du virtuel dans le dispositif de visite à Chambord ?

Florence Abrioux et Philippe Tanchoux

- 1 L'ouverture au public de musées puis de monuments se multiplie tout au long du XIX^e siècle¹. La muséologie s'organise dans une finalité pédagogique², et s'étoffe pour un public éduqué. Les visites guidées et supports écrits (guides, cartels) présentent les œuvres sans réelle médiation. Aux premières adaptations des années 1930 pour des publics n'ayant pas fréquenté les universités, succèdent, après 1950, des conférenciers³ ou gardiens récitant le texte préparé par les conservateurs et des professeurs « faisant la visite » à leurs élèves.
- 2 Depuis 1958, les ministères des Affaires culturelles et de l'Éducation nationale, ainsi que le monde du tourisme expriment le besoin de faciliter l'accès aux œuvres, mais aussi d'allonger les séjours des touristes. En réponse, la médiation patrimoniale initiée après 1980 adapte à chaque public des outils de visite scientifiquement décloisonnés, complétés si besoin par des moyens technologiques et une scénographie qui facilitent ou rendent ludique la pédagogie du message initial. Une diversité de supports – écrits, photographies, vidéos... –, une diversification des visites – costumées, scénarisées, sensorielles... –, déclinées suivant les publics – scolaires, retraités, étrangers... –, complètent la diversification des thèmes abordés. Cette démultiplication répond à l'extension des centres d'intérêt du public, à l'explosion épistémologique des axes de recherche et à l'élargissement des activités des lieux patrimoniaux – ateliers, conférences, animations... Elle permet de redécouvrir ces sites alors que le marketing patrimonial des années 2000 réagit à une compétition touristique accrue⁴. Cette dernière déplace le discours de médiation de l'objectif premier d'éducation vers celui de loisir, et assimile de plus en plus publics, visiteurs et consommateurs⁵.

- 3 Le domaine de Chambord n'échappe pas à cette évolution depuis son ouverture au public au XIX^e siècle. Le renforcement de son attractivité s'exacerbe depuis 2005⁶. Or, comment s'articule aujourd'hui le dispositif de visite, entre réel et virtuel ? Le discours à destination des visiteurs s'appuie de façon pérenne sur les caractéristiques patrimoniales du château et le contenu des visites construit depuis 1830⁷. Mais le recours à l'Histopad® opère une transition et une rupture dans les modalités de visites et remplit l'espace d'images 3D.

La visite physique de Chambord : affronter le grandiose et le vide

Contingences patrimoniales : constantes et évolutions jusqu'au XXI^e siècle

- 4 L'architecture du château s'impose comme la première caractéristique valorisée depuis le XIX^e siècle. Outre ses dimensions spectaculaires et son mariage de tuffeau et d'ardoise, le château – reflet de l'influence italienne sur les bâtisseurs français – marie des éléments d'architecture médiévale avec le style italien. Quelques chefs-d'œuvre architecturaux, comme l'escalier à double hélice, les terrasses supérieures foisonnantes de lucarnes et de cheminées, les voûtes sculptées du deuxième étage du donjon, constituent les éléments les plus remarquables. Chambres, chapelle, oratoire, galeries sont autant de curiosités supplémentaires. Au bâti s'ajoute l'écrin des jardins reconstitués en 2017 d'après les dessins du XVIII^e siècle.
- 5 Cette architecture incontournable s'accompagne d'un passé marqué par des personnages ou des séquences de l'histoire nationale, ainsi que par le patrimoine culturel immatériel de la chasse. Bâti par François I^{er}, résidence de Gaston d'Orléans puis lieu de séjour de la cour sous Louis XIV, le château accueille Stanislas Leszczyński, le maréchal de Saxe puis le maréchal Berthier. Outre les chasses royales, François I^{er} y reçoit Charles Quint, Molière y produit *Le Bourgeois gentilhomme*, le comte de Chambord y proclame un discours qui condamne la restauration monarchique en 1871, et la Seconde Guerre mondiale fait du château l'abri des collections des Musées nationaux. Histoires politique, artistique, littéraire et cynégétique : les éléments immatériels sont nombreux.
- 6 Concernant les collections, le mobilier est vendu en 1792. Alors que le château est offert en 1828 au futur comte de Chambord, quelques objets sont déposés par la duchesse de Berry dans la perspective d'ouverture d'un musée⁸. La restauration des appartements de Louis XIV et de la chambre de François I^{er} ne commence qu'à partir de 1958, vingt-huit ans après l'acquisition par l'État du domaine. Quelques meubles viennent alors évoquer ces périodes. Au-delà de plusieurs dons, le château ne s'enrichit qu'à partir des années 1970 de tapisseries du XVII^e siècle, de dépôts de la fondation François-Sommer – instigatrice du musée parisien de la Chasse et de la nature – et d'armes provenant des Invalides. En 2018, plus de 4 500 objets sont réunis ; en effet, le remeublement s'accélère depuis 2005 pour proposer des restitutions cohérentes à partir des inventaires anciens.

De la visite à la médiation patrimoniale à Chambord (1821-1990) : remplir l'espace

- 7 Tributaire de ces évolutions patrimoniales et du délabrement initial du bâti⁹, la visite publique du château s'organise dans les années 1821. Dès 1852, un gardien, moyennant pourboire, fait visiter sur une durée de 30 à 40 minutes les parties « les plus curieuses » tous les jours de 8 heures à 12 heures et de 13 heures à 16 heures (voire à 19 heures, l'été de 1932), et des visites de groupes en cas d'affluence se tiennent en 1929.
- 8 L'historiographie des études de Chambord aux XIX^e et XX^e siècles¹⁰ montre la permanence des sujets de curiosité. Les études antérieures à 1850 rappellent l'existence d'un manoir des comtes de Blois et les conditions de son rattachement au domaine royal avant la construction du château. Elles questionnent le nom de l'architecte de Chambord et les détails du chantier. Surtout, elles rapportent la vie de ses principaux résidents, récits assortis d'éléments légendaires. Ce discours s'enrichit vers 1950 sur la base des écrits épistolaires, mémoriels ou littéraires des protagonistes du XVI^e au XIX^e siècle¹¹, et donne à voir quelques détails de vie – chauffage, confort, sociabilité... – alors que d'autres publications insistent sur l'anecdote, l'aspect mystérieux et le ressenti des visiteurs dans les murs¹². Après 1850, quelques illustrations troubadour se multiplient, avant les premières photographies publiques de Séraphin-Frédéric Mieusement des années 1868.
- 9 En complément, les guides touristiques insistent jusqu'en 1980 sur la nudité des salles ou la médiocrité des meubles présents. Quant aux visites mêmes, elles se concentrent jusqu'en 1880 sur le grand escalier et les terrasses, ainsi que sur trois salles des appartements de Louis XIV au premier étage du donjon. Après la réfection des extrémités ouest et est du château en 1889, de la tour Lanterne en 1891, le musée lapidaire au rez-de-chaussée est signalé. On lit ainsi dans un guide de 1912 :

« La visite se fait dans l'ordre suivant : on monte par le grand escalier et l'on voit en montant, les divers étages des quatre salles des gardes formant la croix autour de l'escalier. Dans la salle O. [Ouest] du premier étage, poêle monumental en faïence de Saxe apporté par le maréchal, enlevé à la révolution, racheté depuis par souscription. La salle N. [Nord] est le théâtre où joua Molière. En haut du grand escalier, on débouche sur de vastes terrasses, au pied de la grande lanterne que l'on admire dans son ensemble ainsi que les riches détails des cheminées et les toitures ; de là on aperçoit tout le domaine de Chambord [...] ; du côté E. [Est], le corps de logis des appartements de François I^{er} (élégant escalier) ; au S. [Sud], les communs bâtis sous François I^{er} et transformés sous Louis XIV par Mansart [...]. On redescend dans le château pour visiter la chapelle [salle située au premier étage hors du donjon à l'extrémité ouest du château], construite par François I^{er}, achevée par Henri II (tribune du temps de Louis XIV orné d'une tapisserie faite par Madame Royale dans la prison du temple ; au fond de l'autel, tapisserie faite et offerte au comte de Chambord par les dames du Limousin) puis les appartements de Louis XIV [défigurés sous la Restauration et garnis à la même époque de leur mobilier actuel, ils forment un ensemble de salles situées au premier étage dans le donjon dont le guide détaille chaque tableau et meuble] [...] ; enfin le charmant cabinet de travail de François I^{er}, à voûtes et murs sculptés, plus tard oratoire de Marie Leszczyńska [erreur pour la femme de Stanislas Leszczyński, Catherine Opalinska]. C'est sur une vitre de ce cabinet que François I^{er}, d'après une tradition, aurait tracé avec le diamant de sa bague le fameux distique : souvent femme varie, bien fol est qui s'y fie¹³. »

- 10 De 1900 à 1950, la visite guidée d'étage en étage jusqu'aux terrasses se clôt par la visite des carrosses du comte de Chambord au rez-de-chaussée. L'alternative entre visites libre ou guidée n'apparaît qu'en 1970. Une déambulation est proposée dans le *Guide bleu* Michelin de 1991. De façon nouvelle, l'histoire et l'architecture de Chambord sont exposées dans l'un des combles du donjon, alors que les appartements restaurés/restitués de l'aile François I^{er} ouvrent au public.
- 11 Tout s'accélère après 1990. À partir de 1993¹⁴, les visites libres ou « guidées » des appartements, de l'architecture ou des décors, ou des conférences, menées par des guides-conférenciers sur des thèmes spécifiques, sont proposées aux visiteurs. Déclinée dès 1997 en plusieurs visites, ayant pour thèmes « Découvrir », « Comprendre », « Explorer », « Approfondir », et répartie sur un calendrier concentré les week-ends et durant l'été¹⁵, cette offre évolue jusqu'en 2002 vers des visites « commentées », « en scène » – avec un témoin en costumes –, « insolites », ainsi que des visites « de prestige » en dehors des horaires d'ouverture, ou « au coin du feu sur Chambord en 1939-1945 ». L'accueil des publics handicapés est amélioré. Depuis 1995, des ateliers pour les publics scolaires se structurent¹⁶ et la distribution de carnets *ad hoc* pour les professeurs et élèves s'organise après l'installation en 2003 du service éducatif.
- 12 Un dépliant initialement vendu à l'accueil est distribué gratuitement après 2000. Il détaille les objets salle par salle, via un plan, et s'est enrichi depuis 1997 de photographies, d'une chronologie et de points incontournables.
- 13 Les nouvelles technologies sont incorporées à la visite avec l'audioguide multilingue en 1995 et le site Internet du château en 2003. Le film en images 3D présentant l'architecture et la construction du château, intégré au parcours en 2004, et le visioguide avec des contenus multimédias en 2013 renforcent l'idée que le château n'est pas une coquille vide.
- 14 La continuité marque le discours de visite sur la base d'une historiographie affinée. Mais la demande du public oblige à élargir les espaces de visite, diversifier et rendre ludique les expériences et revaloriser les collections mobilières, toujours pour éviter le désarroi suscité face au vide. En 1952, le son et lumière pionnier essaie de compenser en mettant en scène l'architecture et les hauts faits du château, et inaugure à Chambord l'évolution vers l'« *edutainment*¹⁷ ». En remplaçant les visioguides et audioguides à partir de 2015, sans pour autant remettre en cause la diversité des visites et des animations introduites au fil du temps¹⁸, l'Histopad® fait le pari d'une expérience de visite nouvelle.

Du réel au virtuel : l'Histopad® comme outil de transition et de remeublement ?

La technologie au service de l'innovation

- 15 Au regard de ces évolutions, l'Histopad® s'inscrit dans la continuité des démarches de médiation antérieures, tout en introduisant des ruptures fondamentales dans la modalité de visite. Caractéristique d'une innovation de produit au sens de l'OCDE¹⁹, il condense plusieurs strates d'innovations :
- La technologie utilisée que l'on peut qualifier d'innovation-technologie. Pour l'Histopad®, les principaux piliers technologiques²⁰ sont l'application HistoApp créée à partir de la

plateforme HistoPadDevelopmentKit (HPDK), l'infrastructure HistoCloud et la suite logicielle HistoStream.

- Le renouvellement du sens de la médiation, soit l'innovation-médiation, sera précisé dans le point suivant.
  - La révolution des perspectives d'études sur les pratiques des visiteurs – parcours de visite, temps passé sur place, fonctionnalités activées, etc. – par l'exploitation des données massives enregistrées sur les tablettes. Cette innovation est appelée innovation-données.
- 16 Seule la deuxième de ces trois formes est ici étudiée pour resituer les métamorphoses de la médiation qu'implique l'outil dans l'organisation de la visite.

Les principes de l'Histopad® : un outil multiservice, intégré et universel

- 17 L'Histopad® est proposé comme un service supplémentaire (au prix de 6,50 euros) et est présenté comme un outil moderne, enrichissant la visite, et ludique pour les enfants et adolescents. Dépassant les dispositifs de médiation plus classiques présentant des connaissances, il constitue un outil à forte densité informationnelle, multiservice, et opère une synthèse texte/image/son – les dispositifs numériques permettant cette inflation des contenus²¹. En 2018, il intègre ainsi une pluralité de fonctionnalités :
- visite audioguidée de vingt-quatre salles proposée en douze langues ;
  - plan interactif pour se localiser et visualiser les espaces parcourus ;
  - chasse au trésor ;
  - visite immersive et à 360 degrés de huit salles reconstituées selon leur état à l'époque de François I^{er} ;
  - réalité augmentée avec cartels explicatifs sur des détails du mobilier et des collections.
- 18 Mais il est aussi conçu comme un outil universel et intégré : universel parce que l'outil est le même pour tous ; intégré parce qu'il condense différentes fonctionnalités, jusque-là séparées. Cet outil tout-en-un permet au visiteur de réaliser une visite complète.
- 19 S'il ne fait ici que moderniser techniquement – par l'apport de l'interactivité, de contenus enrichis, regroupés sur un seul et même support – des fonctions déjà existantes, il permet aussi la reconstitution en 3D de l'état de huit salles au XVI^e siècle, donnant ainsi une vision du château jusqu'à présent inaccessible au grand public, et s'inscrit dans le mouvement d'accroissement informationnel. Cela constitue une aubaine pour un château longtemps critiqué comme vide.
- 20 En revanche, l'Histopad® introduit une rupture nouvelle dans la relation entre le public et le site, du fait de ses caractéristiques.

L'innovation-médiation : le visiteur au cœur de l'action

- 21 Inspirée par les connaissances en marketing, la tendance dans la production des outils de médiation consistait jusque-là à cibler des publics spécifiques : les jeunes, les visiteurs adultes, les personnes porteuses d'un type de handicap, dans des lieux spécifiques. À chacun correspondait un discours correspondant à ses centres d'intérêt, ses attentes et son niveau d'approche. Mais cette différenciation parfois poussée à l'extrême a des limites : offre illisible, segmentation des visiteurs, voire confinement dans des salles – par exemple dans le cas des non-voyants –, au détriment des interactions entre visiteurs au hasard des rencontres.

- 22 À l'inverse, l'Histopad®, universel, est un seul et même outil pour tous. Il recrée la proximité, la mixité sociale et générationnelle. Il abolit le travail d'adaptation du discours, pensé par les médiateurs pour correspondre à des segments de publics distincts. Il renverse ainsi une tendance pluridécennale qui a atteint son paroxysme au début du XXI^e siècle avec la démultiplication des visites et des supports adaptés. Il institue le passage d'un discours adapté à chacun vers un discours unique pour tous.
- 23 Surtout, l'Histopad® accomplit le dernier virage vers la visite autoguidée ! Si les contenus continuent d'être élaborés par des experts, l'utilisateur de la tablette est le maître de la visite. Il a le choix de l'activation des fonctionnalités et construit son parcours en jonglant selon ses envies et la configuration de visite : visite familiale, individuelle, entre adultes. Il peut même combiner les supports traditionnels (cartels) et la tablette, le réel et le virtuel. Certes, les prémices de cette implication du visiteur étaient déjà initiées : d'abord par la proposition d'activités²² ou au moyen de médiations dites intégratives²³ ; ensuite, par le choix offert d'un type de visite parmi une liste qui s'est élargie au fil du temps²⁴. Mais une fois ce choix effectué en début de visite, le visiteur y restait arrimé et suivait sa cohérence. Au contraire, avec l'Histopad®, la vision de la multiplicité des manières de s'approprier le site est exacerbée, le visiteur y est même directement confronté : il doit choisir au cours de ses pérégrinations dans le château parmi des possibilités étendues. Son implication incontournable dans l'orientation de la visite rompt avec la longue tradition d'une transmission descendante extro-guidée²⁵. Le visiteur habitué à être guidé, dans une attitude de consommateur, doit apprendre la pratique de la sélection sur place.
- 24 Cette autoconstruction de la visite par sélection des fonctionnalités et des modes informationnels constitue un changement de paradigme qui peut perturber le visiteur « classique », épris d'un certain rapport à la matérialité du lieu, aux liens sociaux, aux supports bâtis pour lui.

Une appropriation de l'Histopad® contrastée

- 25 Une enquête menée par questionnaire, administrée en face à face entre février et septembre 2017 auprès de 753 visiteurs du château de Chambord²⁶, montre la diversité de l'appréciation de la visite selon les supports (tabl. 1).

Tabl. 1. – Satisfaction maximale selon le choix de visite.

Type de visite	Choix des visiteurs (%)	Satisfaction maximale (%)
Visite libre	78	56
Visite avec Histopad®	14	48
Visite guidée	8	66

- 26 L'échantillon des personnes interrogées n'est pas représentatif de la répartition réelle des choix de visite. Environ 25 % des visiteurs prennent l'Histopad® et le chiffre ne cesse de croître depuis sa mise en service en 2015. La satisfaction ne s'exprime que sur un nombre restreint d'individus pour la visite guidée et la visite avec Histopad®, ce qui peut impacter les résultats. Néanmoins, par recoupement avec l'enquête qualitative menée par observation et par entretiens auprès d'une vingtaine d'utilisateurs en juin et

juillet 2017, la proportion d'utilisateurs de l'Histopad® ayant donné l'indice de satisfaction maximale à celui-ci paraît plausible.

- 27 Ces résultats pointent deux choses : d'abord, l'Histopad® n'est ni un mode de visite unique qui conduirait à la disparition des autres, ni le mode de visite le plus utilisé. Ensuite, ce type de visite enregistre une satisfaction maximale élevée, mais bien moindre que celle des visites libres et surtout guidées, les mieux jugées.
- 28 Ces résultats laissent place à notre hypothèse : ce qui est nouveau perturbe. L'adaptation des visiteurs est assez rapide ; il est fort probable que les résultats seraient assez différents en les interrogeant aujourd'hui de nouveau.
- 29 Examinons ce qui explique ce score mitigé.

Des jugements contrastés

- 30 L'étude qualitative par observation – suivi de visiteurs pendant 30 à 40 minutes – complétée par un entretien de 10 à 20 minutes, permet de discerner trois catégories de visiteurs, en nombre à peu près équivalent : les déçus, les mitigés et les enthousiastes.
- 31 Cette typologie éclatée explique le contraste des résultats selon les enquêtes : l'exploitation des données issues de l'Histopad® montre que les utilisateurs le notent souvent de manière optimale sur une échelle de 1 à 5. Ce sont majoritairement les convaincus, par ailleurs habitués à donner leur avis, qui répondent. Notre enquête interrogeait de manière aléatoire et sur des thèmes différenciés. L'appropriation est caractérisée par ce clivage entre fanatiques et réfractaires.
- 32 La typologie de l'appréciation est aussi assez liée à la configuration de visite – seul, entre adultes, avec des enfants –, au goût pour les visites patrimoniales, à l'âge, au type de métier exercé et surtout au caractère plus ou moins technophile des utilisateurs²⁷.
- 33 Les visiteurs ne s'y trompent pas, la fonctionnalité appréciée à l'unanimité est la plus innovante : la reconstitution 3D des salles qui, peut-on l'espérer, comble pour partie la sensation de vide mobilier antérieur. Elle reste toutefois perfectible, la valorisation du travail des historiens chargés de retrouver l'état ancien ou l'usage social des salles à la base des reconstitutions n'étant pas suffisante²⁸. Face à un graphisme qui rappelle celui des jeux vidéo, certains adolescents ou adultes ne mesurent pas le réalisme de la reconstitution, et confondent virtuel et réel. Rappeler l'aspect scientifique des scènes 3D et les relier aux objets présents aideraient des catégories de visiteurs à reconsidérer la valeur des projections.
- 34 Ceux qui apprécient la tablette sont principalement des adultes utilisateurs de technologie au quotidien. Il n'y a chez eux aucun *a priori*. Moins passionnés par le patrimoine que la moyenne des visiteurs, ils trouvent que l'Histopad® leur permet de faire des choix et de prendre plaisir à une visite souvent « consentie », par suivisme ou pour les enfants, en étant moins austère que les supports où la lecture domine. Ces utilisateurs adhèrent à cette médiation nouvelle ; ils sont déjà convaincus des apports de la technologie dont ils explorent toutes les facettes.
- 35 Les utilisateurs adultes plus mitigés voient principalement deux aspects positifs à l'Histopad® : l'apport de données supplémentaires et le côté adapté aux enfants. Ce jugement est toutefois nuancé par des aspects plus négatifs que nous présenterons ensuite.

- 36 Quant aux enfants et aux jeunes, ils apprécient l’Histopad® pour son caractère ludique et parce qu’il leur confère souvent un avantage en matière de manipulation sur leurs parents et grands-parents, au profit de cas de socialisation inversée²⁹ : aux parents la connaissance historique, aux enfants la dextérité sur les tablettes. Ils ne rencontrent pas de difficulté d’utilisation et n’ont aucun *a priori*, ce qui les distingue des utilisateurs plus réservés.

Des déçus par parti pris ou par manque d’habitude

- 37 Le changement de pratique ne va pas sans heurts. Distinguons les difficultés inhérentes à la technologie de celles liées au nouveau rapport au site, imposant l’implication du visiteur dans la construction de son programme, aux dépens du clés en main de la visite guidée.
- 38 Tout d’abord, la tablette a connu une période test au niveau du démarrage nécessitant des réglages techniques. Or, s’ils ont été circonscrits et restent rares, un visiteur qui paie pour un service supplémentaire ne supporte pas les dysfonctionnements, *a fortiori* lorsque l’outil est présenté comme étant à la pointe de la technologie. La plupart des visiteurs concernés retournent signaler le problème à l’accueil, mais ont le sentiment d’avoir perdu du temps de visite et conservent une mauvaise impression. Un bilan au moment de la restitution, lorsque le flux de visite le permet, permettrait de vérifier l’absence de problème technique et de mesurer la satisfaction de manière plus systématique et plus personnalisée. D’autres problèmes techniques viennent du manque d’habitude des utilisateurs : une prise casque mal branchée, le volume à zéro, et le visiteur n’a pas le son ! Enfin, une troisième difficulté tient à la prise en main de la tablette. Les visiteurs peu habitués peinent à s’y retrouver, malgré le tutoriel de départ ; d’autres s’en sortent mieux, mais trouvent que la prise en main, trop longue, empiète sur leur jouissance du lieu. Une partie de ces jugements renvoie à l’existence d’une barrière technologique.
- 39 Les autres éléments de déception portent sur les modifications induites dans la situation de visite par la tablette.
- 40 D’abord, le reproche que l’outil fait écran à la matérialité du site et ne permet pas de profiter pleinement des lieux est commun. Ces déclarations sont à tempérer par les observations : les visiteurs alternent souvent de façon intuitive les moments d’utilisation et d’abandon de la tablette. Mais la perception reste celle d’un encombrement ou d’une charge, faute d’habitude dans cette capacité à jongler de l’outil au site – alors que dans l’esprit, lire un cartel ou un document papier n’est pas différent.
- 41 Ensuite, la tablette fait écran au lien intrafamilial, chacun se repliant sur son outil. Cette perception ne reflète pourtant pas la réalité des pratiques observées. Les parents demandent aux enfants quelle fonctionnalité est sélectionnée, s’ils ont vu tel ou tel élément, ou sollicitent un dépannage technique. Les utilisateurs d’un même groupe s’épient, dialoguent, commentent – même négativement. Utilisateurs d’audioguides dans d’autres sites, ils trouvent que la tablette provoque le repli ; pourtant, l’audioguide fonctionne selon le principe identique d’un commentaire écouté individuellement. En outre, l’image et la multifonctionnalité introduisent bien plus la possibilité du dialogue qu’un audioguide classique. Le lien est indéniable, même s’il

n'est pas perçu, ce qui montre bien un scepticisme *a priori* ou « par principe » des visiteurs.

- 42 Enfin, le dernier reproche fait à l'Histopad® concerne la difficulté à reconstituer les grandes étapes ou une vision des éléments marquants face à des savoirs morcelés. Ce point est en lien avec la capacité des visiteurs à construire leur parcours de visite et à recréer un contenu cohérent. Là encore, dans un contexte de médiation inductive, qui n'est pas seulement propre au numérique, il est à parier que les visiteurs vont acquérir de l'aisance sous peu. C'est d'autant plus probable que les derniers Histopad® – notamment au palais des Papes à Avignon, à la cité royale de Loches ou la forteresse royale de Chinon – se banalisent en étant inclus dans le prix de la visite, de la même manière que les audioguides ou les bornes interactives, au départ critiqués, sont aujourd'hui largement appréciés. La plus grande difficulté reste celle de l'autoguidage, c'est-à-dire la capacité de concevoir un parcours adapté et logique pour donner du sens.
- 43 L'accroissement continu de l'offre de visites, de contenus et de services comble à Chambord la sensation de vide mobilier ressentie par les visiteurs face à une architecture et une histoire grandioses. Il répond aux attentes des publics, entremêlant contenus scientifiques et ludiques dans la visite après 1990, sans spécificité chambourdine exclusive.
- 44 L'Histopad® comble à son tour cette sensation grâce à la réalité augmentée, mais transforme la visite du fait de la simultanéité et de la coexistence d'outils réels et virtuels. Les choix et le rôle du visiteur en sont renforcés, au risque d'un sentiment de perte de cohérence des éléments structurants du message informationnel.
- 45 Nous avançons l'hypothèse que les visiteurs vont s'habituer à ces outils, alors même que le remeublement de Chambord s'accroît. Pour faciliter la transition, il est important de choisir l'outil numérique et le modèle économique le plus adapté au site, de maintenir les deux types de visite – en articulant solidement le réel et le virtuel – de renforcer la visibilité des éléments structurants, et de s'assurer enfin de la prise en main optimale de l'outil. « Dire plus » nécessite de trouver un espace synthétique pour faire passer l'essentiel. Les initiatives à Chambord illustrent les enjeux des musées de demain³⁰.

BIBLIOGRAPHIE

Activités éducatives, fasc., Chambord, domaine national de Chambord, 2005-2006 ; 2007 ; 2008-2009.

Activités pédagogiques, fasc., Chambord, domaine national de Chambord, 1999-2000 ; 2001-2002.

- BALLÉ Catherine, « L'enjeu culturel et social des musées : expérience passée et questions actuelles », dans Caillet Élisabeth et al. (dir.), *La médiation culturelle : cinquième roue du carrosse*, Paris, L'Harmattan, 2016, p. 29-37.
- BARTKOWIAK Timothée, « Chambord : domaine princier, domaine national. Étude des travaux du château (1802-1915) », thèse de doctorat en histoire de l'art, Tours, université de Tours, en préparation.
- Chambord*, fasc., Paris, CNMHS, 1982.
- Chambord*, fasc., Paris, CNMHS, 1979.
- Chambord au fil du temps : programme des activités culturelles*, fasc., [s. l.], [s. n.], 2000 ; 2001 ; 2002 ; 2003.
- Chambord au fil du temps : saison italienne*, fasc., [s. l.], [s. n.], 2004.
- CHAMPIGNEULLE Bernard, *Promenades aux châteaux de la Loire*, Paris, Éditions Balland, 1963.
- CHATENET Monique, *Chambord*, Paris, Éditions du Patrimoine, 2013.
- CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La médiation culturelle*, Paris, Armand Colin, 2017.
- Domaine national de Chambord*, fasc., [s. l.], [s. n.], 2012 ; 2013 ; 2014 ; 2015 ; 2016.
- EIDELMAN Jacqueline (dir.), *Inventer des musées pour demain : rapport de la mission « Musées du XXI^e siècle »*, Paris, La Documentation française, 2017.
- Guide d'information*, fasc., Chambord, domaine national de Chambord, 1993.
- GUILLAUME Jean, « La genèse de Chambord : réflexions sur un siècle d'historiographie », *Revue de l'art*, vol. CXLIX, n° 3, 2005, p. 33-43.
- LA SAUSSAYE Louis de, *Château de Chambord*, Chambord, Hôtel du Grand Saint-Michel, 1837.
- LA SAUSSAYE Louis de, *Le château de Chambord*, Blois, Chez tous les libraires, 1847 ; 1841 ; 1875.
- LA SAUSSAYE Louis de, *Le château de Chambord*, Lyon, Perrin, 1859.
- LA SAUSSAYE Louis de, *Le château de Chambord*, Paris, Aubry, 1865.
- LA SAUSSAYE Louis de, *Notice sur le château de Chambord*, Chambord, Hôtel du Grand Saint-Michel, 1835.
- LANOUX Armand, *Le voyageur du Val de Loire*, Paris, Hachette, 1965.
- LE DOUARIN Laurence, « Usages des nouvelles technologies en famille », *Informations sociales*, vol. CLXXXI, n° 1, 2014, p. 62-71.
- Les châteaux de la Loire*, 4^e éd., Paris, Hachette, « Guides Joanne », 1911, p. 111-112.
- LOISELEUR Jules, *Résidence royale de la Loire. Chambord : quelques pages de son histoire*, Paris, Librairie É. Dentu, 1863.
- MENCARELLI Rémi et PULH Mathilde, « Muséo-parcs et réenchantement de l'expérience muséale : le cas de la Cité des arts et des sciences de Valencia », *Décisions marketing*, janvier 2010.
- MERLEAU-PONTY Claire, DAVALLON Jean et CAILLET Élisabeth, « Il était une fois... », dans Caillet Élisabeth et al. (dir.), *La médiation culturelle : cinquième roue du carrosse*, Paris, L'Harmattan, 2016, p. 14-18.
- POULOT Dominique, *Patrimoine et musées : l'institution de la culture*, Paris, Hachette, 2014.

NOTES

1. D. Poulot, *Patrimoine et musées [...]*, p. 66-119.
2. *Ibid.*, p. 108-119.
3. C. Merleau-Ponty, J. Davallon et É. Caillet, « Il était une fois... ».
4. C. Ballé, « L'enjeu culturel et social des musées [...] », p. 29-37.
5. *Ibid.*, p 25-29.
6. Alternant les mises sous séquestre entre 1830 et 1930, l'édifice est acheté le 13 avril 1930 par l'État, et à nouveau fermé durant le deuxième conflit mondial avant d'être placé en 1947 sous la coresponsabilité des administrations des Domaines, des Eaux et Forêts et des Monuments historiques. Passé 1970, le domaine de Chambord est sous l'autorité de six ministères et de trois établissements publics, la Caisse nationale des monuments historiques et des sites (CNMHS) se chargeant de l'ouverture du château au public jusqu'à la création en 2005 de l'ÉPIC. Voir M. Chatenet, *Chambord*.
7. Les guides touristiques du Val de Loire de la médiathèque de l'abbé Grégoire à Blois ont été exploités en complément des supports de visite depuis 1990 du service des publics du domaine national de Chambord.
8. M. Chatenet, *Chambord*, p. 214-215.
9. T. Bartkowiak, « Chambord : domaine princier, domaine national [...] ».
10. Voir les notices historiques de Louis de La Saussaye entre 1831 et 1867 en bibliographie. Voir aussi J. Loiseleur, *Résidence royale de la Loire. Chambord [...]*; J. Guillaume, « La genèse de Chambord [...] ».
11. B. Champigneulle, *Promenades aux châteaux de la Loire*.
12. A. Lanoux, *Le voyageur du Val de Loire*.
13. *Les châteaux de la Loire*, p. 111-112.
14. Voir en bibliographie les supports de visite du château : *Chambord au fil du temps [...]*, *Domaine national de Chambord*, *Chambord*, *Guide d'information*, *Activités pédagogiques et Activités éducatives*.
15. Les thèmes illustrent l'élargissement des centres d'intérêt du public, l'accroissement des connaissances scientifiques et l'ouverture étendue des espaces de visite.
16. Les ateliers au château sont déclinés par niveau scolaire, alors que des énigmes, des jeux et une visite ludique en 1999, un atelier à thématique archéologique en 2004, un atelier en réseau concernant le Clos Lucé et Chambord en 2008, et enfin un atelier sur la table du roi en 2010, complètent l'offre.
17. Contraction entre *education* et *entertainment*, l'« *edutainment* », parfois francisé en « édutissement » ou « édumusement », vise à rendre l'éducation plus accessible par une approche ludique. Rémi Mencarelli et Mathilde Pulh le qualifient d'offre « réenchantee » et analysent ses effets, par exemple sur l'expérience muséale. Voir R. Mencarelli et M. Pulh, « Muséo-parcs et réenchantelement de l'expérience muséale [...] ».
18. À ces initiatives s'ajoutent des événements et spectacles vivants concentrés l'été, des expositions historiques, d'art de la chasse ou d'art contemporain, ainsi que des ateliers « Nature » au sein du parc, des week-ends thématiques ou des stages de

musique ancienne ou de chasse. Ils se multiplient après 2003 et englobent jardins, parc et faune cynégétique.

19. L'innovation de produit correspond à « l'innovation d'un bien ou d'un service nouveau. Cette définition inclut les améliorations sensibles des spécifications techniques, des composantes et des matières, du logiciel intégré, de la convivialité ou autres caractéristiques fonctionnelles ». [URL : <https://www.oecd.org/fr/sites/strategiedelocdepourlinnovation/definirlinnovation.htm>]

20. Présenté dans le dossier de presse « Histopad® Chambord », 2015, p. 8.

21. S. Chaumier et F. Mairesse, *La médiation culturelle*.

22. Voir n. 16, 17.

23. De la visite guidée monologuée à la visite guidée dialoguée, en passant par la visite comme simple échange ou comme échange créateur, voir S. Chaumier et F. Mairesse, *La médiation culturelle*.

24. Voir n. 18.

25. Nous entendons par transmission « extro-guidée » celle élaborée avec un ordre et une hiérarchie pensés par des experts – conservateurs, médiateurs –, et diffusée plus ou moins directement via les visites guidées, animations et supports de visite.

26. L'enquête à l'initiative des auteurs s'inscrit dans le cadre d'un chantier thématique de recherche universitaire « Chambord-Châteaux », porté par l'ARD Intelligence des Patrimoines sur la période 2016-2020, auquel s'associe le CRJP. [URL : www.intelligencedespatrimoires.fr]

27. Le questionnaire et les entretiens vont dans le même sens. Les visiteurs les plus réservés sont sinon des technophobes, du moins des technosceptiques, dont le jugement peut être empreint de mauvaise foi.

28. Une commission réunissant les experts les plus reconnus sur Chambord et la Renaissance valide les propositions de reconstitutions, fondées sur des recherches en histoire de l'art.

29. Parfois appelée rétrosocialisation, socialisation ascendante ou socialisation en retour, voir L. Le Douarin, « Usages des nouvelles technologies en famille », p. 62-71.

30. Rapport de la mission « Musées du XXI^e siècle » remis au ministre de la Culture et de la Communication le jeudi 2 mars 2017 : voir J. Eidelman, *Inventer des musées pour demain [...]*.

RÉSUMÉS

La visite publique de Chambord débute en 1821 et investit au fil des restaurations l'essentiel du bâtiment. Guidée par les gardiens jusqu'en 1970, elle s'ouvre à différentes modalités (guidée ou libre), s'adapte à chaque public, focalise sur l'architecture, les personnages et séquences historiques importantes, et se heurte au vide mobilier du château. Basée continuellement sur ces éléments du réel, la médiation connaît une phase de transition après 2015 en articulant les visites classiques avec la tablette numérique Histopad®. Faisant synthèse des supports antérieurs en

son/image/texte, celle-ci comble pour partie la sensation de vide mobilier. Elle démultiplie les options de visite, au profit d'un circuit autoguidé qui associe science et jeu, mais peut cependant faire perdre les références structurantes du récit de médiation. En 2019, cette réalité augmentée complète la visite guidée sans pour autant remplacer la légitimité de celle-ci auprès des visiteurs.

AUTEURS

FLORENCE ABRIOUX

Maître de conférences en sociologie, centre de recherche juridique Pothier (CRJP, EA 1212),
faculté de droit, économie et gestion, université d'Orléans

PHILIPPE TANCHOUX

Maître de conférences en histoire du droit, centre de recherche juridique Pothier (CRJP, EA 1212),
faculté de droit, économie et gestion, université d'Orléans