

Eric Langlois

Professeur à l'École multidisciplinaire de l'image, Université du Québec en Outaouais et doctorant en sémiologie, Université du Québec à Montréal

Mise en contexte et intentions respectives

Dans le cadre de mes études en muséologie, à l'été 2003, j'ai effectué en France un séjour professionnel au Service de l'édition et du multimédia du Château de Versailles où j'ai eu le privilège d'être intégré à une équipe de production cybermuséale dans un contexte ancestral, sous la direction de madame Béatrix Saule, conservateur en chef. Lieu emblématique d'une partie importante de l'histoire de France, Versailles offrait la chance de prendre conscience de la juxtaposition de pratiques technologiques à une philosophie institutionnelle imposante, voire majestueuse. Fort d'une pratique en cybermuséologie canadienne et d'une pratique de recherche dans le domaine, me confronter à cette nouvelle réalité allait me réserver quelques surprises, des questionnements, et m'inciter à repenser l'ancien en fonction du nouveau. La rencontre de *l'autre* s'est ainsi donc opérée : *Terra incognita* pour un cybermuséologue québécois. Cette étude de cas, vise deux objectifs principaux : 1- rendre compte de cette expérience; 2- tenter de la comprendre.

Assez rapidement, dans le cadre des différents travaux de conception et de production de ce séjour professionnel, deux intentions conceptuelles se sont dessinées : l'élégance et l'ergonomie. Fidèle à la philosophie du lieu, madame Saule prônait l'élégance. De mon côté, mes actions m'étaient dictées par des considérations ergonomiques et graphiques. Si l'on tient compte de la définition des deux termes qui qualifient les intentions respectives en place, force est d'admettre que nous étions en phase de nous entendre conceptuellement.

L'élégance se définit comme étant la grâce, la distinction dans les manières. La délicatesse de l'expression, un art de choisir les mots et les tours de langage (Le petit Larousse, 2003, 368). Le terme élégance a été emprunté (fin XIV^e, puis fin XV^e s.) au latin *elegantia* « goût, délicatesse, distinction », dérivé de *elegans*. Le mot s'utilise de façon méliorative au singulier au sens de « bon goût », dans l'ordre moral ou intellectuel (Le Robert, dictionnaire historique de la langue française, 2000, 1204).

L'ergonomie se définit quant à elle comme la recherche d'une meilleure adaptation entre une fonction, un matériel et son utilisateur (Le petit Larousse, 2003, 394). Le terme ergonomie représente une adaptation (v.1965) de l'anglais *ergonomics* (1949), composé à partir de *ergon* et de *nomos* « loi, règle », sur le modèle de mots comme *economics*. Le mot désigne l'étude scientifique des conditions de travail et des relations entre l'homme et la machine, il est à la mode, ainsi que ses dérivés, notamment en informatique (Le Robert, dictionnaire historique de la langue française, 2000, 1284).

Une volonté apparemment unifiée

À priori, si on observe les définitions respectives des deux termes impliqués, on constate que d'un point de vue théorique et déductif, ceux-ci ne sont pas antinomiques. Nous ne sommes pas en présence d'un paradoxe. Il est usuel de qualifier un objet conçu par l'homme d'élégant et d'ergonomique, voulant ainsi souligner ses qualités esthétiques et fonctionnelles. De la même manière, par la posture cybermédiatique *homme-machine*, l'élégance et l'ergonomie semblent toutes deux viser une pertinence, une exactitude, et dans cecas, une solution médiatique juste. Une quête que l'on peut décliner en trois niveaux :

- 1- la quête d'un dénouement, d'une réponse à une problématique médiatique;
- 2- la quête de la pertinence, quant au traitement à donner dans l'acte de médiation;
- 3- la quête du précis, du codé, du réglé.

Cependant, pouvions-nous alors être en situation d'anachronisme ou de parachronisme terminologique ? Tous deux voulant dire la même chose, mais selon des termes associés à des époques distinctes?

Comme je viens de le préciser, les premières occurrences du mot *élégance* auraient eu cours vers 1150, son emploi plus fréquent se situant vers la fin du XV^e siècle. À l'époque de l'apogée du château de Versailles, les XVII^e et XVIII^e siècles, le terme *élégance* est d'une récurrence certaine. On peut même remonter le temps et reconnaître que Versailles, dans sa version initiale sous le règne de Louis XIII et donc dans une plus petite proportion, portait déjà, selon les écrits du Comte Alexandre de Laborde, la marque de l'élégance¹ (Comte de Laborde, 1841, 86).

Les qualificatifs appliqués au Château de Versailles abondent souvent dans le même sens. Pour preuve cette illustration de la Galerie des Batailles, tirée de cette publication, où l'on peut lire en son centre droit « Au génie de la magnificence et du goût ».



Imprimerie Schneider et Langrand, Souvenirs de Versailles, *Versailles ancien et moderne*, Le Comte Alexandre de Laborde, Paris, 1841, p. 4.

Quelques définitions de l'ergonomie s'imposent pour que nous passions au XXI^e siècle. Cette désignation remonte à 1949, sous le vocable anglophone *ergonomics*. Dès les années 1950, une prise de conscience s'opère. Fructueuse, elle se traduira par une suite d'applications. De l'ergonomie en général appliquée à tous les objets, découle l'ergonomie des interfaces homme-machine, dans une perspective humaniste, de laquelle vient l'ergonomie informatique, et enfin l'ergonomie Web (Boucher, 2008, 4-6). L'efficacité relative à l'utilisation des machines par l'homme demeure le point d'ancrage de cette évolution disciplinaire.

Deux époques, deux termes, l'un ancestral, l'autre actuel. Par cette différence chronologique, y a-t-il matière à opposer les deux termes qui nous préoccupent ? Faire preuve de considérations esthétiques à la Versailles n'entre pas en conflit avec une application adéquate de l'ergonomie Web, et vice-versa. On cherche donc la solution optimale en vue de répondre adéquatement à une élégance ergonomique ou à une ergonomie élégante. Nous pouvons nous entendre.

La confrontation conceptuelle

Et pourtant... Il a fallu que mes premiers travaux dans le cadre de ce séjour portent sur la refonte de l'interface d'accueil du site Web du Château. Force m'a été d'admettre que l'entente conceptuelle n'était pas au rendez-vous. Les premières maquettes présentées, tout ergonomiques qu'elles étaient, n'étaient pas élégantes, aux yeux de madame le conservateur. Ce fut le début d'une réflexion pour comprendre et tenter de combler ce fossé conceptuel. Mais qu'elle était l'origine de cette situation ? Si la question de la terminologie n'était pas en cause, où alors porter mon questionnement ? C'est là que j'ai eu l'intuition de porter ma réflexion du côté des considérations médiatiques.

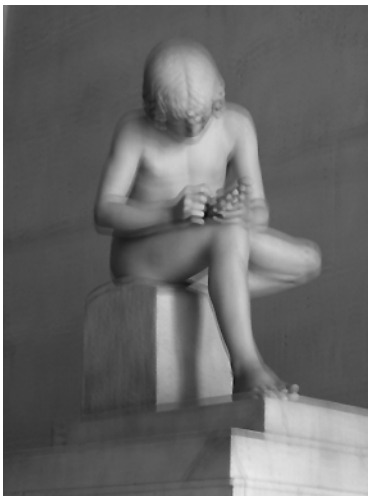
D'un point de vue sémiotique, peut-on considérer la page-papier et la page-écran² comme toutes deux des images ? Certes, des images médiatiques où les notions de plasticité et d'iconicité, entre autres, peuvent très bien s'appliquer. Cela nous amène sur une piste intéressante : l'image médiatique. La finalité de celle-ci, c'est d'être perçue, reçue, et selon diverses modalités. Le duo typologique page-papier et page-écran entraîne deux types de modalité : 1- la page-papier vient du livre, qui lui engendre la littéralité; 2- la page-écran relève du Web, qui lui relève de la cybermédiation. Alors comment, les modalités que sont la littéralité et la cybermédiation, influencent-elles la compréhension et l'appropriation de l'image médiatique page-écran dans le cas qui nous intéresse ?

Retournons à nos deux protagonistes de la situation, c'est-à-dire madame le conservateur en chef et moi-même. Pour celle-ci qui considérait l'image page-écran avec des modalités livresques, et utilisait la grammaire respective à l'image qu'est la page-papier pour la page-écran, les modalités sémiotiques du livre avaient tout de l'élégance, voire au point de constituer la référence médiatique par excellence. D'ailleurs, en mai 2009, dans la section Crédits du site Web du Château de Versailles, on pouvait lire : Site initial écrit et réalisé en 1998 par Béatrix Saule, conservateur en chef. En août 2009, cette version des crédits a été remplacée par une autre plus actuelle, s'associant à la nouvelle version du site Web du château. Pour ma part, le Web relevait, et relève toujours, de procédés sémiotiques liés à l'ergonomie. En d'autres mots, je considère l'image page-écran avec des modalités cybermédiatiques, et j'utilise par conséquent la grammaire respective à l'image qu'est la page-écran pour la page-écran.

Le constat

Les différences de compréhension et d'appropriation de cet objet médiatique qu'est la page-écran nous amènent alors à constater la présence d'un biais médiatique. Ce qui est ergonomique n'est pas reçu comme élégant, parce que ne venant pas des procédés du livre. On assiste donc à une vision livresque du Web à tout le moins en termes de compréhension et d'appropriation.

Pour gérer la situation, il me fallait tenir compte de ce biais pour mieux communiquer mes intentions médiatiques, voire conceptuelles. L'épine, que représentait cette situation initiale, était maintenant en voie d'être retirée. Il m'était plus facile d'analyser l'impact de ce biais sur l'objet médiatique concerné.



École française du XIXe siècle d'après l'antiquité, *Le Tireur d'Épine*, sculpture de marbre, 1637.
Photographie : Eric Langlois, 2003.

L'impact ergonomique d'un biais médiatique

Comprendre et s'approprier la page-écran de façon livresque dépasse les considérations esthétiques que suppose le terme élégance. De fait, nombreux sont les divers impacts ergonomiques résultants d'une dynamique médiatique producteur-usager biaisée. À l'aide du tableau suivant, nous observons plus en détail les tenants et aboutissants de cet impact.

A - Paramètre : page d'accueil	
A1 - Biais médiatique	
On tente de traiter la page-écran d'accueil comme une couverture de livre (titre, image, auteur, édition).	
A1 - Considérations ergonomiques	
Une page d'accueil doit aussi, dès le départ, montrer et faire comprendre la structure du site. On doit établir une convention entre le producteur et l'utilisateur. C'est ce que l'on appelle la standardisation (Nielsen, 2004, 164).	
B - Paramètre : mise en page	
B1 - Biais médiatique	
On applique à l'image qu'est la « page-écran » le principe usuel de l'édition matérielle.	
B1 - Considérations ergonomiques	
Une page-écran se doit d'être fractionnée. On définit ainsi des zones de signification fonctionnelles. C'est le principe du <i>zoning</i> .	
B2 - Biais médiatique	
On structure les corps de texte de façon livresque. Un paragraphe à la suite de l'autre jusqu'à la fin de la page-écran de la rubrique.	
B2 - Considérations ergonomiques	
De différents ouvrages sur la question, on prescrit usuellement la règle suivante : <ul style="list-style-type: none"> • Longueur d'une ligne de texte = entre 60 et 100 caractères • Bloc de texte = entre 6 et 7 lignes. • Suite de blocs de texte = 6-7 maximums dans une même page-écran. 	
B3 - Biais médiatique	
On présente les images représentatives d'objets réels comme on le fait pour l'iconographie au sein d'une page-papier du livre. On la présente dans un seul format.	
B3 - Considérations ergonomiques	
La norme veut qu'une image soit offerte en deux formats : <ul style="list-style-type: none"> • 1- JPEG petit format • 2- TIFF grand format 	
B4 - Biais médiatique	
On ne différencie pas les différents statuts de l'image.	
B4 - Considérations ergonomiques	
L'apparence des images doit tenir compte du statut de l'image : l'image est-elle fonctionnelle, est-elle un repère, un élément de graphisme de l'interface ou une image iconographique ? On doit mettre en évidence les éléments cliquables (Krug, 2006, 37).	
C - Paramètre : Design d'interface	
C1 - Biais médiatique	
On n'applique pas à la page-écran le traitement graphique approprié. On se réfère davantage au graphisme de l'édition papier (marges et corps de texte).	
C1 - Considérations ergonomiques	
<ul style="list-style-type: none"> • On doit fractionner l'espace en fonction de la convention établie. • On doit paramétrer les éléments en fonction de leur statut. • On doit tenir compte de la complexité de la page-écran: elle offre des fonctionnalités interactives et se déroule. 	

D - Paramètre : plan de navigation
D1 - Biais médiatique
On n'établit ni utilise le plan de navigation. On ne connaît pas cet outil stratégique de planification et de gestion. Le caractère exponentiel d'une cybermédiation est occulté parce qu'il ne correspond pas à la logique du livre.
D1 - Considérations ergonomiques
On doit planifier l'architecture d'un site pour en prévoir les rubriques, les pages et leurs liens. On doit penser à l'organisation des contenus en tenant compte des contraintes de l'écran. On évite ainsi les doublons et les liens incohérents. De plus, les développements du site se feront de concert avec la logique de navigation de celui-ci. Il faut répondre à trois questions (Boucher, 2006, 300):
<ul style="list-style-type: none"> • Où suis-je ? • Où puis-je trouver ce qui m'intéresse ? • Qu'est-ce que le site me propose d'autre ?
E - Paramètre : Dimension (largeur et profondeur)
E1 - Biais médiatique
Largeur : on crée autant de rubriques que l'on peut avoir de matières dans la table d'un livre.
E1 - Considérations ergonomiques
L'activité de sélection mentale, la charge cognitive, dépend du nombre d'items parmi lesquels on doit choisir.
E2 - Biais médiatique
Profondeur : on ne se soucie pas de la profondeur d'un site. On pense livresque, c'est-à-dire que l'on prévoit autant de chapitres qu'il est nécessaire.
E2 - Considérations ergonomiques
Ce fameux jeu des poupées russes peut devenir un facteur néfaste quant à la charge cognitive. Celui-ci doit aller de pair avec le guidage et le repérage.
F - Paramètre : Principe de navigation
F1 - Biais médiatique
On oublie les repères fixes d'une interface, comme les liens transversaux. Cette logique n'est pas celle du livre.
F1 - Considérations ergonomiques
Un lien transversal est un lien qui passe outre l'arborescence du site. Il propose, à des endroits appropriés, des liaisons directes vers des contenus (Boucher, 2008, 89).
F2 - Biais médiatique
On utilise les images représentatives des plans du Château et des Jardins comme de simples éléments iconographiques de référence. On oublie leurs possibilités navigationnelles. Il en va de même pour les lignes de temps et les arbres généalogiques.
F2 - Considérations ergonomiques
Certaines images sont porteuses de possibilités navigationnelles. Elles offrent des procédés qui ont des caractéristiques spatio-temporelles. Ceux-ci permettent la navigation dans une mise en contexte optimale.
F3 - Biais médiatique
Le repérage et le chemin de navigation ne sont pas pris en compte. La logique préconisée est celle du retour au menu principal, à la table des matières.
F3 - Considérations ergonomiques
Situer et guider sont les deux mots d'ordre pour une offre navigationnelle performante. On doit

s'assurer que chaque page-écran est dotée de ces mécanismes.
G - Paramètre : Hyperliens
G1 - Biais médiatique
On traite les hyperliens avec une préférence marquée pour les liens hypertextes. On applique ce procédé sur la plupart des occurrences d'un même mot. Le lien part d'un mot et non d'une image. On privilégie un type d'interactivité simple.
G1 - Considérations ergonomiques
Ce procédé est au-dessus des structures hiérarchiques du site. C'est un procédé parallèle qui crée des liens d'une page à l'autre. On doit l'utiliser avec parcimonie (Boucher, 2008, 293). Dangers : 1- perdre l'utilisateur par la multitude de liens hypertextes; 2- rendre la gestion du site infernale en raison de la multitude de liens.
G2 - Biais médiatique
Un même mot ne renvoie pas toujours au même endroit.
G2 - Considérations ergonomiques
Règle d'importance capitale : un même lien doit toujours mener au même endroit. On doit respecter notre convention de navigation.
H - Paramètre : Sauvegarde de données
H1 - Biais médiatique
On oublie le caractère essentiel, matériel, des copies de sauvegarde (<i>back-up</i>). Ce qui est inscrit au sein de la page d'un livre devient pérenne. Le réflexe ne se manifeste pas pour la page-écran.
H1 - Considérations ergonomiques
On se rend vulnérable à une situation périlleuse : la possibilité constante de perdre des données.
I - Paramètre : Contactez-nous !
I1 - Biais médiatique
Une seule et unique adresse électronique officielle pour tous les employés du Château. Un <i>facteur</i> les imprime, répond à ce qu'il peut, retranscrit les questions et réponses dans une grille de données et ensuite distribue physiquement le reste.
I1 - Considérations ergonomiques
Que dire ? Utilisation archaïque d'un moyen de communication contemporain : 1. on va à l'encontre de la valeur ajoutée; 2. on contrôle.

L'artefact d'une cybermédiation livresque

Lors de mon séjour, j'ai réalisé le plan de navigation du site Web du Château de Versailles, dans sa version de 2003. Plus d'un mois et demi de travail pour en arriver à schématiser les rubriques, les pages et leurs liens. Le résultat fut gigantesque. Quatre mètres par un mètre en termes de dimension. Normalement, un plan de navigation peut tenir dans un format tabloïd ou A4. C'est là l'espace qui a été nécessaire pour organiser visuellement, en différents niveaux, le contenu de cette version du site. Témoin matériel d'un objet virtuel, ce plan représente en quelque sorte l'impact d'un biais médiatique : penser le Web par le livresque.

Évidemment, ce biais n'a jamais été volontaire ni même probablement conscient. Il s'est agi d'une compréhension et d'une appropriation livresque du Web — voire d'une interprétation — qui tirait ses sources dans un grand savoir encyclopédique visuel et scientifique³. La rigueur des contenus historiques et pédagogiques, alors en ligne, témoigne de l'excellence et du savoir d'une grande dame de Versailles, Béatrix Saule. Il va sans dire que cette expérience a été porteuse de leçons.

Le site www.chateauversailles.fr : aujourd'hui

Plus de 732 mises à jour du site ont été effectuées entre 1998 et 2008⁴. Aujourd'hui, le site est sous la direction du Directeur de la publication. Une équipe de six personnes y travaillent. On semble avoir dépassé, une fois pour toutes, l'appropriation livresque initiale. Les titres professionnels des personnes travaillant à la conception et à la réalisation du site semblent le démontrer : directrice de l'information et des communications, chef du service nouveaux médias, Webmaster nouveaux médias, rédactrice intégratrice nouveaux médias, chargée de recherche nouveaux médias. Madame Béatrix Saule est maintenant directrice du Centre de recherche du Château de Versailles et porte le titre de Conservateur principal du Patrimoine. Dans le site Web du Centre, on peut lire : « Le Centre de recherche du château de Versailles a pour objet la recherche et la formation sur les lieux et expressions du pouvoir tels qu'ils sont représentés à Versailles et en Europe, principalement aux XVII^e et XVIII^e siècles.

De l'expérience, l'apprentissage

Cette expérience me permet d'affirmer que la cybermédiation, qu'elle soit en contexte muséal ou autre, doit être régie par les règles qui lui sont propres. Elle détient sa propre grammaire sémiotique qui se traduit par une approche appliquée à la page-écran. On ne dira jamais assez l'importance d'établir une stratégie médiatique qui tient compte du médium retenu. Riche en stimulation intellectuelle, cette aventure a été aussi un moment de grâce. Avoir été si bien accueilli dans un lieu si splendide et unique, je me dois de le souligner, c'était une chance et peut-être même le plus percutant des rendez-vous avec *l'autre*.

Notes

¹ « Le château que Lemercier construisit, à l'imitation de celui de Richelieu qu'il venait de bâtir, ne manquait pas d'une sorte d'élégance, mais, se trouvant dans une très petite proportion, il parût à Saint-Simon un château de cartes. » (Comte de Laborde, 1841, p.86).

²Selon Alain Robillard-Bastien, sur son site Web ErgoWeb.ca, la page est l'unité (métaphorique) de base du site, le support de l'interface du système entier (Robillard-Bastien, 2009, page-écran).

³ On peut lire à ce sujet les travaux de la sémiologue et professeure Catherine Saouter sur la notion de l'Encyclopédie visuelle et de l'interprétation (Saouter, 2000, p.15-18).

⁴ Données recueillies par la cyberapplication *WayBackMachine*.
http://Web.archive.org/Web/*/http://www.chateauversailles.fr. Consulté le 14 août 2009.

Bibliographie

Amélie Boucher, *Ergonomie Web, pour des sites Web efficaces*, Paris, Eyrolles, 2008.

Alexandre Comte de Laborde, *Versailles, ancien et moderne*, Paris, Imprimerie Schneider et Langrand, 1841.

Steve Krug, *Je ne veux pas chercher : optimiser la navigation sur vos sites*, [traduction Damien Martin de la Salle], Paris, CampuPress, 2006.

Le Petit Larousse, Paris, Larousse, 2003.

Le Robert, dictionnaire historique de la langue française, Paris, Dictionnaires Le Robert, 2000.

Jakob Nielsen, *Conception de sites Web : l'art de la simplicité*, [traduit de l'américain par Daniel Garance], Paris, CampuPress, 2004.

Catherine Saouter, *Le langage visuel*, Montréal, YXZ éditeur, 2000.

Liens Internet

<http://chateauversailles-recherche.fr>. Consulté le 14 août 2009.

http://web.archive.org/web/*/http://www.chateauversailles.fr. Consulté le 14 août 2009.

http://web.archive.org/web/*/http://www.chateauversailles.fr. Consulté le 14 août 2009.

<http://www.chateauversailles.fr>. Consulté le 14 août 2009.

<http://www.ergoweb.ca/maquette.html>. Consulté le 2 août 2009.