

**Emmanuel Béland**

## **La diffusion des archives historiques par le biais des expositions virtuelles : survol des avantages**

©2009 par Emmanuel Béland. Ce travail a été réalisé à l'EBSI, Université de Montréal, dans le cadre du cours ARV1050 – Introduction à l'archivistique donné au trimestre d'hiver 2009 par Sabine Mas (remis le 21 avril 2009).

---

Le mandat principal de tout archiviste en est un qui vise la conservation matérielle des documents puisque de cette conservation dépend leur utilisation actuelle ou future (Couture et Rousseau 1982, 30). Pour y parvenir adéquatement, l'archiviste s'est outillé de diverses fonctions propres à sa discipline. Pensons ici à l'évaluation, à l'acquisition, à la classification, à la préservation ou à la diffusion, par exemple. Dans cette optique, force est d'admettre que ce dernier volet, à savoir la diffusion, est un élément essentiel à l'archivistique contemporaine qui mérite une attention particulière.

En effet, il ne suffit pas de conserver des documents ayant une valeur historique, il importe tout autant de les faire connaître, de les mettre en valeur et de les rendre accessibles à des utilisateurs éventuels (Couture et al. 1999, 22). Et l'un des moyens les plus couramment utilisés pour diffuser et promouvoir les archives s'avère être le Web. Cette tendance s'explique, en partie, par la vaste étendue de possibilités qu'offre cette vitrine. Or, parmi la diversité des moyens de diffusion que recèle l'internet, l'exposition virtuelle y occupe une place centrale puisqu'elle devient rapidement «un outil promotionnel incontestable.» (Duhamel 2005-06, 112).

Dans ce contexte où le souci d'articuler le souvenir (documents d'archives) au devenir (technologies de l'information) sous un mode heureux préoccupe l'archivistique contemporaine, il apparaît pertinent de lancer la question suivante : quels sont les avantages d'une exposition virtuelle par rapport à une exposition réelle? Loin de nous l'idée de minimiser l'importance ou la place de l'exposition réelle. Il s'agit plutôt de faire un survol des moyens de mise en valeur employés lors de l'élaboration d'une exposition virtuelle pour diffuser des documents d'archives. S'y greffe également l'objectif de broser les avantages qui en découle par l'analyse des retombées bénéfiques d'une exposition virtuelle, tant pour la clientèle, l'institution et les centres d'archives en général.

Nous nous proposons donc de démontrer que l'exposition virtuelle peut jouer un rôle de premier plan dans la mise en valeur de fonds d'archives. L'idée maîtresse repose sur un constat fort simple : l'accessibilité de ces documents d'archives s'accroît considérablement lorsque ces derniers sont diffusés sur le Web. Ainsi, dans la même veine, nous tenterons de prouver notre hypothèse voulant que ce type d'exposition soit la courroie de transmission idéale entre les documents ayant une valeur secondaire et l'engouement qui ne cesse de s'accroître auprès du public pour comprendre son histoire.

Paradoxe s'il en est, cette soif de savoir, cette quête visant à comprendre le passé, s'appuie de plus en plus sur les technologies de l'information pour

trouver réponses aux questionnements. De ce fait, nous pouvons affirmer que l'accessibilité des documents d'archives répond donc à un besoin précis, à savoir la curiosité intellectuelle des utilisateurs. Nous reste alors à établir de quelle façon l'exposition virtuelle s'avère un vecteur de diffusion incontournable.

Pour y parvenir, nous nous inspirerons de la littérature, somme toute peu volumineuse, portant sur la thématique des expositions virtuelles, en gardant toujours en tête le volet «diffusion». Dans la même veine, il nous semble approprié d'illustrer notre démonstration à partir d'exemples puisés à même quelques expositions virtuelles canadiennes. La consultation de divers sites de musées ainsi que de certains centres d'archives comportant des expositions virtuelles risque donc de nous éclairer en offrant des éléments d'analyse pertinents. Pensons ici à la clientèle visée, à la structure du site, à la présence d'images d'archives et des notices explicatives qui s'y rattachent, à l'interaction de l'utilisateur avec les documents, au volet pédagogique mis de l'avant, ou encore à la conception du site (couleurs employées, caractères utilisés, mise en page, navigation simplifiée, etc.).

## **Faire simple : le mot d'ordre pour réussir son site Web**

Tout organisme qui se lance dans la conception d'un site Web, quel que soit son mandat, doit constamment garder en tête l'ampleur du pouvoir décisionnel conféré à l'internaute. En somme, il doit tout orchestrer pour que le visiteur ne soit pas tenté de naviguer sur un autre site. Autorité mondiale en matière d'ergonomie du Web, Jakob Nielsen résume parfaitement les exigences de l'internaute :

«Sur le Web, les maîtres mots sont simplicité et facilité d'accès. Si un client ne parvient pas à trouver un produit, il ne l'achètera pas. L'adage "Le client est roi" n'est nulle part ailleurs aussi vrai que sur le Web : celui ou celle qui manie la souris a tout pouvoir de décision. Il est si facile d'aller voir ailleurs : tous les concurrents ne sont qu'à un clic de souris.» (Nielsen 2000, 7).

Bien que ces affirmations se réfèrent davantage à une utilisation plus commerciale du Web, les mêmes arguments sont tout aussi valables pour l'ensemble des pages Web, incluant celles à caractère culturel. À ce chapitre, résumons que le marketing du monde des affaires identifie les besoins des consommateurs dans le but de leur offrir ce qu'ils désirent (quitte à ce que le produit ou certaines de ces composantes commerciales soient modifiées afin que le client soit satisfait), alors que le marketing culturel prend pour assise les éléments culturels pour lesquels on cherche un groupe de consommateurs susceptibles de s'y intéresser (Colbert 2005, 44). Par conséquent, les concepteurs d'expositions virtuelles de musées ou de centres d'archives se doivent donc d'assurer une accessibilité simple et efficace aux documents d'archives qu'ils souhaitent diffuser sur le Web. Une recherche d'information interprétée comme trop difficile par l'utilisateur est suffisante pour l'inciter à visiter un autre site, voire même le dissuader de poursuivre sa quête. Tel n'est pas l'objectif de la profession archivistique soucieuse de faire connaître les fonds d'archives.

Or, pour capter l'attention de l'utilisateur et satisfaire ses attentes en fonction de ses besoins, les concepteurs de site Web doivent prendre en compte quatre éléments. Ceux-ci reflètent en fait les principales exigences des utilisateurs, ou encore les motifs justifiant leur fidélisation à un site plutôt qu'à un autre. Il s'agit du téléchargement rapide, de la régularité ainsi que la fréquence des mises à jour,

de l'utilisation facile du site, puis finalement de la qualité du contenu (Nielsen 2000, 372). Dans la même veine, en tant que moyen de communication, le Web doit permettre une interaction de l'utilisateur. En ce sens, il est conseillé d'éviter d'imposer un chemin linéaire à l'utilisateur. À ce chapitre, les expositions virtuelles se démarquent d'ailleurs des expositions réelles puisqu'elles sont plus flexibles et permettent justement un parcours de visite beaucoup plus personnalisé.

S'articulent autour de ces quatre éléments centraux liés à la conception de pages Web plusieurs aspects non négligeables qui doivent être pris en compte par le concepteur afin de répondre aux besoins et attentes des utilisateurs (Nielsen 2000). Sans approfondir en détail chacun de ces aspects, il nous importe de mentionner les plus significatifs. Ainsi, le concepteur doit circonscrire dès le départ quelle est la clientèle visée par l'organisme. En effet, une clientèle scientifique n'est pas interpellée de la même façon que le grand public ou une clientèle scolaire, par exemple. De même, dans un souci de présentation, le concepteur doit prévoir des pages Web adaptées à toutes les résolutions. Il doit également standardiser cette présentation en utilisant des feuilles de style permettant d'avoir un visuel du site à la fois uniforme, et reflétant les couleurs de l'organisme. D'ailleurs, le choix des couleurs doit être sobre et facilement associable au service, à la compagnie ou à l'organisation qui diffuse en ligne.

À cela s'ajoute que les textes présentés doivent être courts et favoriser une lecture rapide. Il est aussi souhaitable que les images et illustrations permettent une interaction de l'utilisateur par le biais de l'agrandissement, par exemple. Aussi, la durée de téléchargement d'images, de fichiers ou dossiers vidéo doit être constante et rapide. Finalement, soulignons qu'il est profitable d'insérer des liens vers d'autres sites puisqu'en sélectionnant nous-mêmes les sites externes pour lesquels nous voulons établir des liens, nous facilitons la recherche de l'utilisateur, nous profitons et faisons profiter de la richesse du contenu, mais aussi et surtout, nous identifions clairement les ressources connexes pour lesquelles nous partageons des valeurs ou des missions communes. Finalement, le tout doit être orchestré dans une optique de promotion des produits ou services offerts. Et, lorsqu'il s'agit de promotion, la diffusion s'avère un intermédiaire promotionnel essentiel.

## **Diffusion et promotion : les avantages de l'exposition virtuelle par rapport à l'exposition réelle**

Tel que stipulé en introduction, le métier d'archiviste comporte, entre autres, un mandat de diffusion des archives. Ceci dit, rappelons brièvement que la diffusion, adaptée à la discipline archivistique, peut se définir comme

«l'action de faire connaître, de mettre en valeur, de transmettre et/ou de rendre accessibles une ou des informations contenues dans des documents d'archives à des utilisateurs (personnes ou organismes) connus ou potentiels pour répondre à leurs besoins spécifiques.» (Couture et al. 1999, 22).

À l'évidence, retenons qu'une telle définition sous-entend que la diffusion des archives passe inévitablement par leur promotion. À ce chapitre, l'un des outils de diffusion les plus efficaces ayant acquis ses lettres de noblesse demeure l'exposition traditionnelle (réelle). Pour bien situer le lecteur, mentionnons que, selon *Le grand dictionnaire terminologique* de l'Office québécois de la langue française, l'exposition se définit comme un «ensemble d'objets de collection de

nature culturelle, ethnologique ou artistique réunis et présentés dans un lieu spécialement aménagé afin de le faire connaître au public.»

Pour élaborer une exposition de qualité, le personnel des centres d'archives est souvent mis à contribution. Vient s'y greffer le savoir-faire de certains spécialistes (muséologues et graphistes, entre autres). Et, plus souvent qu'autrement, faute de budget, soulignons que les centres d'archives n'ont pas toujours les moyens d'élaborer, seuls, des expositions réelles. Dans ce contexte, les associations avec divers intervenants sont souhaitables, ce qui explique la collaboration entre les archivistes et divers organismes culturels (au sein desquels les musées jouent certainement un rôle de premier plan).

Sommairement, l'exposition traditionnelle s'avère un exercice de vulgarisation permettant de rejoindre à la fois un public curieux, une clientèle scolaire ou des chercheurs professionnels. Son dynamisme repose sur sa capacité à présenter des thématiques qui interpellent la population, des sujets qui sont généralement dans l'air du temps. Qu'il s'agisse d'un événement régional ou d'un élément commémoratif à grand déploiement, l'exposition permet à l'archiviste de mettre en valeur des fonds d'archives et de les faire connaître au public, tout en situant le document exposé dans son contexte. L'idée maîtresse est de faire passer un message. Dans cette optique, les retombées pour le centre d'archives sont non négligeables puisque l'exposition traditionnelle permet de

«faire la preuve que les documents qu'ils [les centres d'archives] conservent méritent de l'être, et que les donateurs n'ont pas à hésiter à leur en remettre davantage. En faire la preuve en organisant une exposition permet en même temps de sensibiliser un public plus large à l'utilité des archives, tout en l'informant des nouvelles acquisitions. L'exposition peut également inciter les chercheurs à élargir les champs de leurs recherches ou peut tout simplement permettre de commémorer un événement historique ou souligner une occasion spéciale.» (Cadieux 1993, 61, cité dans Couture et al. 1999, 394).

Tous ces bénéfices que peut en retirer un centre ou service d'archives face à une exposition traditionnelle s'articulent donc autour de la volonté de faire connaître les fonds d'archives afin de les rendre davantage accessibles et exploitables. À ce chapitre, le parallèle entre l'exposition traditionnelle et l'exposition virtuelle va de soi. En effet, l'exposition en ligne (sur le Web) vise essentiellement les mêmes objectifs et adopte passablement les mêmes mécanismes de diffusion. Par conséquent, qu'est-ce qui différencie l'exposition virtuelle de l'exposition traditionnelle? Quels sont les avantages qu'offre la première par rapport à la seconde? Dans une aire de mondialisation où les communications sur le Web occupent une position enviable en matière d'échanges d'informations, de recherches rapides et d'interactions, la question mérite d'être approfondie.

Une première constatation s'impose : l'exposition réelle exige inévitablement un déplacement du visiteur vers l'organisme (centre d'archives, musée, société d'histoire, etc.). Ainsi, l'organisme qui veut promouvoir et diffuser ses archives par le biais d'une exposition doit consacrer également temps et investissement à la promotion de l'exposition en elle-même afin de la faire connaître au public, et ce, toujours dans le but d'attirer le maximum de visiteurs. L'organisme est alors dans l'obligation d'avoir recours à des instruments promotionnels parfois coûteux pour faire connaître son exposition. Pensons ici à la production de dépliants, aux publicités sous diverses formes (affiches dans le métro ou encarts dans les journaux, par exemple), voire même aux messages publicitaires diffusés à la radio ou à la télévision.

Cette dynamique est moins vraie pour l'exposition virtuelle. La promotion d'une exposition en ligne est moins fastidieuse dans la mesure où c'est l'organisme qui s'immisce ni plus ni moins dans la demeure du visiteur. Puisque l'internaute n'a pas à se déplacer pour avoir accès à l'exposition, celle-ci nécessite moins de dépenses liées à sa promotion. Ainsi, l'utilisateur soucieux de connaître les services offerts par un organisme précis se rend, dans un premier temps, sur la page d'accueil du site Web de ce dernier. Il risque alors d'y trouver toutes les informations qu'il cherche, notamment celles concernant les expositions virtuelles proposées. Ainsi, dans le cas d'une exposition en ligne, les efforts promotionnels de l'organisme reposent davantage sur une mise en page efficace de son site Web (bien entendu, selon les divers éléments analysés en première partie de cet exercice).

Tel que démontré, ce type d'exposition repose alors sur la vitrine offerte à même la page Web de l'organisme. Or, mentionnons qu'un nouvel outil promotionnel des plus efficaces permet d'offrir, dans la mesure où l'opération s'avère fructueuse, une meilleure visibilité à cette vitrine : le Web marketing. Sommairement, son objectif est de cibler certains blogs leaders ou communautés d'internautes constitués en réseau (Facebook, MySpace, Youtube, Dailymotion, Buzzzeum, etc.) afin de créer une interactivité par le biais d'un «buzz marketing». Cette stratégie internet propre au marketing culturel repose sur l'idée que l'organisme doit faire parler de lui, de son exposition. En ce sens, il lui faut donc provoquer des échanges et des discussions. Publié dans la foulée de l'opération Web marketing mis en branle à l'automne 2008 par le château de Versailles, à l'occasion de son exposition Jeff Koons, l'article de Hasquenoph illustre avec éloquence les principes et les retombées d'une telle stratégie promotionnelle peu coûteuse et qui peut s'avérer des plus bénéfiques :

«Jusqu'à encore il y a peu, le buzz marketing était réservé à la promotion des marques sur le web. Inventé par des agences spécialisées pour aider les multinationales à envahir la toile, il investit désormais l'industrie culturelle, avec à l'avant-garde les maisons de disques qui l'utilisent déjà pour promouvoir albums et artistes. Son territoire, c'est le Web 2.0, le contraire de la toile statique à l'ancienne. L'inter-activité [sic] est recherchée, la participativité [sic] encouragée. S'appuyant sur des communautés d'internautes constitués en réseau autour d'un même centre d'intérêt, le but est de les rendre porteurs d'un message globalement positif sur le produit à vendre sans surtout donner l'impression de brider leur créativité, contraire à la culture Internet. La méthode consiste alors à cibler des blogs leaders dans un domaine, à les courtiser en les conviant à des événements VIP qu'ils chroniqueront ensuite, photographieront, filmeront... avec l'espoir qu'ils en diront le plus grand bien, quelques-uns aussi le plus grand mal. Subtil dosage. Ainsi le buzz prendra peut-être. Tout un art de la communication publicitaire on line. On n'est pas dans une logique d'information mais bien de marketing.» (Hasquenoph 2008)

Dans un autre ordre d'idée, un autre avantage de l'exposition virtuelle réside dans la flexibilité de sa structure. En effet, le Web permet à l'internaute de visiter l'exposition selon un parcours plus personnalisé, moins linéaire qu'une exposition réelle. Dans la même veine, elle offre une souplesse accrue pour le visiteur en matière de coûts et d'horaires dans la mesure où son accès est généralement gratuit et que l'utilisateur peut y accéder au moment et à l'heure qui lui convient. De plus, le Web permet d'accroître la quantité d'informations contenues dans l'exposition. En effet, alors qu'une exposition traditionnelle se doit de faire une sélection adéquate d'éléments les plus pertinents à mettre en

valeur, l'exposition virtuelle permet, par le biais des hyperliens par exemple, d'accéder à des banques de données plus exhaustives concernant les thématiques abordées. Le visiteur a donc accès à un plus grand éventail d'éléments de recherche. Pour le milieu archivistique, cette possibilité de diffusion mérite certainement une attention particulière dans la mesure où l'exposition se métamorphose alors en outil d'aide à la référence. Le visiteur est donc «abreuvé» d'informations supplémentaires lors d'une exposition virtuelle.

Ceci dit, un autre avantage de ce type d'exposition repose sur la pérennité de l'information qu'elle contient. En effet, alors qu'une exposition traditionnelle s'échelonne sur une période de temps limitée et préétablie, l'exposition virtuelle n'a pas de contrainte liée à la durée. L'exposition étant somme toute permanente, l'information qu'elle contient demeure accessible et ne «disparaît» pas comme dans le cas de l'exposition réelle. Mieux encore, l'organisme a la possibilité de mettre à jour le contenu de son exposition, et même de peaufiner celle-ci ultérieurement. Cet aspect peut être intéressant pour un centre ou service d'archives dont les moyens financiers sont limités puisqu'en « [...] adoptant un concept évolutif, il est possible de commencer par une exposition plus modeste et de la compléter graduellement [...]» (Duhamel 2005-2006, 112).

Tous ces éléments contribuent certainement à élargir la clientèle susceptible de parcourir l'exposition virtuelle. D'ailleurs, le Web offre la possibilité, pour l'organisme, de structurer l'exposition selon différents niveaux de clientèles visées. Par l'intermédiaire d'un menu déroulant, par exemple, il est possible de répondre aux attentes de diverses clientèles (pensons ici aux chercheurs, aux professionnels, aux étudiants ou au grand public). Dans la même veine, soulignons que l'exposition en ligne est certes le moyen de diffusion le plus approprié pour faire connaître les documents d'archives à la clientèle dite «grand public». À cet égard, force est d'admettre que cette catégorie d'utilisateur fréquente peu les centres d'archives. Partant de cette prémisse, il faut accepter que le Web s'avère une alternative efficace pour rejoindre ce groupe d'utilisateur qui, rappelons-le, englobe une forte proportion de la population. Duhamel, dans un article portant sur l'élaboration d'une exposition virtuelle pour le compte de la Ville de Laval, illustre d'ailleurs cette réalité dans des propos fort éloquentes :

« La clientèle cible étant vaste et principalement non spécialisée, l'utilisation d'Internet était de loin le média le plus approprié. Il nous permettait de rejoindre et d'intéresser des personnes qui autrement ne se déplaceraient pas pour visiter une exposition ou pour consulter des documents au centre d'archives. » (Duhamel 2005-2006, 104).

Dans un tout autre registre, et paradoxalement, l'exposition virtuelle en elle-même peut devenir l'élément qui offre une visibilité à l'institution créatrice. Par exemple, dans la foulée du 400<sup>e</sup> anniversaire de la fondation de Québec, diverses expositions virtuelles traitant de cette thématique ou de thématiques connexes (présence française en Amérique, histoire de la Nouvelle-France, les grands explorateurs, etc.) ont certainement contribué à faire connaître divers services liés à la diffusion d'archives à un plus vaste public. Dans ce cas, ce n'est plus le service créateur qui fait connaître ses archives par le biais de l'exposition, mais plutôt l'exposition en elle-même qui fait connaître le service créateur et ses organismes affiliés, et ce, grâce à la recherche d'informations effectuée par des usagers dont la curiosité est ravivée par une certaine fièvre commémorative. S'en suit alors un effet d'entraînement bénéfique à l'institution soucieuse de sensibiliser le public à l'existence des centres d'archives et des fonds qu'ils possèdent.

À ce chapitre, Duhamel affirme que :

« [...] l'exposition virtuelle est devenue un outil promotionnel incontestable. Elle constitue un véritable tremplin pour notre service d'archives. En plus de faire connaître nos archives, elle a donné l'opportunité de faire apprécier notre travail. Même après deux ans d'existence, il est encore trop tôt pour mesurer l'ampleur d'un tel rayonnement. Toutefois, les efforts investis dans ce projet sont grandement récompensés et le bilan est plus que positif.

[...] nous suggérons fortement à tous les centres d'archives de réaliser une exposition virtuelle de documents d'archives. Les retombées ne peuvent être que bénéfiques, et ce autant pour la clientèle et l'institution que pour le service d'archives lui-même. L'investissement en temps et en ressources sera rentabilisé à coup sûr.»

Par la bande, et de façon plus spécifique aux activités à caractère éducatif, l'exposition virtuelle permet également d'approfondir divers éléments d'apprentissage souvent complémentaires pour une clientèle scolaire. D'ailleurs, le volet pédagogique de ce type d'exposition s'avère de plus en plus développé puisqu'il peut servir de cadre référentiel ou de point de départ pour l'enseignement, selon les thématiques exploitées. Finalement, l'exposition en ligne permet une meilleure interaction de l'utilisateur avec les documents d'archives dans la mesure où il est souvent possible d'agrandir une image. Cette option entraîne alors une meilleure lisibilité du document exposé (le détail d'une signature sur un document ou encore le contenu d'un élément particulier d'une carte, tel un cartouche, en sont de bons exemples).

Voilà un bref survol des principaux avantages qu'offre l'exposition virtuelle par rapport à l'exposition traditionnelle. Ceci dit, loin de nous l'idée de militer pour l'abolition de l'exposition réelle puisque le contact avec les documents d'archives est certes davantage tangible avec ce type d'exposition. Par contre, retenons que les perspectives qu'offre l'exposition virtuelle pour tout service d'archives sont non négligeables puisqu'elle permet à l'utilisateur d'expérimenter autrement. Et, pour illustrer cette réalité, il nous apparaît approprié de présenter brièvement quelques exemples d'expositions virtuelles réalisées par divers organismes soucieux de promouvoir les archives par le biais du Web.

## **Expositions virtuelles, quelques exemples dignes d'intérêt**

Une constatation s'impose : l'exposition virtuelle est devenue l'un des moyens de vulgarisation scientifique privilégié au sein des musées nord-américains. Sans énumérer la liste des expositions en ligne dont regorgent tous les sites de musées, nous nous proposons de relater quelques réalisations canadiennes permettant de mieux cerner l'étendue des possibilités qu'offre cet outil de diffusion des plus actuels dans le milieu archivistique. À ce chapitre, le Musée canadien des civilisations (situé à Gatineau) mérite une attention particulière dans la mesure où l'établissement fait figure de référence dans le milieu muséal canadien. Ainsi, relevons que son site Web regorge d'expositions virtuelles accessibles au public (subdivisées selon diverses thématiques, allant de l'archéologie, des métiers d'art, des civilisations, des cultures, des premiers peuples, de l'histoire ainsi que des trésors). À titre d'exemple, l'exposition à caractère historique *Avant le cybercommerce : Une histoire du catalogue de*

*vente par correspondance au Canada*<sup>1</sup> invite l'internaute à naviguer dans l'univers du magasinage par catalogue au Canada. De *La maison Eaton* à *Dupuis Frères*, en passant par *Army & Navy* puis *Simpson*, le cyber-visiteur a la possibilité de mener sa propre enquête à travers des documents d'archives numérisés provenant de divers catalogues canadiens datant de 1880 à 1975. L'exposition est fortement illustrée et se subdivise en une panoplie de thématiques visant à capter la curiosité des visiteurs, quel que soit leur profil (de l'étudiant du primaire au chercheur).

Dans la même veine, le site web du Musée canadien de la guerre (rejeton de la Société du Musée canadien des civilisations, situé à Ottawa) propose une douzaine d'expositions en ligne. L'une d'elles, *Le Canada et la Première Guerre mondiale*<sup>2</sup>, relate la contribution canadienne lors de cet événement historique majeur. La navigation sur le site est agréable et l'aspect visuel est soigné, ce qui capte certainement l'attention de l'utilisateur et l'incite à parcourir les diverses pages. Un autre avantage réside dans le fait que la structure de l'information repose sur une formule favorisant le volet pédagogique. Ainsi, le personnel enseignant dispose d'un outil éducatif pertinent et complet par l'intermédiaire d'éléments d'archives davantage accessibles que durant une visite sur place d'une exposition réelle portant sur cette même thématique dont le sujet est inséré dans le programme d'enseignement d'histoire au secondaire.

Montréal n'est pas en reste puisque le Musée McCord d'histoire canadienne nous propose une exposition virtuelle portant sur le célèbre photographe William Notman. Intitulée *Le studio photographique de William Notman*<sup>3</sup>, cette exposition s'articule autour de la vie ainsi que des réalisations de Notman. Quelques archives photographiques provenant de sa volumineuse collection agrémentent la cyber-visite de cette exposition virtuelle. En trame de fond, le visiteur réalise à quel point Notman est un témoin privilégié du Montréal de la seconde moitié du 19<sup>e</sup> siècle. Sa contribution pour illustrer ce Montréal en plein essor est des plus considérables, ce qui rend la visite de ce site encore plus intéressante pour les amateurs d'images d'époque ayant une valeur de témoignage historique. D'ailleurs, soulignons que l'exposition permet également d'effectuer des recherches parmi une collection comprenant 135 000 images.

Or, il serait faux de croire que l'exposition virtuelle n'est qu'un outil utilisé par le milieu muséal pour faire connaître ses collections et ses documents d'archives. En effet, les centres d'archives, quelle que soit leur taille, sont très actifs en la matière et sont à l'origine d'initiatives des plus intéressantes. Pour s'en convaincre, nous suggérons au lecteur de consulter les possibilités qui s'offrent aux usagers par le biais du site Web du Réseau canadien d'information archivistique<sup>4</sup>. Dans la section «Expositions virtuelles», le visiteur est invité à peaufiner sa quête d'information à l'aide de divers moteurs de recherche (par

---

<sup>1</sup> Musée canadien des civilisations. 2004. *Avant le cybercommerce : Une histoire du catalogue de vente par correspondance au Canada*. <<http://www.civilisations.ca/cmcc/exhibitions/cpm/catalog/cat0000f.shtml>> (Page consultée le 12 avril 2009).

<sup>2</sup> Musée canadien de la guerre. 2008. *Le Canada et la Première Guerre mondiale*. <<http://www.warmuseum.ca/cwm/exhibitions/guerre/home-f.aspx>> (Page consultée le 12 avril 2009).

<sup>3</sup> Musée McCord d'histoire canadienne. 2005. *Le studio photographique de William Notman*. <<http://www.musee-mccord.qc.ca/fr/clefs/expositionsvirtuelles/studionotman/>> (Page consultée le 12 avril 2009).

<sup>4</sup> Archives Canada. Réseau canadien d'information archivistique. *Expositions virtuelles*. <<http://www.archivescanada.ca/fr/virtual/search.asp>> (Page consultée le 12 avril 2009).

province ou territoire, par institution, par sujet ou selon les titres des expositions, par exemple). Le Centre d'archives de Montréal, Bibliothèque et Archives nationales du Québec et le Centre d'archives du Séminaire de Saint-Hyacinthe, entre autres, sont quelques exemples d'établissements québécois dont les expositions accessibles en ligne y sont répertoriées.

Ceci dit, lorsque la thématique s'y prête, la collaboration entre divers centres d'archives permet de créer un projet d'envergure. Ainsi, dans la foulée des commémorations du quatre centenaire de la présence française en Amérique, la Direction des Archives de France ainsi que Bibliothèque et Archives Canada se sont associés avec l'Ambassade du Canada à Paris afin de constituer des équipes de travail visant à créer un portail s'articulant autour de cette thématique historique. Accessible via le site de *Bibliothèque et Archives Canada*<sup>5</sup>, l'exposition *Nouvelle-France Horizons Nouveaux : Histoire d'une terre française en Amérique*<sup>6</sup> propose donc aux usagers une synthèse de la présence française en Amérique. Le visiteur y est amené à parcourir douze thématiques différentes, chacune comportant des sujets plus précis. Ceci dit, l'intérêt de cette exposition réside essentiellement dans la quantité d'images d'archives proposées à l'internaute. En effet, bien que le portail offre l'accès à une exposition virtuelle fortement illustrée, il invite également le visiteur à consulter une base de données contenant plus d'un million d'images. Par ricochet, force est d'admettre qu'une exposition réelle ne peut pas rivaliser avec un tel portail en terme de diffusion.

## **Conclusion**

Tel qu'établi au cours de notre démonstration, l'exposition virtuelle offre plusieurs avantages par rapport à l'exposition traditionnelle. Plus conviviale de par l'interaction à la fois personnelle et personnalisée du visiteur avec les documents, elle offre une structure moins linéaire et permet une pérennité de l'information. Cette dernière bénéficie d'ailleurs de la possibilité d'être mise à jour. De plus, l'exposition en ligne ouvre maintes possibilités pédagogiques et peut facilement devenir un outil d'aide à la référence. Vecteur de diffusion incontournable, elle s'avère des plus efficaces puisque ses moyens sont actuels et branchés dans la mesure où ceux-ci s'inscrivent en ligne directe dans l'ère des technologies de l'information. En ce sens, la technologie vient, dans une certaine mesure, à la rescousse de l'histoire puisqu'elle parvient à stimuler l'intérêt lié à la compréhension du passé. Par conséquent, l'exposition virtuelle devient une courroie de transmission idéale en matière de vulgarisation scientifique puisqu'elle offre la possibilité de stimuler l'activité de recherche. Dans cette optique, les musées, centres d'archives et sociétés d'histoire ont tout intérêt à y consacrer temps et énergie.

En effet, quel que soit le milieu pour lequel il travaille, l'archiviste doit garder en tête que la mission de diffusion des archives historiques est étroitement liée à sa profession. Dans cette perspective, son objectif est alors de faire connaître et promouvoir les archives. Or, un des outils promotionnels les plus efficaces pour y parvenir s'avère l'exposition virtuelle puisque ce médium attire une clientèle dite «grand public» qui n'aurait fort probablement pas été d'elle-même dans des

---

<sup>5</sup> Bibliothèque et Archives Canada. <<http://www.collectionscanada.gc.ca/index-f.html>> (Page consultée le 12 avril 2009).

<sup>6</sup> Archives Canada-France. 2004. *Nouvelle-France Horizons Nouveaux : Histoire d'une terre française en Amérique*. <<http://www.archivescanadafrance.org/francais/accueil.html>> (Page consultée le 12 avril 2009).

centres d'archives afin d'y effectuer des recherches. En somme, la stratégie est fort simple : ces centres ou services d'archives doivent tout mettre en œuvre pour s'immiscer dans le quotidien de ce public cible. Et quoi de plus actuel et universel que le Web? En effet, cette vitrine offre de sérieuses possibilités en matière de Web marketing et de marketing culturel qui s'avèrent non négligeables. À ce chapitre, nous sommes d'avis que les archivistes ont tout intérêt à adopter des stratégies tel que le «buzz marketing» afin de maximiser la promotion des documents d'archives sur le Web. Car, pour promouvoir les archives, les institutions doivent se promouvoir elles-mêmes et ne pas avoir peur de provoquer les événements susceptibles de faire parler d'elles. Et, au final, tout le monde en sort gagnant : l'archiviste a accompli son travail, l'institution peut se démarquer par son dynamisme et se faire connaître davantage, l'utilisateur bénéficie d'un accès privilégié aux archives et ces dernières courent la chance d'être davantage diffusées puisqu'elles jouissent de l'effet d'entraînement qui se propage entre internautes.

## **Bibliographie**

Archives Canada. Réseau canadien d'information archivistique. *Expositions virtuelles*. <<http://www.archivescanada.ca/fr/virtual/search.asp>> (Page consultée le 12 avril 2009).

Archives Canada-France. 2004. *Nouvelle-France Horizons Nouveaux : Histoire d'une terre française en Amérique*. <<http://www.archivescanadafrance.org/francais/accueil.html>> (Page consultée le 12 avril 2009).

Arseneault, Céline. 2003. *L'exposition virtuelle au-delà de l'an 2000 : produit muséal recyclé ou nouveau genre?* <<http://www.smq.qc.ca/publicsspec/actualites/analyses/textes/20030311/index.phtml>> (Page consultée le 14 mars 2009).

Arseneault, Céline. 2002. *Que savons-nous des sites Web de musées?* <<http://www.smq.qc.ca/publicsspec/actualites/analyses/textes/20020513/index.phtml>> (Page consultée le 14 mars 2009).

Aubin, Danielle. 1999-2000. La mondialisation et la diffusion des archives : entre continuité et rupture. *Archives*, vol. 31, no 3 : 7-19. <<http://www.archivistes.qc.ca/IMG/pdf/31-3-Aubin.pdf>> (Page consultée le 14 mars 2009).

Bibliothèque et Archives Canada. <<http://www.collectionscanada.gc.ca/index-f.html>> (Page consultée le 12 avril 2009).

Colbert, François. 2005. Les éléments du marketing des arts et de la culture. Présentation effectuée lors des *Séminaires de management culturel* du HEC de Montréal, 1-46. <<http://www.gestiondesarts.com/index.php?id=380>> (Page consultée le 12 avril 2009).

Couture, Carol et al. 1999. *Les fonctions de l'archivistique contemporaine*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec.

Couture Carol et Jean-Yves Rousseau. 1982. *Les archives au XXe siècle*. [Montréal] : Université de Montréal, Secrétariat général.

Desaulniers, Robert. 1994. L'archiviste et la diffusion/l'accès. In *La mission de l'archiviste dans la société : 2<sup>e</sup> symposium en archivistique*, 121-128. Québec : Groupe interdisciplinaire de recherche en archivistique. <[http://www.gira-archives.org/documents/GIRA\\_1994.pdf](http://www.gira-archives.org/documents/GIRA_1994.pdf)> (Page consultée le 14 mars 2009).

Duhamel, Agathe. 2005-2006. Réalisation d'une exposition virtuelle de documents d'archives à la Ville de Laval. *Archives*, vol. 37, no 1 : 101-112. <[http://www.archivistes.qc.ca/IMG/pdf/37\\_1\\_Duhamel.pdf](http://www.archivistes.qc.ca/IMG/pdf/37_1_Duhamel.pdf)> (Page consultée le 14 mars 2009).

Hamel, Michel. 1998-1999. Enquête sur l'utilisation du Web pour la diffusion des archives. *Archives*, vol. 30, no 2 : 43-82. <<http://www.archivistes.qc.ca/IMG/pdf/30-2-Hamel.pdf>> (Page consultée le 14 mars 2009).

Héon, Gilles. 1995-1996. Ton portefeuille archivistique : sensibilisation des élèves à leurs archives. *Archives*, vol. 26, no 4 : 3-7.  
<<http://www.archivistes.qc.ca/IMG/pdf/26-4-Heon.pdf>> (Page consultée le 14 mars 2009).

Hasquenoph, Bernard. 2008. Versailles 2.0 un buzz qui fait splash. *Louvre pour tous*. <<http://www.louvreourtous.fr/Versailles-2-un-buzz-qui-fait.099.html>> (Page consultée le 12 avril 2009).

Khoon, Leong Chee, Chennypati K. Ramaiah et Schubert Foo. 2002. *The design and development of an online exhibition for heritage information awareness in Singapore*. <<http://www.archimuse.com/mw2002/papers/ramaiah/ramaiah.html>> (Page consultée le 14 mars 2009).

Joly, Marie-Hélène. 1999. Quels publics pour les expositions d'archives? *La Gazette des archives*, nos 184-185 : 137-147.

Lemay, Yvon. 1998-1999. Les sites Web des services d'archives universitaires au Canada et la diffusion. *Archives*, vol. 30, no 1 : 3-24.  
<<http://www.archivistes.qc.ca/IMG/pdf/30-1-Lemay.pdf>> (Page consultée le 1<sup>er</sup> avril 2009).

McLean, Marianne. 2004. Rendre le patrimoine documentaire accessible aux écoles. In *IFLA. World library and information congress: 70th IFLA general conference and council, 22-27 august 2004, Buenos Aires, Argentina*. <[http://www.ifla.org/IV/ifla70/papers/105f\\_trans-McLean.pdf](http://www.ifla.org/IV/ifla70/papers/105f_trans-McLean.pdf)> (Page consultée le 14 mars 2009).

Musée canadien de la guerre. 2008. *Le Canada et la Première Guerre mondiale*. <<http://www.warmuseum.ca/cwm/exhibitions/guerre/home-f.aspx>> (Page consultée le 12 avril 2009).

Musée canadien des civilisations. 2004. *Avant le cybercommerce : Une histoire du catalogue de vente par correspondance au Canada*. <<http://www.civilisations.ca/cmc/exhibitions/cpm/catalog/cat0000f.shtml>> (Page consultée le 12 avril 2009)

Musée McCord d'histoire canadienne. 2005. *Le studio photographique de William Notman*. <<http://www.musee-mccord.qc.ca/fr/clefs/expositionsvirtuelles/studionotman/>> (Page consultée le 12 avril 2009)

Nielsen, Jakob. 2000. *Conception de sites Web: l'art de la simplicité*. Paris : Campus Press France.

Sentilhes, Armelle. 1999. Les expositions d'archives : prétexte ou paradoxe? *La Gazette des archives*, nos 184-185 : 123-127.

Vincent, Suzanne. 1996. Gestion, traitement, conservation et diffusion des documents dans les musées : la place de l'archiviste. *Archives*, vol. 27, no 3 : 53-77. <<http://www.archivistes.qc.ca/IMG/pdf/27-3-Vincent.pdf>> (Page consultée le 14 mars 2009).