



HAL
open science

Médiations numériques du Pays cathare

Valentine Châtelet, Sylvie Couralet, Patrick Fraysse

► **To cite this version:**

Valentine Châtelet, Sylvie Couralet, Patrick Fraysse. Médiations numériques du Pays cathare. Patrimoines du sud, 2020, 12, 40 p. 10.4000/pds.5258 . hal-03669021

HAL Id: hal-03669021

<https://ut3-toulouseinp.hal.science/hal-03669021>

Submitted on 16 May 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial 4.0 International License



Patrimoines du Sud

12 | 2020

Patrimoines et numérique : un état de la recherche et des expérimentations

Médiations numériques du Pays cathare

Digital mediation in the Cathar country

Valentine Châtelet, Sylvie Couralet et Patrick Fraysse



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/pds/5258>

DOI : 10.4000/pds.5258

ISSN : 2494-2782

Éditeur

Conseil régional Occitanie

Ce document vous est offert par Université Fédérale Toulouse Midi-Pyrénées



Référence électronique

Valentine Châtelet, Sylvie Couralet et Patrick Fraysse, « Médiations numériques du Pays cathare », *Patrimoines du Sud* [En ligne], 12 | 2020, mis en ligne le 01 septembre 2020, consulté le 16 mai 2022.

URL : <http://journals.openedition.org/pds/5258> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/pds.5258>

Ce document a été généré automatiquement le 29 septembre 2020.



La revue *Patrimoines du Sud* est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Médiations numériques du Pays cathare

Digital mediation in the Cathar country

Valentine Châtelet, Sylvie Couralet et Patrick Fraysse

Introduction

- 1 Avec le développement du numérique culturel, un champ de recherche s'est ouvert en sciences de l'information et de la communication (SIC) afin de mettre les médiations numériques en perspective pour mieux comprendre ce qui se joue dans la superposition des dispositifs, des documents et des discours. C'est ainsi que des recherches récentes montrent que la médiation est bien un processus de communication en insistant tout à la fois sur l'information qui circule, les interactions entre les sujets sociaux et les liens qui sont créés. Or l'idée selon laquelle les outils de communication ou les objets de médiations de la culture sont transparents est encore très répandue. Il est alors bien utile de démonter tous ces mécanismes pour faire apparaître, distinguer et décrire tous les intermédiaires de la communication.
- 2 Notre étude porte sur les deux applications mobiles lancées au printemps 2019 par le réseau des 20 sites patrimoniaux du Pays Cathare (Aude et Ariège) : *Pays cathare, le guide* et *Castrum, le jeu*. Ces deux applications numériques de médiation d'un patrimoine qualifié de « cathare » et de valorisation du territoire occitan se déploient dans le cadre du programme enclenché par le conseil départemental de l'Aude et dénommé *Acte II, demain le Pays cathare*. Né à la fin des années 80, ce programme de valorisation du patrimoine historique et culturel de l'Aude, autour du thème du catharisme, s'est construit comme une véritable ressource de développement économique. Après plus de 20 ans d'existence, l'Acte II a pour objectif de (re)positionner les sites du réseau Pays cathare dans le cadre concurrentiel actuel.
- 3 La présente recherche vise donc, à partir d'une étude de cas, et dans une perspective info-communicationnelle, à questionner les notions clés liées à la rencontre des technologies numériques et de la médiation patrimoniale. Il s'agit d'interpréter le

processus de création de ces deux applications en conjuguant trois facteurs : une découverte-relecture de l'histoire complexe du catharisme, la mobilisation des élus, des médiateurs et des scientifiques et une traduction-interprétation d'un dispositif numérique de médiation.

- 4 Nous rappellerons d'abord la complexité des notions de patrimonialisation, de médiation, de valorisation et de circulation de l'histoire qui sont tour à tour pensées comme des phénomènes de communication suscitant usages et pratiques. La méthode de recueil de données (collecte d'un corpus de documents et entretiens semi-directifs avec les personnes impliquées dans le projet) est présentée dans une deuxième partie empirique dont l'objectif est de relater les différentes étapes et de mettre au jour les ensembles documentaires et les couches de discours qui ont conduit à la réalisation des deux applications.
- 5 La recherche des parcours d'élaboration des discours de médiation nous permettra de rendre saillants les points de rencontres et les éventuels phénomènes d'écart appréhendés à réception entre l'histoire et la fiction dans ces applications numériques de valorisation et d'animation du patrimoine.

1. Activation du patrimoine cathare dans des médiations

1.1. Patrimonialisation et trivialisé du catharisme

- 6 Parmi d'autres sciences humaines et sociales (la sociologie, l'ethnologie et l'anthropologie par exemple), les sciences de l'information et de la communication (SIC) ont montré que la valeur patrimoniale n'est pas inscrite dans l'objet lui-même. L'objet dit de patrimoine, qu'il soit culturel ou naturel, matériel ou immatériel, est considéré ainsi à partir d'un processus de transformation du regard qu'on lui porte, la patrimonialisation. Les notions info-communicationnelles de documentation, de médiation, de valorisation, ou de circulation tiennent alors une place centrale dans ce processus, c'est pourquoi les SIC ont un rôle important dans l'établissement d'une grille de lecture et d'explication. Jean Davallon, professeur en SIC et spécialiste de muséologie, pense ainsi le patrimoine comme une construction sociale et sémiotique, dans une perspective communicationnelle. Les conditions qui président à la patrimonialité des objets, la « rupture mémorielle » qui précède leur redécouverte dans une « filiation inversée », du présent vers le passé, définissent ce processus de patrimonialisation¹.
- 7 Les étapes de ce processus (reconnaissance des traits constitutifs, construction des valeurs, institutionnalisation des conditions de conservation, de valorisation et de transmission) sont maintenant bien connues des chercheurs en muséologie et patrimoine. Les objets et monuments du passé sont érigés en « être patrimonial »² par des spécialistes qui établissent leur mode d'existence et les conditions de leur compréhension et de leur diffusion : d'abord par l'institution du statut de patrimoine (découverte, productions documentaires d'ordre scientifique, déclaration du statut de patrimoine) ; puis par leur « activation » par une diffusion vers les publics (par la médiation, l'exposition, les usages publics) et sa réception sociale (rituels de visites, expériences de pratique, interprétations élaborées). En recourant à des dispositifs essentiellement documentaires, les professionnels du patrimoine développent un

premier processus de signification qui doit être activé auprès des publics par un second processus communicationnel, lui aussi essentiellement documentaire. Des ensembles documentaires et des couches de discours sont alors déployés pour redécouvrir ces objets tombés dans l'oubli.

- 8 C'est cet ensemble de procédures qui fait qu'« un objet est patrimonial par la pratique qui le constitue comme tel, par l'usage qui en est fait et par les effets qu'il produit »³. Pour étudier ce patrimoine du « Pays cathare », il est intéressant de l'observer d'abord au travers de cette grille de lecture du processus de patrimonialisation, découvrant des monuments (des châteaux et des abbayes), des documents (de tous types et notamment des sources médiévales) et des médiations.

1.1.1. Le devenir patrimonial de châteaux, d'abbayes et de villages médiévaux

- 9 Si on considère aujourd'hui les châteaux du Pays cathare, on sait, malgré cette appellation, qu'ils ne sont pas cathares, c'est-à-dire qu'ils ne sont pas les vestiges des villages ou des maisons nobles des XI^e et XII^e siècles ayant abrité des populations qu'on appelle aujourd'hui les Cathares ou les Albigeois (nous reviendrons plus loin sur ces mots faussement évidents). Disons-le d'emblée, ce sont des constructions militaires érigées au XIII^e siècle par le roi de France, après la croisade contre les Albigeois, sur une zone frontière délimitant le royaume d'Aragon au sud du royaume de France au nord, de part et d'autre de cette ligne des contreforts pyrénéens. Ces ruines superbes qualifiées de « citadelles du vertige » par l'historien Michel Roquebert ont été redécouvertes dans les années 1960, à l'époque où il était encore enseignant et qu'il écrivait des articles pour le quotidien local *La Dépêche du Midi*⁴. C'est-à-dire qu'après une période assez longue d'oubli, quelqu'un les voit de nouveau avec un œil neuf. C'est la première étape du processus de patrimonialisation. De vieux châteaux, des « tas de cailloux » perdus dans le vent et n'intéressant plus personne depuis très longtemps, n'ayant plus d'utilité militaire stratégique (au moins depuis le traité des Pyrénées de 1659 qui déplace la frontière plus au sud), ni fonctionnelle d'habitation, sont reconnus, inventés au sens archéologique du terme.
- 10 Cette trouvaille entraîne un travail de recherche et de certification de l'origine de l'objet redécouvert. Pour faire à nouveau référence à Jean Davallon et à l'explicitation qu'il donne de la patrimonialisation comme un processus en cinq étapes, la troisième étape, qui suit la découverte et la certification de l'origine de l'objet, consiste à établir l'existence du monde d'origine de l'objet⁵. Ce dernier devient alors, dans un quatrième moment, un représentant de son monde d'origine. Ces châteaux du XIII^e siècle deviennent des monuments d'aujourd'hui, des constructions du passé projetées dans le présent, signes indiciels de la période médiévale. Ce travail de recherche et de certification scientifique est suivi (cinquième étape) d'une célébration de la trouvaille de l'objet par son exposition et sa publication et enfin d'une obligation de transmettre l'objet aux générations futures, par sa conservation. Chacune de ces étapes se matérialise dans la diffusion concrète des documents produits, au niveau de la recherche scientifique comme à ceux de la valorisation et de la diffusion des savoirs.
- 11 L'exemple spectaculaire de ces châteaux ne doit pas faire oublier les autres éléments patrimoniaux du Pays cathare, c'est à dire les abbayes et les villages castraux. Pour les abbayes, cisterciennes, bénédictines, dominicaines ou franciscaines, le processus de patrimonialisation est identique même si la période d'oubli est moins longue. Elles ont subi les péripéties de l'histoire et ne perdent les unes après les autres leurs fonctions

religieuses, ce pour quoi elles ont été construites, qu'assez récemment. La période de la Révolution française a été suivie par l'exil des religieux et de nombreuses destructions. Le début du XX^e siècle (notamment 1905 avec la loi de séparation des Églises et de l'État) est également une période de transformation. L'abbaye de Fontfroide est par exemple rachetée par Gustave Fayet en 1908. Elle est alors transformée en lieu culturel d'accueil des artistes de l'époque et petit à petit ouverte à la visite. Le processus de patrimonialisation se déroule à un rythme différent mais en suivant les mêmes étapes d'institutionnalisation par l'étude scientifique d'une part et d'activation auprès des publics par la visite guidée d'autre part. Le lien avec les cathares est évident quand on sait que les moines cisterciens, dominicains et franciscains ont fortement contribué à combattre spirituellement les cathares. D'abord en prêchant dans les villages et, à partir des années 1230, en participant activement aux enquêtes et procès d'inquisition.

- 12 En ce qui concerne les villages, certains ont effectivement abrité des populations d'hérétiques. Mais il est très difficile voire impossible de reconnaître une architecture spécifique comme on a pu parler faussement de château cathare. D'abord parce que la population concernée ne représenterait qu'un petit pourcentage du total des hommes et des femmes de cette époque et aussi parce qu'ils vivaient en harmonie avec les autres chrétiens de l'Église catholique romaine. C'est alors l'archéologie qui peut compléter les connaissances contenues dans les documents médiévaux dont il sera question plus bas. C'est le cas après la découverte et la fouille de villages abandonnés au XIII^e siècle, les fameux *castra* (pluriel en latin de *castrum*), ces villages fortifiés d'Occitanie. L'un d'entre eux, le *castrum* de Cabaret, sur les contreforts de la montagne Noire a été abandonné en 1230. Du jour au lendemain, et en raison de la lutte contre le catharisme, les habitants, pour la plupart cathares, ont été contraints de quitter leurs maisons et d'aller s'installer ailleurs. Le site est complètement abandonné au XIII^e siècle et redécouvert au XX^e siècle par les archéologues. La rupture mémorielle ici est évidente. Marie-Élise Gardel⁶ a dirigé les fouilles pendant une vingtaine d'années et a contribué à la compréhension d'un lieu de vie du catharisme occitan, les restes archéologiques venant compléter les bribes de vie quotidienne aperçus dans les documents médiévaux.

1.1.2. Le catharisme est-il un « être culturel » ?

- 13 Le catharisme est donc tout à la fois un objet d'histoire et un objet de patrimoine. Successivement, les historiens et les archéologues ont patiemment fait émerger les cathares de l'oubli en fouillant les documents médiévaux dans les archives et les vestiges archéologiques dans la montagne. L'accumulation des connaissances scientifiques a permis d'enclencher le processus de patrimonialisation en instituant les châteaux, les abbayes et les villages comme des témoins d'une époque médiévale disparue mais encore visible dans le paysage. La littérature et les différents médias ont également joué un rôle déterminant dans la popularisation de la thématique cathare auprès du grand public. Tous ces acteurs, historiens, guides, journalistes n'ont pourtant pas totalement réussi à éviter l'apparition et la propagation de mythes ou de stéréotypes contribuant même parfois à les forger ou tout au moins à les diffuser. Nous avons déjà observé ces phénomènes d'interférence dans la médiation de l'histoire à partir de la circulation des signes de Jeanne d'Arc⁷ ou des chemins de Saint-Jacques.
- 14 À côté des historiens, des « mythographes » n'ont alors aucun scrupule à « accepter quelques arrangements avec la vérité »⁸. Les mythes deviennent, à côté de la réalité documentaire des sources historiques, des « modèles, des références, des images qui

peuplent les têtes »⁹ qui finissent par prendre une grande importance dans le récit médiatique. Ceux qui écrivent l'Histoire, c'est-à-dire les historiens de métier, ne sont même pas d'accord entre eux. Les anciennes historiographies deviennent des idées reçues pour les nouvelles générations d'historiens qui n'hésitent pas à remettre en cause les interprétations de leurs prédécesseurs. Ils s'affrontent sur la méthode et les interprétations possibles et s'opposent également à tous ceux qui parlent de l'histoire, qui la racontent, inventent ou diffusent des mots et des expressions plus ou moins justes ou qui s'appuient sur de vieilles historiographies. C'est ainsi que peu à peu, avec sa patrimonialisation et sa diffusion médiatique le catharisme devient ce qu'Yves Jeanneret appelle un « être culturel » c'est-à-dire « un ensemble d'idées et de valeurs qui incarne un objet de la culture dans une société tout en se transformant constamment à partir de la circulation des textes, des objets et des signes »¹⁰. Il s'agit donc de comprendre désormais comment la thématique cathare circule dans l'espace public aujourd'hui à travers les mots qui servent à le désigner et au moyen de dispositifs qui le mettent en scène.

- 15 Au regard de la densité et de la complexité à l'œuvre dans l'histoire ou plutôt les historiographies du catharisme et des notions qui y sont liées, le processus de patrimonialisation par étapes successives tel que théorisé par Jean Davallon s'avèrent potentiellement problématiques. Les deux dernières étapes de la patrimonialisation consistent à activer les objets désormais patrimoniaux auprès des publics. Or un ensemble de stéréotypes, de clichés et de controverses entre historiens vient brouiller les cartes. Quels éléments du discours scientifique choisir ?
- 16 L'observation du dispositif « application numérique » permet de réfléchir aux notions de médiation, de vulgarisation ou de diffusion des savoirs étudiés par les sciences de l'information et de la communication. Il y a une spécificité du discours et de la publication scientifique comme il y a une spécificité des médias spécialisés ou généralistes qui vulgarisent, dans un deuxième temps, les résultats de la recherche vers des publics ciblés. Cette vulgarisation scientifique entraîne un changement de cible et des réécritures par les auteurs eux-mêmes ou par des intermédiaires (des journalistes spécialisés par exemple). Si elle se donne pour objectif de rétablir le lien entre la connaissance commune et la connaissance scientifique, elle suppose alors l'utilisation d'un vocabulaire adapté et d'une mise en forme particulière. Le « remaniement en profondeur de la connaissance » que nécessite l'écriture d'un texte vulgarisateur présente la difficulté « de simplifier et clarifier sans sacrifier la vérité »¹¹. La diffusion des savoirs historiques n'est-elle pas en effet le résultat d'hybridations des historiographies qui aboutissent à des simplifications ?

1.2. Mise en tourisme du « Pays cathare », un processus hybride

- 17 Nous venons de voir comment la patrimonialisation fonctionne en transformant des monuments en images du passé. Ces monuments sont des archipels d'un passé qu'il s'agit de reconnaître, d'étudier et de conserver. En provoquant de nouveaux usages (transformations, visites, animations culturelles, dynamiques touristiques), le présent projette sur le monument de nouvelles significations qui illustrent ce qu'Aloïs Riegl, historien de l'art autrichien et théoricien du patrimoine du début du XX^e siècle, nommait le passage d'un culte ancien à un culte moderne des monuments¹² : dans le passé « c'est le monument qui donne son sens au monde, [dans le présent] c'est le monde qui donne son sens au monument »¹³. Au XIII^e siècle les capétiens ont imposé

une frontière dans les Corbières en construisant ces forteresses royales comme des sentinelles dans la montagne. Ces châteaux sont au Moyen Âge les témoins d'un changement du pouvoir dans ces territoires occitans. Aujourd'hui, la puissance publique (le conseil départemental de l'Aude) requalifie ces châteaux et ces abbayes en les intégrant dans un « Pays cathare » imaginaire. La nouvelle signification du mot cathare n'est plus historique, si tant est qu'elle ne l'ait jamais été, mais procède d'un marketing territorial et touristique.

- 18 Le lien entre patrimoine et tourisme peut donc être observé en explorant le système d'acteurs et d'institutions qui les entourent, ou les représentations sociales qui les constituent. Dans un dossier de la revue *Culture et musées* de 2014, Émilie Flon, universitaire spécialiste de la notion de médiation, avait posé la question des proximités qui existent ou ont existé entre les médiations touristiques et les médiations des patrimoines¹⁴. Notre réflexion sur le Pays cathare poursuit d'une certaine manière cette réflexion transversale sur la définition d'une médiation touristique qui constituerait un opérateur spécifique de mise en signification du patrimoine.

1.2.1. L'invention du « Pays cathare » et son actualisation

- 19 À la fin des années 80, l'Aude fait face aux mutations et au déclin des activités traditionnelles et au scénario d'une déprise rurale annoncée. Conscient de la valeur que représentent ses patrimoines historiques, le conseil départemental met alors cette richesse au cœur de sa stratégie de développement économique. Une démarche assez avant-gardiste à cette époque-là pour reprendre les propos d'un représentant du conseil départemental avec lequel nous nous sommes entretenus. Cette vision, fondatrice d'une valorisation territoriale par la présence de châteaux et abbayes répartis sur l'ensemble du département, apparaît également comme une alternative plausible au tourisme du littoral méditerranéen. Ce dernier a en effet recueilli jusqu'alors une grande part des investissements dans le cadre de la mission interministérielle d'aménagement du littoral du Languedoc-Roussillon, dite mission Racine¹⁵. Ces monuments jusqu'alors ignorés deviennent un atout touristique majeur avec, pour effet escompté, l'émergence d'une nouvelle économie. Ainsi naît au début des années 1990, au milieu du triangle Toulouse, Montpellier, Barcelone, le « Pays cathare » et le programme qui lui est dédié. Ce programme de développement territorial marque l'Acte I du Pays cathare et combine tout à la fois : les monuments, le catharisme et au-delà l'histoire médiévale méridionale, et le territoire.
- 20 Car c'est dans cette histoire médiévale occitane et l'imaginaire cathare qu'elle convoque, que l'Aude va puiser pour déployer, sur ces traces du passé, son devenir et cultiver sa personnalité. Pour la collectivité territoriale, la mise en avant du catharisme comme élément fédérateur enclenche une territorialité de la politique patrimoniale, une approche et une mise en œuvre innovantes de l'aménagement du territoire. Les châteaux de l'Aude, ces « citadelles du vertige » (Peyrepertuse, Quéribus, Aguilar, Lastours, Puilaurens, Termes), implantés dans de somptueux paysages, portent particulièrement cet imaginaire, cette force épique auxquels vient s'associer le catharisme.
- 21 Le Pays cathare est une invention¹⁶ qui s'adresse aux audois, comme une forme de récit commun derrière lequel le conseil départemental de l'Aude aimerait que chacun se retrouve. Sylvie Caucanas (2000)¹⁷, docteure en histoire médiévale et directrice des archives départementales de 1991 à 2018, résume bien cette position : « Le Languedoc

recourt à son passé, tout au moins à l'image qu'il s'en fait, pour exprimer ses problèmes sociaux et identitaires ». Rajoutons ses problèmes économiques. Même s'il ne reste rien du catharisme, semble alors s'exprimer à travers ce terme *cathare* un état d'esprit, une différence, des valeurs fédératrices porteuses d'avenir. Il est aussi à destination des touristes, qu'ils portent ou non un intérêt à l'histoire et tout particulièrement au Moyen Âge.

- 22 Dans la foulée de ce programme patrimonial est créée en 1992 la marque de territoire Pays cathare, propriété du conseil départemental de l'Aude. Cette marque commerciale fédère et promeut près de 900 professionnels issus des secteurs du tourisme, de l'agriculture et de la viticulture, de l'agro-alimentaire, de l'artisanat et de l'artisanat d'art autour de quatre lignes de produits : gastronomie et saveurs, activités et découvertes, rencontres de créateurs, séjours et hébergements. Cette volonté de valoriser le patrimoine tout en promouvant les produits locaux n'est pas nouvelle. L'exemple nous est donné lors d'un de nos entretiens du château de Peyrepertuse où les vignerons du territoire dès 1972 avaient bien compris l'intérêt de rendre le château accessible au public pour pouvoir vendre leur vin.
- 23 Cet Acte I du Pays cathare concerne un réseau de 19 sites patrimoniaux¹⁸, pour la plupart propriétés de communes. L'intérêt du conseil départemental, nous dit-on, est de permettre à tous ces sites de se développer et de se renvoyer les clientèles, dans un esprit de solidarité qui est le fil conducteur et l'esprit de la démarche du Pays cathare depuis le début.
- 24 Durant une vingtaine d'années, des campagnes de restauration, de conservation et d'aménagements sont effectuées selon les sites (accessibilité, stationnement, abords, signalisation, accueil, billetterie, cheminement vers le monument). Des campagnes de fouilles et de recherches sont également menées permettant de recueillir d'importantes et précieuses connaissances sur les sites. Dans cette démarche de mise en valeur du réseau, une communication commune est mise en place (logo, flyer, site internet) ainsi qu'une carte inter-sites qui permet d'avoir une tarification réduite sur l'ensemble des monuments. En termes de médiation, des audioguides, des visites commentées ou guidées sont proposés en fonction des sites, et un outil de médiation commun au réseau est décliné pour chaque patrimoine sous la forme d'une brochure de visite papier intitulée *Repères culturels*. Enfin, dans certaines communes, des centres d'interprétation autour d'une thématique en lien avec le catharisme ou la société médiévale complètent l'offre patrimoniale.
- 25 Après deux décennies d'existence, les élus et les services du conseil départemental observent un glissement du programme Pays cathare, une perte progressive de l'identité collective et de la cohérence initiale au profit de la stratégie individuelle de chaque site. Un autre constat est la déconnexion entre les sites et la politique territoriale de la collectivité. Par ailleurs, l'absence de renouvellement des offres et des services en direction des publics les a rendus, au fil des années, obsolètes, inadaptés et peu en phase avec les nouvelles attentes des publics. En conséquence, le réseau se délite et la fréquentation des sites chute. Or le tourisme représente un secteur d'activités primordial pour l'Aude. Conscient du travail accompli mais aussi des faiblesses du programme Pays cathare après plus de 20 ans d'existence et dans un contexte de concurrence accrue des territoires qui touche inévitablement les destinations touristiques et culturelles, le conseil départemental lance en juin 2011 une étude pour un Acte II du Pays cathare avec quatre objectifs principaux : évaluer le programme

patrimonial du Pays cathare (la marque ne fait pas partie de la réflexion), établir un diagnostic de chaque site du réseau, déployer une stratégie pour un Acte II du programme pour un nouvel élan du réseau et une conception actualisée du Pays cathare et enfin définir un plan de développement pour chaque site et les moyens de leur réalisation dans une vision transversale et complémentaire des sites.

- 26 L'analyse et les préconisations souhaitées par le conseil départemental de l'Aude doivent tout à la fois prendre en compte une approche individuelle, site par site, et une approche collective, à l'échelle du réseau.
- 27 Après plus de deux ans et demi de mission, l'équipe de consultants en charge de cette étude¹⁹ en livre fin 2013 les résultats, marquant le signal de lancement de l'Acte II, *demain le Pays cathare*. Ce programme s'articule autour d'une triple ambition. La première est de refonder la force du réseau des sites autour de valeurs partagées et d'un engagement commun. La seconde est d'actualiser les sites pour une attractivité et un rayonnement renforcés. La troisième est de replacer les sites du Pays cathare dans les dynamiques majeures de demain. Pour accompagner la collectivité dans cette nouvelle phase de développement du programme, différents outils, élaborés comme des feuilles de route, sont fournis par l'équipe de consultants. Un dossier pour chacun des sites présente un diagnostic complété d'une synthèse des enjeux et un plan de développement. Pour la dimension collective, inhérente au réseau, cinq cahiers thématiques de préconisations finales de mise en œuvre concernent la gouvernance et ses dispositifs, la signature Pays cathare, l'offre réseau en direction des publics, la communication, la promotion, la signalétique et enfin la professionnalisation et la qualification des acteurs.
- 28 Marquant sa volonté de donner à voir rapidement des signes de changement et d'évolution, le conseil départemental lance de premiers chantiers collectifs : la mise en place d'une nouvelle signalétique, la conception de la charte/signature « Pays cathare » et l'offre de médiation avec la conception de deux applications : *Pays cathare, le guide* et *Castrum, le jeu*, objets de notre étude. Ces chantiers de l'Acte II se combinent et ont tous pour enjeu de renforcer l'attractivité du Pays cathare. Ils illustrent la volonté de la collectivité de mettre l'approche globale du territoire au cœur de toutes les actions menées.

1.2.2. Les enjeux d'une narration patrimoniale médiatisée

- 29 La synthèse de l'étude portant sur l'Acte II du Pays cathare, intitulée *Demain, le Pays cathare* et sous-titrée « modernité, ouverture, performance économique », synthétise les préconisations en vue du déploiement de l'Acte II. À la lecture de ce document, il ressort une nette volonté de renouveler l'offre culturelle et touristique du territoire pour tous les publics. Parmi les « nouvelles actions de médiation » est prescrit un « usage des nouvelles technologies pour des interprétations attractives, interactives et pédagogiques des lieux » et notamment des « médiations jeunes publics » à travers des jeux.
- 30 En suivant ces préconisations, le conseil départemental s'est engagé sur la voie de la médiation numérique du patrimoine, qui mêle les enjeux inhérents à la médiation patrimoniale et ceux, complexes et entrelacés aux précédents, de la création de produits culturels destinés à des outils relevant des « nouvelles technologies de l'information et de la communication ».

- 31 La médiation patrimoniale telle que considérée ici est la traduction de contenus scientifiques en propositions narratives accessibles au plus grand nombre. Elle se fait dans le respect des connaissances scientifiques et, sans les dénaturer, vise à rendre compréhensibles les enjeux aux visiteurs contemporains²⁰.
- 32 Les technologies mobiles appliquées à la médiation patrimoniale désignent des outils qui combinent « appareil » – support technologique –, « dispositif » – logiciel – et « média »²¹ ; ce dernier se rapportant à des contenus multimédias qui peuvent être de différentes natures²² (texte, images, vidéo, modules interactifs, etc.). Quoiqu'il en soit, le développement logiciel est conditionné par l'état des technologies au moment du projet et par le choix des concepteurs de rendre la lecture des contenus accessible à une large gamme d'appareils – autrement dit que l'application soit supportée par des appareils et des systèmes d'exploitation plus anciens.
- 33 Quant aux contenus, s'ils sont en général créés *ad hoc*, ils doivent, en raison de leur caractère patrimonial, respecter le contrat implicite passé entre le visiteur et le médiateur selon lequel les informations dispensées visent à renseigner le visiteur sur l'objet de la visite et non à le tromper. Les contenus de médiation ne peuvent donc se défaire des réalités historiques et scientifiques établies par les travaux de recherche sur le terrain et dans les sources, même si parfois encore débattues.
- 34 Pour ce faire, le médiateur ou les producteurs/auteurs des contenus de médiation – ne peuvent se départir d'une extrême rigueur historique, laquelle transparaît, dans le cas de guides de visite traditionnels proposant des fiches et des parcours, dans la référence à des événements passés et dans l'usage de documents anciens notamment. Dans le cas de narrations décalées ou ludiques, l'impératif de respect des faits historiques demeure, bien que les auteurs puissent ajouter une couche fictionnelle au propos historique. Tout l'enjeu réside alors dans le dosage subtil entre fiction et histoire documentée. Si l'objet n'est pas ici de lister les formes que peuvent prendre les fictions patrimoniales, il semble qu'une telle production réussit lorsque sont mis en place des marqueurs fictionnels qui permettent au visiteur de repérer les faits ne relevant pas de l'histoire passée avérée²³. La couche de récit fictionnel ajoutée au propos historique est donc rigoureusement documentée et s'inspire de faits historiques. Sa dimension fictionnelle peut être indiquée par différents moyens : par la forme du récit, dès l'introduction, qui plongerait le visiteur dans un univers fictionnel (« il était une fois » pour un conte, par exemple) ou par des visuels faisant explicitement référence à des univers non réels (bande dessinée, dessins animés). L'introduction d'éléments de narration fantastique ou anachronique permet d'opérer une distanciation d'avec la réalité historique.
- 35 Enfin, et quelle que soit le genre de la narration choisi, il convient toujours de résister à la tentation d'un produit trop technologique par lequel l'outil risquerait d'être relégué au rang de « gadget »²⁴. Ce principe de modération dans le déploiement des technologies, édicté dès 1957 par Freeman Tilden, prévenait contre l'utilisation abusive et injustifiée de dispositifs ou d'accessoires technologiques superflus. Ce journaliste nord-américain, qui énonça les premiers principes de l'interprétation du patrimoine naturel, posa en fait aussi des bases en matière de médiation patrimoniale *in situ*. Dans son sixième principe, il en appelle à la simplicité en matière de technicité pour deux raisons : la première est liée au risque de défaillance d'un appareil, souvent sans recours aux yeux des usagers qui, déçus, abandonnent la visite ; la deuxième à un usage abusif de technologie qui, au lieu d'être mise au service du contenu et de le valoriser, le dénaturerait et en détournerait le visiteur.

- 36 La narration patrimoniale médiatisée proposée dans le cadre de l'Acte II du Pays cathare comprend les deux types de médiation : par le guide de visite et par le jeu. Les narrations mises en place, bien qu'indépendantes, résultent donc certainement toutes deux d'un intense travail de documentation et d'échanges avec les scientifiques puis d'un travail d'écriture et de mise en forme en fonction des publics ciblés. Elles découlent d'un double processus d'hybridation, dans la combinaison et l'adaptation de connaissances en vue de la production de contenus et par le choix de supports qui, eux-mêmes, combinent des formats, des médias et des technologies. En tant qu'exemples de médiations technologiques, ces applications posaient d'emblée la question de leur degré de technicité souhaité et/ou souhaitable, à jauger en fonction des attentes de chacun des acteurs.
- 37 Cette mise en récit du territoire à partir d'un passé supposé commun, à la recherche d'une identité territoriale, s'inscrit dans le cadre d'un programme de développement économique par le tourisme au sens large : marque de territoire pour des produits artisanaux et des services de proximité ou d'accueil touristique, savoir-vivre et savoir-faire, mais aussi patrimoine et médiations patrimoniales.
- 38 C'est bien ce dont il semble s'agir ici avec un programme de valorisation patrimoniale du territoire par le recours à une référence historique dont la valeur symbolique (liée notamment à l'ancienneté de cette mémoire/de ces monuments) rejaillirait sur les composantes socio-économiques du territoire et aurait un effet d'augmentation de l'attractivité du territoire Pays cathare. Cela, d'autant que la dimension technologique est, elle, un élément de différenciation, car les valeurs que charrie la technique demeurent encore associées au progrès et donc positives...

2. Description des applications, des documents et des discours

- 39 Les objets culturels que constituent les deux applications, considérées ici comme des documents, sont au départ de notre réflexion. Le corpus initial, composé de deux documents et de trois entretiens semi-directifs, s'est enrichi au cours de l'enquête, notamment à l'initiative des acteurs que nous avons rencontrés ; ces derniers nous livrant des supports de communication, de médiation et des documents de travail. Ils nous ont également enjoins à rencontrer d'autres acteurs du projet.

2.1. Méthode de recueil de données

- 40 Les deux applications, guide et jeu, décrites plus bas sont téléchargeables, séparément et gratuitement, sur les magasins d'applications en ligne (Google Play et App Store), supportées sous systèmes d'exploitation mobiles Android ou iOS. Elles sont proposées en cinq langues : français, anglais, espagnol, allemand et occitan. D'après les informations disponibles dans les crédits des applications comme sur les magasins en ligne, elles sont distribuées par le conseil départemental de l'Aude et ont été conçues par les agences Small Bang et Oïkos²⁵. Ce sont ces documents qui nous ont orientés pour de premiers entretiens, à partir desquels nous avons pris contact avec des acteurs du projet et collecté de nombreux autres documents.

2.1.1. Collecte de discours d'acteurs

- 41 Dès le départ, nous avons souhaité aborder ces deux objets documentaires du point de vue du commanditaire et de celui des prestataires sélectionnés pour leur développement. L'objectif premier des entretiens était de pouvoir proposer une analyse du discours des acteurs ayant concouru de façon directe à la conception des applications. Ainsi, nous avons d'abord identifié les deux personnes impliquées, au sein du conseil départemental de l'Aude, dans la mise en œuvre de l'Acte II du Pays cathare : l'une était chargée du pilotage et de la coordination de tous les chantiers du programme de l'Acte II et l'autre, du développement culturel et des publics. Nous avons également questionné les prestataires concepteurs des applications, Small Bang et Oïkos.
- 42 Au cours des entretiens et spontanément, nos interlocuteurs ont mentionné d'autres contributeurs au projet (gestionnaires de sites, archivistes notamment), nous invitant à recueillir leurs points de vue sur la conception et la réception de ces outils. Nous avons donc réalisé des entretiens avec la propriétaire et directrice de l'Abbaye de Fontfroide et le président de l'agence de développement touristique de l'Aude.
- 43 Au total, nous avons mené six entretiens, sous une forme semi-directive. Les grilles d'entretien comportaient des rubriques généralistes (identité, fonction, date d'entrée en fonction) et propres au sujet (vision du projet, contexte, objectifs, limites). Elles permettaient d'aborder les questionnements liés à notre approche info-communicationnelle (attentes des acteurs, représentations de la médiation et de la médiation numérique, du territoire, de l'histoire, du catharisme). Ces entretiens nous ont fourni de très riches éléments d'analyse en partie exploités plus bas.

2.1.2. Collection documentaire

- 44 Si aucun entretien avec des personnes du comité scientifique n'a été réalisé, nous avons eu accès à une série de documents liés aux processus d'élaboration des contenus de ces applications. Ils sont brièvement présentés ci-dessous, dans l'ordre dans lequel ils ont été portés à notre connaissance. Nous les avons intégrés au corpus de notre étude et ils seront donc exploités dans les analyses à venir.

Documents du corpus	Origine	Commentaire
<i>Pays cathare, le guide.</i> CD11. 2019	Disponible en ligne	
<i>Castrum, le jeu.</i> CD11. 2019	Disponible en ligne	
Site internet des sites du Pays cathare. ADT11	Disponible en ligne	
Guide de visite (imprimé). ADT11. 2019-2020	Communiqué par le CD11, disponible dans chaque site du réseau Pays cathare et disponible en ligne	

Dépliant de promotion des applications. Les dissidents. 2019	Disponible dans le réseau Pays cathare, les relais de communication touristique, des professionnels de la marque	
Synthèse de l'étude en vue de l'Acte II du Pays cathare. CRP Consulting, Sylvie Couralet, Fresco François Cadeau, Architecture et Paysage. Décembre 2013	Communiquée par le CD11	
Charte Signature paysagère et architecturale des sites du réseau Pays cathare. ANMA, EMF, Jean Couvreur. Mai 2017	Communiquée par le CD11	
Tableau de médiation. Small Bang et Oïkos. 2018-2019	Communiquée par le CD11 puis par Small Bang	Méthodologie élaborée pour accomplir le travail de médiation des connaissances scientifiques en contenus de médiation pour les parcours de visite
Cahier des charges fonctionnel de l'application guide. Small Bang et Oïkos. Février 2019	Communiqué par Small Bang	Ce document décrit les fonctionnalités du guide. Il diffère sensiblement de l'application publiée.
Cahier des charges du jeu. Small Bang et Oïkos. Février 2019.	Communiqué par Small Bang	Ce document décrit les fonctionnalités du jeu.
<i>Les chemins de la curiosité</i> . Small Bang et Oïkos. Juin 2018	Communiqué par Small Bang	Document de travail conçu par Small Bang et Oïkos dans le cadre de la conception des applications
Retour des scientifiques sur le projet en cours. 2018-2019	Communiqué par Small Bang	
Stratégie d'engagement des publics et valorisation des territoires. Small Bang et Oïkos. Mai 2018	Communiqué par Small Bang	Ce document propose une analyse de la fréquentation des sites dans le département de l'Aude et une stratégie pour « étirer et renforcer la fréquentation des sites »
Communiqué de presse annonçant la sortie des applications. CD11. Mai 2019	Communiqué par le CD11	

Dossier de presse annonçant la sortie des applications. CD11. Mai 2019	Communiqué par le CD11	
<i>La bible des personnages</i> . Small Bang et Oïkos. Septembre 2018	Communiqué par Small Bang	Ce document présente le principe du jeu et ses personnages en les décrivant aussi bien physiquement, que dans leur quête et leur rôle dans l'intrigue et dans l'acquisition de connaissances
Mémoire technique, offre définitive. Développement d'outils numériques dans le cadre de l'Acte II du Pays cathare. Small Bang et Oïkos. Février 2018	Communiqué par Small Bang	Ce document de février 2018 diffère en de nombreux points de l'application guide publiée 1 an et 3 mois plus tard

N.B. : dans le tableau ci-dessus, nous utilisons les sigles suivants : CD11 = conseil départemental de l'Aude et ADT11 = agence de développement touristique de l'Aude.

2.2. Les applications

- 45 Les caractéristiques éditoriales et technologiques sont décrites succinctement pour les deux objets qui ont, chacun, mobilisé des équipes de travail et notamment des auteurs (scénaristes, écrivains et écrivaines), graphistes et dessinateurs, chargés de mettre en forme les contenus, et un comité scientifique pour leur validation.

2.2.1. *Pays cathare, le guide*

- 46 *Pays cathare, le guide*, aussi titré dans l'application « Guide de voyage, les sites du Pays cathare » est, comme son nom l'indique, destiné à accompagner le visiteur à la découverte du territoire *in situ* par des parcours géolocalisés. Il donne accès à une abondante source d'informations sur le territoire et sa culture.
- 47 Les contenus, de toutes natures (textes, images, audios, « contenus supplémentaires »²⁶, carte) sont classés en rubriques : « les lieux d'exception », « fresques », « les lieux fiches » et « agenda ». La première rubrique, « les lieux d'exception », déploie une liste déroulante horizontale des sites du réseau, chacun bénéficiant d'un parcours d'interprétation, dénommé « balade augmentée » (fig. 1).

Fig. 1

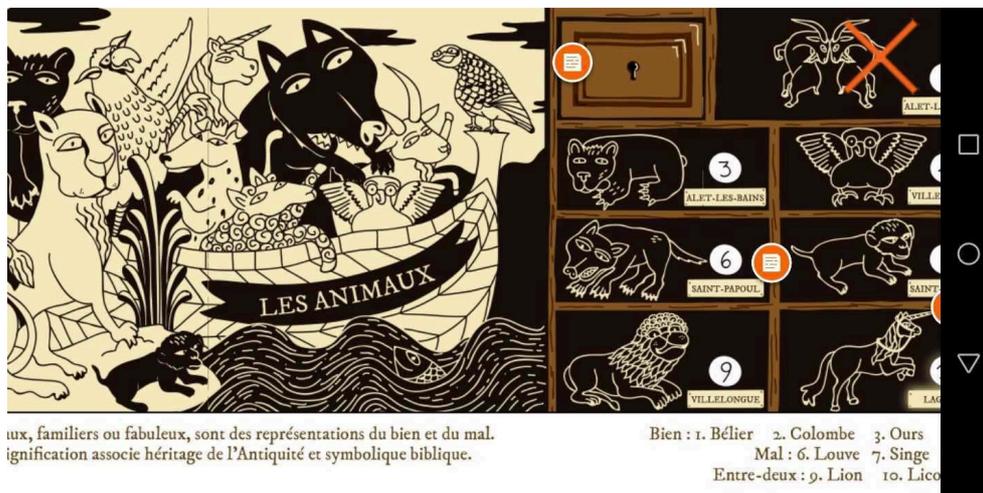


Pays cathare, le guide, capture d'écran de la page d'accueil du « lieu d'exception » « Le château de Saissac. Le trésor de la Montagne Noire »

© Conseil départemental de l'Aude, 2019

- 48 La deuxième rubrique est dédiée aux dix fresques sous format numérique destinées à expliciter en images commentées et annotées des caractéristiques du territoire. Leurs thématiques sont diversifiées, liées à la morphologie du territoire (géologie, paysage), à son passé médiéval, à ses héritages architectural, artistique et musical, religieux et même œnologique. Fortement didactiques, leurs contenus sont accessibles à tous types de publics, la qualité du graphisme s'alliant parfaitement avec la clarté et la concision des explications. Ces fresques numériques sont interactives et proposent d'ouvrir, en cliquant en des points de l'image, des encarts textuels d'explications (fig. 2).

Fig. 2



Pays cathare, le guide, capture d'écran d'une portion de la fresque sur la symbolique au Moyen Âge
© Conseil départemental de l'Aude, 2019

- 49 À noter que des impressions monumentales de ces fresques sur des bâches de 14 m de long ont été réalisées. Elles sont destinées à être exposées. Viennent ensuite une série de 210 fiches, groupées en sous-ensembles thématiques : la vie des cailloux, la vie des bêtes, flore d'ici, pouvoirs et luttes, la vie de châteaux, culture occitane, catharisme, art et architecture, ordre et religion, personnages, vins et terroirs, musique. Enfin, la dernière rubrique est l'agenda qui liste des événements et des animations prévus sur le territoire. L'application guide constitue donc une mine d'informations sur le territoire, les sites et leurs histoires. À partir d'une entrée géographique, par la visite d'un site, le guide propose de plonger dans la culture occitane dans une perspective historique longue, jusqu'à nos jours.
- 50 Les sites bénéficient d'un traitement identique, avec un sous-titre au nom du lieu (par exemple, pour le château de Quéribus : « Le château de Quéribus. La proue du monde occitan ») et, surtout des mêmes types d'informations et de contenus. Pour chacun, l'application dispense des informations pratiques (localisation, horaires d'ouverture, tarifs des visites), et même un service de « boutique en ligne » (qui renvoie en fait systématiquement à la page d'accueil du site de l'agence de développement touristique). L'application référence aussi en bas de page les sites « dans les environs ». Les parcours « balades augmentées » à télécharger sont tous de même facture : scénarios similaires relevant de la même famille élargie de thématiques. Conformément aux éléments précisés dans *Les chemins de la curiosité* et dans les tableaux de médiation, décrits dans le tableau ci-dessus, chaque balade comprend une accroche sensorielle qui ancre le visiteur dans sa visite et l'invite à entrer dans le récit du lieu et un déroulé des étapes en dix stations (une introduction et neuf stations) avec toujours « un thème majeur » et de nombreux renvois vers d'autres contenus de l'application. Les mêmes modules technologiques et principes de narration et de renvois sont utilisés pour chaque parcours.
- 51 Le tableau ci-dessous synthétise les différents formats des contenus de l'application guide et notamment des balades augmentées :

Localisation dans l'application	Type de contenus	Description
Tous types de page	Texte	
Tous types de page	Images	
Page fiche	Fiche thématique	Composée d'une image, d'un texte et de renvois quand il y a des liens réciproques avec d'autres fiches et balades
Page fresque	Fresque	Dessin commenté avec contenus supplémentaires accessibles par certaines parties de l'image
Portion de page ou page dédiée	Carte	
Balade	Commentaire audio	« guide l'utilisateur dans sa découverte et amplifie son expérience sensible. Si la voix reste le guide principal, elle est souvent complétée par d'autres manières de documenter son expérience des monuments »
Balade	« Monocle magique »	« sphère d'images géosituée à 360° qui se superpose à la réalité »
Balade	« Saynète d'histoire »	« événements historiques majeurs ou anectodes qui permettent de mieux comprendre un fait, un personnage historique, une pratique, etc. ces saynètes sont racontées par le narrateur pour nous immerger dans une page d'histoire »
Balade	« Photo annotée »	« photo enrichie d'une couche dessinée pour donner des détails ou des explications à l'utilisateur »
Balade	« Croquis en surimpression »	« permet de montrer différentes étapes d'un même phénomène ou d'un même élément »
Balade	« Ligams »	« (lien en occitan) cousent les sites entre eux, incitant les utilisateurs des deux applications à arpenter le territoire »

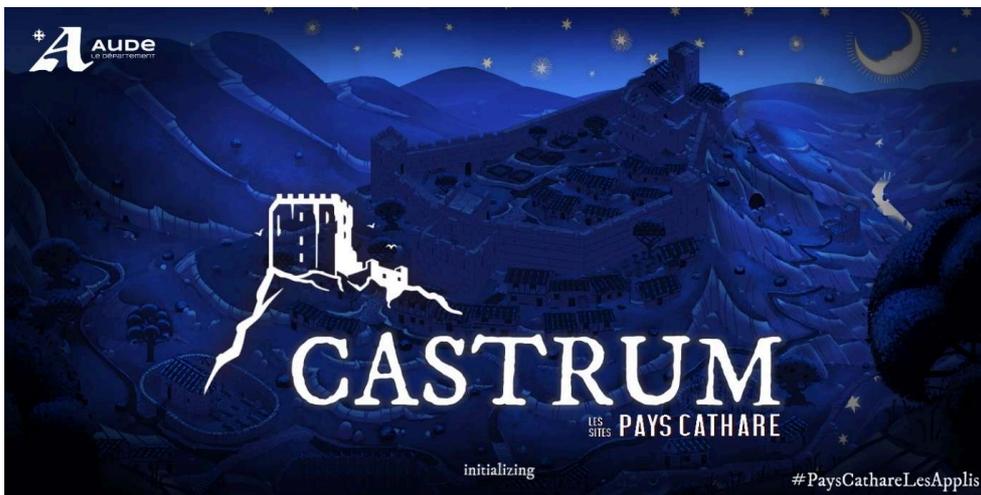
- 52 À noter que le « monocle magique » est en fait un système de réalité augmentée simplifiée dans la mesure où les images superposées sur le flux vidéo de la caméra ne sont pas calées en fonction de repères visuels ou de coordonnées de géolocalisation, mais c'est au visiteur d'effectuer lui-même le calage des éléments d'augmentation (visibles uniquement sur l'écran) et la vue réelle qu'il observe *via* le flux vidéo. Le dispositif est simple et présente l'avantage de ne pas mobiliser d'importantes ressources logicielles et d'être facilement compatible avec de nombreux appareils et systèmes d'exploitation.

- 53 Sur le fond, les thématiques, nombreuses et fouillées²⁷, comme sur la forme, l'architecture des contenus et les fonctionnalités, l'application guide offre a priori au visiteur un outil complet pour découvrir le Pays cathare, son histoire, son territoire, pour se repérer et organiser des visites patrimoniales au fil de son séjour.

2.2.2. *Castrum, le jeu*

- 54 Le nom de cette application : *Castrum, le jeu* suppose d'emblée l'ancrage historique de son contenu ludique. En effet, « *castrum* » désigne le village cathare dans toutes ses composantes : de la vie quotidienne à la défense du site et de ses habitants (fig. 3).

Fig. 3



Castrum, le jeu, captures d'écran de la page d'accueil
© Conseil départemental de l'Aude, 2019

- 55 Le jeu, tel que décrit dans un document de travail de février 2019, se décline en deux parties (l'une à distance, l'autre *in situ*) et vise donc à construire et à défendre un *castrum*. Ce terme est utilisé à plusieurs reprises dès les premières étapes du jeu par les personnages de l'intrigue d'une part, et en référence au développement du peuplement et des aménagements visibles sur la carte du jeu et *in situ* d'autre part. Il s'agit d'« un arc dramatique [...] [qui] se joue en deux pièces et dans deux univers de jeu distincts et complémentaires : le jeu à distance : [...] 20 sites explorés à distance ; le jeu *in situ* : [...] 5 sites + 1 site naturel visités physiquement ». Seule la combinaison de ces deux « pièces », dans l'ordre choisi par le joueur, permet de résoudre l'histoire. Le joueur, pour vivre intégralement l'expérience de jeu, ne peut donc faire l'économie de se rendre sur sites.
- 56 Le jeu à distance déploie une intrigue qui suit deux voies entrelacées. La première est celle tissée par le fil narratif incarné par les personnages (Na Condors, Vital, Aude, Tholsan, Zoc et le joueur ou la joueuse : un faidit) qui lie les étapes du parcours et guide le joueur dans sa quête. Les sites visités au fil du parcours sont intégrés à l'histoire en fonction de leurs caractéristiques géographiques, géologiques ou historiques (fig. 4) et sont matérialisés sur la carte du jeu (fig. 5). Des frises historiques (fig. 6) et des fresques défilées viennent compléter la narration, les premières dans un souci documentaire car

elles se rapportent à des « grandes pages d'histoire du XIII^e siècle », et les secondes, distinctes des fresques de l'application guide, pour enrichir la fiction.

Fig. 4



Castrum, le jeu ; capture d'écran d'une fiche de VilleroUGE-Termenès

© Conseil départemental de l'Aude, 2019

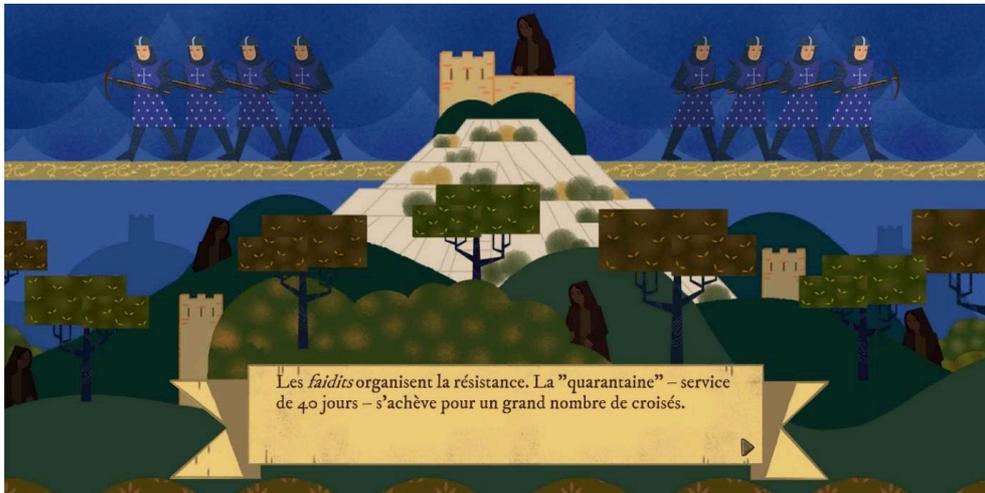
Fig. 5



Castrum, le jeu ; capture d'écran de la carte des sites du parcours

© Conseil départemental de l'Aude, 2019

Fig. 6



Castrum, le jeu ; capture d'écran de la frise historique se rapportant à la résistance des faidits, automne 1209

© Conseil départemental de l'Aude, 2019

- 57 L'autre voie est celle de la construction du site via le jeu type « jeu de craft »²⁸ qui consiste en la combinaison d'artefacts collectés au fil des étapes pour fabriquer de nouveaux objets (fig. 7). Les éléments collectés sont de toute nature : matériaux ou éléments naturels (terre, pierre, eau, filon d'argent...), plantes (orge, blé...) mais aussi personnages dotés d'attributs exploitables dans la combinaison avec d'autres éléments. Les éléments issus de combinaisons sont aussi de tous types : objets du quotidien, aliments, outils et éléments architecturaux. Tous permettent d'aménager le site, de la calade aux différentes enceintes fortifiées et aux aménagements propres à un site habité (maisons, jardins, culture agricole et élevage...). Cela se matérialise au fur et à mesure sur la carte du castrum (fig. 8).

Fig. 7



Castrum, le jeu ; capture d'écran de l'atelier de fabrication d'artefacts

© Conseil départemental de l'Aude, 2019

Fig. 8



Castrum, le jeu, représentation du *castrum* terminé à l'issue des 20 étapes à distance

© Small Bang, Oïkos, février 2019

- 58 Le jeu *in situ*, quant à lui, propose d'une part une quête pour collecter d'autres artefacts (annoncés au cours du jeu à distance) et d'autre part des mini-jeux qui mobilisent des mécanismes de jeu simples tels que puzzles, jeux des différences, jeux d'association, etc. À noter que l'un des jeux d'association est directement inspiré de la langue des signes spécifique aux moines du Moyen Âge, basé sur l'ouvrage en version numérique *Dieu, du pain et des signes*²⁹.
- 59 Les visuels du jeu présentent une unité dans les couleurs et les styles et des effets de variation d'ambiance (météorologique, lumière du jour, alternance jour-nuit) donnant du relief – et presque corps – au support du jeu.
- 60 Dans ses contenus, le jeu témoigne d'une abondante documentation, tant par les épisodes historiques relatés (les frises historiques relatent dix événements de la première moitié du XIII^e siècle) que par la densité et la profondeur historique de l'univers créé avec, par exemple, un total de 274 artefacts à obtenir dans l'atelier de fabrication. La réalisation des objets permet d'acquérir des connaissances sur les aliments consommés au XIII^e siècle, sur la fabrication d'étoffes et d'outils, ou sur la poliorcétique, l'art de mener un siège. Cela n'empêchant pas de s'autoriser quelques traits d'humour, en jouant sur la présence anachronique d'objets contemporains avec, par exemple dans l'atelier de fabrication (le jeu de craft), l'obtention d'une guitare électrique en associant un luth et un orage pour obtenir une guitare électrique ou un gilet jaune en combinant chasuble et genêt (fig. 9).

Fig. 9



Castrum, le jeu ; capture d'écran de l'obtention d'un gilet jaune dans l'atelier de fabrication en cours de jeu

© Conseil départemental de l'Aude, 2019

- 61 La narration des deux « pièces » du jeu *Castrum* est clairement ancrée dans l'histoire du catharisme sur le territoire du Pays cathare. Les textes font explicitement référence au catharisme et au contexte historique : il est question de la croisade, des croisés et de Simon de Montfort. Le joueur lui-même est un faidit, les autres personnages sont Zoc le troubadour ou Aude la guérisseuse, etc. Pour autant, le contexte historique comme les termes spécifiques ne sont pas clairement explicités, comme si l'expérience ludique devait suffire à comprendre les enjeux des statuts des personnages.

3. Systèmes d'acteurs et représentations

- 62 L'abondante documentation ainsi que les impressions que nous ont livrées nos interlocuteurs permettent d'avancer des hypothèses pour expliquer les écarts entre le projet initial et son résultat, à ce jour. L'ensemble du corpus et le contexte particulier dans lequel le projet s'inscrit depuis son origine offre aussi un fertile terrain d'analyse des jeux d'acteurs à l'œuvre dans le projet et au-delà, dans les représentations et les stéréotypes.

3.1. Parcours d'élaboration des discours de médiation

3.1.1. L'adaptation des méthodes pour satisfaire les ambitions

- 63 Le projet de ces applications est de créer deux outils complémentaires de médiation, de qualité et innovante, pour vingt sites avec, pour entrée, leur valeur patrimoniale. Comme nous l'ont confirmé nos interlocuteurs, la collectivité, en faisant le choix d'une application guide de visite unique plutôt que le développement d'une application par site visait à redonner un sens commun et à impulser une nouvelle dynamique au réseau de sites du Pays cathare, en remobilisant ses membres ainsi que les professionnels de la marque. Avec ces applications, le conseil départemental s'adressait aussi aux publics, touristes comme habitants. L'étendue du réseau et la disparité des sites en matière de médiation et de rapport au numérique et aux nouvelles technologies ont imposé, nous

confièrent nos interlocuteurs, de mener un travail de pédagogie auprès des propriétaires gestionnaires des sites et de réfléchir aux choix techniques afin de ne pas pénaliser les lieux sans accès gratuit à du wifi ou situés en zone blanche (pour le téléchargement des applications et/ou des parcours). En faisant le choix de deux applications valables pour les vingt sites, la collectivité affichait son choix de privilégier la voie d'une narration territorialisée commune. Un des objectifs était, comme précisé par nos interlocuteurs, d'augmenter la fréquentation des sites et le nombre de sites visités par les clientèles lors de leur séjour (entre 3 et 4 sites actuellement). Trois cibles de clientèles étaient visées : le public familial, les *milléniaux*³⁰ et les jeunes retraités CSP+. Le conseil départemental a également voulu proposer aux audois des outils modernes et ludiques pour découvrir leur territoire et son histoire. La volonté de la collectivité était que le produit soit scientifiquement irréprochable en termes de contenus et techniquement accessible au plus grand nombre.

- 64 Pour mener à bien ce projet, le conseil départemental s'est successivement fait accompagner, en 2015, pour établir un « scénario départemental transmédia pour la médiation culturelle des sites pôles du Pays Cathare », puis à partir de 2018 pour développer les applications guide et jeu. Small Bang et Oïkos ont été les deux agences retenues pour produire ces outils numériques. Elles ont réuni autour d'elles des équipes pluridisciplinaires aux compétences multiples : production (directeur de création, producteur exécutif, coordinateur de la production), éditorial (documentaliste, écrivaine), scientifique (12 personnes au total : archéologues, archivistes, conservateur du patrimoine, spécialistes thématiques) artistique (directeur artistique, illustrateur, graphiste), technique (développeur, tests), conseiller juridique. Pour satisfaire aux spécificités de ces produits numériques, des entreprises spécialisées ont également été sollicitées : développement informatique pour mobiles et de module technique de réalité augmentée, développement de jeu sous Unity (logiciel de création de jeux vidéo), traduction, enregistrement des audios multilingues. La collaboration entre les équipes de Small Bang et Oïkos et le conseil départemental a débuté en avril 2018 ; la date de livraison des applications était prévue en avril 2019. Dans les faits, la sortie officielle des applications a eu lieu le 29 mai 2019. La production s'est donc étalée sur 14 mois, durant lesquels les membres du réseau (propriétaires gestionnaires, agents, médiateurs) ont été sollicités pour participer à l'élaboration des contenus.
- 65 Cette phase de production a connu de nombreux ajustements entre les prévisions du conseil départemental et des prestataires et la réalité du terrain. Sans reprendre de façon exhaustive le calendrier de travail ayant mené à la sortie des applications, leur réalisation a rencontré des difficultés. Elles ont principalement porté, d'après les entretiens menés, sur les balades augmentées de tous les sites en raison des objectifs identifiés ci-dessus. Pour les surmonter, le commanditaire et les prestataires ont dû coconstruire une nouvelle méthodologie, adaptée à ce projet.
- 66 Le processus initial prévoyait une immersion de Small Bang et Oïkos dans chaque site avec une rencontre des acteurs des sites (gestionnaires, agents d'accueil, médiateurs). L'étonnante diversité des sites tant dans leur organisation que dans leur taille ou dans leur fréquentation conditionnent de fait leur rapport à la médiation de leur patrimoine et à sa valorisation touristique. La conception des applications devait donc parvenir à satisfaire les attentes des différentes parties, ou, du moins, à ne pas trop les contrarier. Ce travail de terrain était complété par d'abondantes lectures et des recherches documentaires. À partir des matériaux récoltés, les prestataires élaboraient une

proposition de visite, soumise à la relecture des agents des sites, de scientifiques et de la responsable des publics et de la médiation pour l'Acte II. Une fois validée, une écrivaine s'emparait de cette proposition et rédigeait les textes. Ce schéma de fonctionnement prévoyait ainsi un nombre limité d'allers-retours. Mais cette étape finale d'écriture des contenus des balades augmentées a bloqué et mis à mal le processus, démontrant la difficulté de passer d'une matière relativement brute à une matière littéraire.

- 67 Le processus a donc été repensé pour l'application guide. Le travail s'est organisé en ateliers – réunissant tous types d'acteurs (équipe éditoriale, experts, représentants de sites dont agents, médiateurs...) – durant lesquels les contenus, conçus et organisés au travers de tableaux de médiation, étaient collectivement travaillés. Durant plusieurs semaines, les équipes ont travaillé, quasi en huis clos, et ont passé en revue pour chacun des sites les contenus propres à chaque station des balades augmentées : de l'intention de visite à la dernière station qui ouvre vers les autres sites. Les contenus transversaux étaient également repris en parallèle. Pour mener à bien ce travail, des tableaux de médiation, un par site et par balade augmentée, ont été élaborés. Ils révèlent le travail de la médiation des savoirs pour un outil multimédia aux fonctionnalités technologiques propres. Ils décomposent les contenus de médiation et établissent les liens avec les modules technologiques et les autres contenus (fiches thématiques, fresques, etc.)³¹. Ces tableaux de médiation étaient remplis collectivement et validés par les différentes parties. Ils ont donc été l'outil indispensable pour structurer les contenus, dans le respect de la double injonction des médiations numériques, résidant dans la nécessité de faire communier qualité des contenus et pertinence de la technologie. Cette systématisation de composition d'un tableau de médiation par site a également eu pour résultats de conférer une homogénéité aux 20 balades et une cohérence à cette offre de médiation territoriale Pays cathare, évitant l'écueil d'une simple addition de visites.
- 68 Concernant le jeu, si l'équipe était plus réduite, la méthode adoptée visait à proposer successivement un projet de jeu puis à en préciser les contours et les contenus, en lien avec des *game designers* qualifiés. C'est ainsi qu'ont été produits des documents tels que *La bible des personnages*, proposée par l'équipe éditoriale du jeu et validée par le comité scientifique. Le scénario, qui est l'œuvre d'un scénariste et d'une romancière, est lié à des fonctionnalités. Celles-ci consistent en des « mécaniques » de jeu qui proposent des interactions ludiques dont les contenus ont aussi été soumis à validation scientifique, notamment en ce qui concerne le jeu de *craft* et la construction du *castrum*.
- 69 La réalisation des deux applications a nécessité la mise en place d'une méthode de travail spécifique pour produire et coordonner les équipes tout en respectant le principe de la validité scientifique des contenus, leur accessibilité par le public et leur adéquation avec les technologies. À l'issue de ce chantier colossal, ce sont donc au total près de cinquante personnes qui ont travaillé sur ces produits numériques auxquels il faut ajouter les cent cinquante contributeurs de l'Aude (agents, propriétaires et élus des sites) et les douze experts scientifiques qui ont apporté leur caution scientifique³².

3.1.2. L'application Pays cathare, le guide : des intentions à la réalité

- 70 Il est toujours intéressant de mesurer les écarts entre ce qui était initialement prévu et la réalité de ce qui a été réellement produit. La mesure de cet écart, souvent difficile à appréhender par manque d'indicateurs initiaux, a été facilitée par l'accès à l'offre

d'intervention de Small Bang et Oïkos³³. Dans cette traduction des intentions premières du commanditaire par les prestataires, la future application de découverte du Pays cathare est présentée d'emblée avec une « double dimension » : « un service pour assister l'utilisateur dans le choix de son séjour et l'organisation logistique de ses vacances » (au-delà des informations pratiques traditionnelles, l'application grâce à un générateur de parcours personnalisé serait en capacité de proposer des « parcours sur mesure » en fonction des préférences de chacun) et « un guide culturel pour découvrir le Pays cathare ».

- 71 L'envergure du futur outil numérique était posée et semblait répondre à l'enjeu de marketing territorial promu par la collectivité. Téléchargeable où que l'on se trouve, l'application était ainsi imaginée tout à fois comme un outil de promotion, de découverte, de conseil et d'information utilisable avant, pendant et après le séjour en Pays cathare. Cet « assistant digital », tel que qualifié par les prestataires, doit ainsi devenir l'allié idéal, le « facilitateur », le « compagnon » fidèle pour un séjour dans l'Aude. L'amplitude et la plurifonctionnalité de cet objet numérique semblent en faire une sorte d'outillage numérique idéal, hautement performant et en capacité de répondre aux attentes, besoins et appétences, ou supposés tels, de n'importe quel utilisateur.
- 72 Cet alliage d'offres et de services – culturels, patrimoniaux, touristiques, commerciaux – dans l'application projetée nécessitait de mettre en action deux jeux d'acteurs distincts : l'un pour les contenus du guide culturel des sites et du territoire, l'autre pour tous les aspects pratiques (informations pour le séjour, autres activités, événements, marque...).
- 73 La collectivité accompagnée de ses prestataires a su mobiliser, comme nous l'avons vu précédemment, les acteurs et les experts concernés afin de mener à bien la partie guide culturel réussissant ainsi le pari d'une médiation claire, riche et irréprochable en terme scientifique. Il en a été différemment pour la dimension « service », ce qu'ont déploré nos interlocuteurs. Deux facteurs pourraient être avancés pour justifier cet écart entre l'intention et le réalisé pour cette dimension « service » de l'application. Le premier est résumé par la tension de l'équation « temps, moyens, territoire » mentionnée par un de nos interlocuteurs c'est-à-dire un temps imparti pour le développement de l'outil numérique en grande partie accaparé par la dimension guide culturel, une faiblesse des moyens humains indispensables pour faire vivre et mettre à jour des informations pratiques et une envergure conséquente puisque territoriale. Le deuxième facteur évoqué vient du fait que n'a pas pu être enclenchée la dynamique de travail et d'organisation avec les acteurs concernés. Cette démarche design de services, par définition collaborative et créative, qui contribuait à la dimension innovante de l'outil n'a pas été mise en place et de fait a eu pour conséquence de réduire l'amplitude actuelle de l'application Pays cathare, le guide. Cette dimension « service » devant activer le caractère évolutif de l'outil avec des mises à jour régulières et des recommandations renouvelées d'activités, etc. était pourtant un des éléments essentiels de réponse à l'objectif d'attirer plus de clientèles sur le territoire. Actuellement, cette prestation numérique se matérialise par un simple renvoi sur le site de l'Agence de développement touristique en cliquant dans l'application sur « boutique en ligne ». L'ensemble des fonctionnalités de l'outil n'est donc pas pleinement exploité à ce jour mais ce constat n'est pas définitif. Le commanditaire

souhaite poursuivre le développement de l'application et les prestataires ont un contrat de maintenance jusqu'en 2022.

3.1.3. Des univers des applications à leur promotion

- 74 Les deux applications composent des univers narratifs et esthétiques cohérents et dans une même approche sensible. La communication pour les promouvoir a été confiée à une agence de conseil en communication, Les dissidents. Une identité commune aux deux applications a été créée, se déclinant sur les différents supports imprimés (dépliant et affiche) et numériques (sites internet du Pays Cathare, de l'agence de développement touristique de l'Aude « Aude Pays cathare, le sud a son histoire » et de la candidature Unesco « Les citadelles du vertige »³⁴) (fig. 10).

Fig. 10



Aude Pays cathare, visuel promotionnel des applications
© Conseil départemental de l'Aude, 2019

- 75 Ce visuel se présente sous la forme de photomontage avec un assemblage d'hommes et femmes d'âges différents en tenues contemporaines ou costumes d'époque. Un ours, un sanglier, et deux rapaces figurent aussi dans l'image. Le tout est réuni dans un décor de forteresse plantée sur un piton rocheux avec un ciel ombrageux dans lequel transparaissent des voûtes sur croisée d'ogives et d'où émanent des rayons de lumière. Pour les versions imprimées, viennent s'ajouter au pied du piton rocheux une illustration représentant une scène de bataille d'où émerge un chevalier en selle.
- 76 Ce qui frappe, c'est la distance entre les univers véhiculés dans ce visuel et ceux des objets numériques qu'il doit représenter et promouvoir. Disons-le d'emblée, lorsque l'on s'intéresse à l'environnement communicationnel des applications, plusieurs écarts

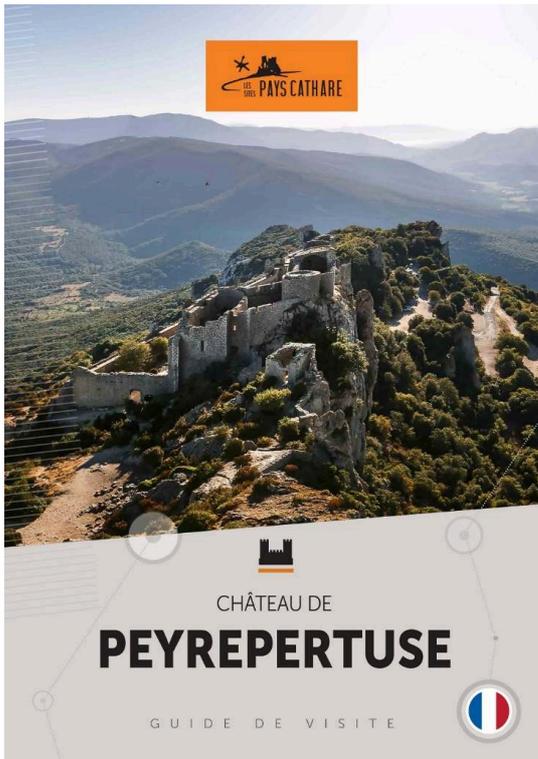
peuvent être relevés, qui portent sur les univers qu'ils convoquent. Si le contenu des deux applications est plutôt culturel et sérieux, l'identité graphique renvoie à un imaginaire fantastique qui relève de la *fantasy*. Si l'on prend l'application *Castrum, le jeu*, qui se veut ludique est à ranger dans la catégorie des jeux sérieux (*serious games*) qui sont de plus en plus utilisés tant dans les domaines éducatifs que culturels. Il est surprenant d'en faire la promotion avec une iconographie renvoyant aux séries télévisées à succès comme *Game of Thrones* ou à des films de cinéma comme *Le seigneur des anneaux*. L'identité graphique est composée comme ces films ou ces séries qui mettent en scène une ou des saga(s) familiale(s) confrontée(s) à des dangers multiples. Pour les animaux, on ne sait trop s'ils font aussi partie de l'histoire et du scénario des applications ou s'ils sont tout simplement les témoins d'un patrimoine naturel actuel des Pyrénées et des Corbières ? Et que dire de ce chevalier croisé au premier plan quand on sait que les applications n'insistent pas du tout sur les faits de guerre de la croisade albigeoise. Le faidit du jeu va construire un castrum ! Les amateurs d'action et de bataille seront donc déçus de ne croiser que des personnages pacifiques préoccupés par la reconstruction d'un village, des poètes d'amour courtois, une parfaite hérétique et un musicien-jongleur. On ne retrouve pas le gamin blond brandissant une épée de la promesse publicitaire ni la musique grandiose du film de présentation proposé sur le site web de promotion des applications Pays cathare.

- 77 La communication accompagnant les applications est marquée par une emphase, discursive – finalement assez fréquente en communication – qui promet une « expérience interactive et immersive au cœur du Pays cathare » et qui s'accompagne de tout un vocabulaire grandiloquent sur le caractère unique et incontournable des sites. Ces propos exagèrent la dimension épique des sites, lesquels, sans les dispositifs d'accompagnement à la visite et les explications qui permettent de reconstituer l'histoire des lieux, pourraient se résumer à un ensemble de ruines médiévales, si bien conservées soient-elles. Cette exagération discursive se retrouve en partie dans l'application guide où chaque « lieu d'exception » puis chaque balade sont titrés et sous-titrés selon ce mode. Le discours communicationnel déployé autour des applications, marqué par le slogan-promesse : « Pays cathare, vous allez vivre ce que vous allez voir ! » est finalement moins éloigné de la proposition des applications que le visuel. Il est conforme à la démarche, revendiquée par les concepteurs des contenus de l'application guide, de partir d'une accroche/approche sensorielle pour entraîner le visiteur à la découverte des lieux et de leur histoire.
- 78 En explorant l'environnement communicationnel des applications, nous avons aussi consulté le site internet du réseau Pays cathare. Vitrine du réseau, ce site est porté par l'agence de développement touristique de l'Aude, association partenaire du conseil départemental qui « fédère, informe et stimule les acteurs audois du tourisme », et met en œuvre la politique touristique du conseil départemental, notamment en « promouv[ant] la destination Aude Pays cathare »³⁵. Si ce site met en avant « les 22 sites du Pays cathare », il possède une page dédiée aux « applis », dans laquelle il invite à les télécharger pour « Suiv[re] la voix qui vous emmènera visiter 20 monuments majeurs du Pays Cathare et ouvr[ir] grand [les] yeux... ». Le réseau Pays cathare tel que présenté sur ce site internet a donc deux membres de plus que celui des applications : le musée du catharisme de Mazamet et le château d'Usson. Aussi, on note parmi les lieux des différences dans les appellations pour Lagrasse et Carcassonne. Ces

différences, contrairement à la valorisation du Pays cathare comme ensemble construit et cohérent, brouillent la compréhension que l'on a du territoire *a priori*.

- 79 De plus, ce site internet présente un graphisme différent de celui des applications, mais proche sinon similaire à celui d'un support de médiation papier communiqué par le conseil départemental : le guide de visite (fig. 11, 12) de chaque site, destiné à se substituer aux *Repères culturels* créés au début des années 1990.

Fig. 11



Guide de visite imprimé de Peyrepertuse, page de garde
© Conseil départemental de l'Aude, 2019

Fig. 12



Guide de visite imprimé de Peyreperthusse, dernière page avec le plan et les informations pratiques

© Conseil départemental de l'Aude, 2019

- 80 Ces nouveaux dépliants – en cours de déploiement – sont disponibles *in situ*, délivrés en échange de l'achat d'un billet d'entrée, ou téléchargeables en ligne³⁶. La confrontation avec les applications révèle, là encore, des écarts entre la volonté revendiquée et prônée de renforcer l'unité de l'offre. Leur graphisme et leur esthétique se distinguent de ceux des applications, comme si ces offres de médiation étaient décorréliées. Enfin, si le site internet du Pays cathare est indiqué, il peut apparaître surprenant qu'aucune mention ne soit faite des applications.

3.2. Documenter des représentations

- 81 Notre approche infocommunicationnelle, dont le principal objectif était de démontrer les mécanismes à l'œuvre dans le processus de médiation, a permis de mettre au jour des systèmes d'acteurs et d'institutions mais aussi des couches de discours et des ensembles documentaires. Si les relations parfois complexes entre les nombreux acteurs du projet ont été relativement faciles à observer, il semble qu'un des résultats majeurs de notre enquête est justement d'avoir pu repérer et étudier des documents qui traditionnellement restent dans l'ombre. Nous avons en effet rappelé dans la première partie combien la production documentaire était importante et presque inhérente au processus de patrimonialisation. Celle-ci est aussi un processus de documentarisation.

3.2.1. Tableau synthétique des ensembles documentaires et des couches de discours

- 82 Le premier ensemble documentaire de notre typologie (que nous synthétisons dans un tableau à la fin de ce paragraphe) est celui que les scientifiques utilisent et produisent. La documentation scientifique se compose des sources historiques et des écrits des historiens. Avec les archéologues, ils travaillent sur des sources (les archives médiévales et les vestiges archéologiques dans notre étude) et sont les auteurs d'une production documentaire scientifique abondante (dans les colloques, les revues et les livres scientifiques). Ce travail des historiens est bien connu des spécialistes historiens³⁷. Il aboutit à la production de discours d'interprétations de l'histoire qu'on appelle des historiographies. C'est aussi dans ce premier ensemble documentaire qualifié de scientifique que prennent racine les mythes et les légendes que les historiens eux-mêmes tentent de supprimer. Pourtant, et on le verra plus bas, historiographie et mythographie sont liées.
- 83 À partir de ce premier ensemble documentaire, scientifique, un deuxième se déploie dans les médias par un discours de vulgarisation qui puise dans les historiographies et les mythographies : des expositions ou des magazines spécialisés expliquent et diffusent ces savoirs tandis que des fictions, inspirées de ces savoirs, inventent des romans, des séries et des films. Les contenus avérés se voient confrontés à des contenus inventés. C'est alors que les idées reçues et les stéréotypes se déploient largement dans les médias. Rappelons ici que les historiographies d'hier (des contenus avérés) sont souvent considérées comme les idées reçues d'aujourd'hui. Les historiens d'hier sont donc aussi parfois des producteurs de mythographies, ce qui explique entre autres pourquoi les mythes et les stéréotypes persistent dans le temps. En effet, les vulgarisateurs s'appuient sur les productions scientifiques anciennes qui ont bénéficié d'une circulation plus importante dans les circuits de distribution médiatique. Il est effectivement souvent difficile d'accéder aux dernières avancées de la science historique sauf à fréquenter soi-même les colloques ou à lire les supports spécialisés. On constate donc un décalage temporel entre la production scientifique et sa traduction médiatique. Il semble que ce soit en partie ce qui s'est passé pour le travail de médiation dans ces applications. Les références historiques ont été fournies par les archivistes des archives départementales de l'Aude et les historiens proches de l'ancien Centre d'étude cathares de l'Aude. Le travail scientifique des années 1990-2000 a eu le temps d'être diffusé et intégré dans les supports de vulgarisation. Ces derniers nécessitent en effet une présentation claire de l'histoire et ne peuvent faire état des polémiques historiographiques. C'est ainsi par exemple qu'on ne mentionne pas, dans les applications, les débats suscités par les chercheurs australiens ou américains et diffusés en 2016 dans le n° 430³⁸ de la revue *L'Histoire* ou en 2018 par l'exposition de Montpellier, *Les cathares, une idée reçue*³⁹.
- 84 D'autres documents de communication (site internet, affiches, dépliants, communiqués de presse) complètent cette catégorie de la documentation médiatique. Ils nous ont permis d'observer de nouveaux changements sous forme de détournement du discours scientifique dans un discours médiatique jouant de toutes les ficelles de la communication publicitaire. Ce qui a permis de développer un nouveau cycle de circulation de stéréotypes. C'est ainsi que l'image créée par l'agence Les dissidents mobilise les principaux clichés du médiévalisme contemporain en composant un tableau avec l'inévitable chevalier croisé surmonté d'une série de personnages

renvoyant aux sagas des romans et séries télévisées comme *Game of Thrones* ou *Kaamelott*.

- 85 Un troisième ensemble documentaire, celui que nous qualifions de documentation de médiation ou de médiation documentaire est issu de la documentation scientifique. Le même processus de traduction, de simplification ou d'interprétation de l'histoire est à l'œuvre mais va se déployer dans des dispositifs conçus pour expliquer et partager. Ces outils de médiation qui reposent en partie sur la documentation mise en scène sur différents supports ou média ont nécessité en amont la production d'un ensemble documentaire habituellement invisible que nous avons qualifié de documents intermédiaires de travail. Ce sont tour à tour le commanditaire et les prestataires qui ont créé cette documentation que nous avons exploitée pour comprendre le processus de création de la médiation et constater les écarts entre les intentions de départ et le produit fini des applications.

Tableau synthétique des documents et des discours

Ensembles documentaires	Couches de discours
Archives historiques et sources médiévales	Discours scientifiques pluriels (historiographies)
Production scientifique : livres et articles scientifiques, actes de colloque, catalogues de musées...	Vulgarisation du discours scientifique : source du discours de médiation
Production de vulgarisation : expositions, magazines, Production de fictions (romans, TV, cinéma)	Discours médiatique comme hybridation du discours scientifique vulgarisé et des mythographies
Documents intermédiaires de travail	Discours de médiation
Documents (objets) de médiation (applications, plan-guide)	Discours de médiation
Documents de communication	Discours médiatique

- 86 Si les documents historiques et les supports de communication, objet et résultat du discours scientifique et du discours médiatique sont plus connus et ont fait l'objet de nombreuses recherches en histoire et en SIC, il est plus rare d'observer les documents intermédiaires de travail aboutissant au discours de médiation incarné dans les objets ou dispositifs numériques de médiation. Notre enquête a permis de lever le voile sur la boîte à outil, les coulisses de la médiation montrant le processus de création et les systèmes d'acteur et d'institution et sur la nécessité d'élaborer (ici, en cours de projet) une méthodologie adaptée.
- 87 À ce propos Yves Jeanneret rappelait en 2008 que les SIC s'emploient à faire apparaître que rien n'est transparent. Derrière l'immédiateté des objets, il y a des intermédiaires, des passeurs. Il faut donc refuser une approche immédiate, transparente ou absolue de la culture et faire des efforts pour faire apparaître, distinguer, décrire tous les

intermédiaires de la communication⁴⁰. C'est ce que nous avons tenté de faire à partir de l'exemple de ces deux applications numériques du « Pays cathare ».

3.2.2. Historiographies et mythographies

- 88 Dans cette quête des processus et des intermédiaires de la communication, un long travail de documentation nous a plongés dans cette immensité complexe de l'histoire des cathares et de l'Occitanie médiévale. Quand on n'est pas soi-même historien, il est difficile d'imaginer la face cachée du métier, celle des hypothèses et des controverses, du lent travail de déchiffrement des archives et de leurs interprétations multiples. On comprend petit à petit que les hérésies et donc le catharisme sont un sujet d'histoire médiévale bien documenté. Les historiens ont à leur disposition un ensemble de sources médiévales conservées dans les dépôts d'archives historiques. La critique historique consistant à présenter et authentifier la forme des documents (des parchemins, des codex, etc.) et à interpréter leur contenu pour établir des faits, des mentalités, des organisations du passé. Comme le souligne Anne Brenon, historienne chartiste, spécialiste du catharisme, le rôle de l'historien est de permettre ainsi de « dégager le réel des gangues de mythe et d'oubli »⁴¹.
- 89 Les premiers discours d'histoire sur le catharisme surviennent dès la fin du XIX^e siècle, à une époque où l'histoire est encore événementielle et davantage préoccupée des grands personnages et des institutions (l'État, l'Église). C'est aussi à cette époque que les mythes et l'ésotérisme cathares se forment. Le catharisme est alors présenté sous le jour le plus noir et le moins chrétien possible insistant sur ce que l'on considère aujourd'hui comme des poncifs, des idées reçues ou des stéréotypes. Le folklore catharisant présente par exemple « des nuées de prédicateurs itinérants, sorte de routards ou de gyrovagues, toujours sur les chemins, bâton en main, prêchant de village en village »⁴². La recherche historique ne cesse d'avancer et de proposer des interprétations différentes en relisant et critiquant sans relâche ces sources qui ne peuvent être abordées de façon littérale (et donc critiquer leur valeur et leur authenticité).
- 90 C'est à partir des registres d'Inquisition redécouverts dans les années 1970 que les historiens peuvent mettre au jour, grâce à un renouveau de la méthodologie, les conditions de la vie des populations occitanes aux XIII^e et XIV^e siècles, dans une approche renouvelée des sources. Le livre d'Emmanuel Le Roy Ladurie est à cet égard exemplaire. *Montaillou, village occitan*, paru en 1975 est entièrement fondé sur le registre d'inquisition de Jacques Fournier, évêque de Pamiers de 1318 à 1325, publié et commenté par Jean Duvernoy en 1977-78. L'année suivante, en 1979, les *cahiers de Fanjeaux*, font le point sur ce renouveau de l'*Historiographie du catharisme*. C'est ainsi que certains des premiers stéréotypes sont corrigés par cette nouvelle historiographie bien représentée par un réseau d'historiens animé pendant une vingtaine d'années entre 1982 et 1999 par Anne Brenon et le centre d'études cathares (CEC) à Carcassonne. Et on comprend que les « prédicateurs parfaits et girovagues » n'existaient pas vraiment ou seulement dans l'imagination de leurs contradicteurs – ou de leurs inventeurs. Au contraire, les bons hommes et les bonnes femmes semblaient bien intégrés dans les villages, établis dans des maisons religieuses. Pour les chercheurs du CEC, L'Église cathare possédait une organisation spécifique essentiellement préoccupée du salut des âmes des habitants des *castra* occitans.

- 91 Ces quelques lignes sur la documentation historique et le discours scientifique que les historiens produisent, illustrent les étapes de l'institution du phénomène cathare comme patrimoine. Les historiographies successives, complétées dans les années 1990 par l'apport de l'archéologie monumentale (la castellologie) et la fouille de villages abandonnés, ont déterminé l'existence du monde d'origine des cathares (du XI^e au XIV^e siècle) et les conditions de leur disparition. Les nombreuses publications scientifiques ont permis au phénomène cathare d'exister de nouveau dans notre présent après une rupture mémorielle de plusieurs siècles. Au-delà des manuscrits, ce sont les éléments les plus visibles dans le paysage, les châteaux, les villages castraux et les abbayes cisterciennes ou dominicaines qui deviennent les représentants de ce monde médiéval. Ces monuments changent de statut par le nouveau regard porté par la société : de militaire ou religieux, ils deviennent du patrimoine. Il s'agit alors de faire partager au plus grand nombre ces connaissances accumulées.
- 92 Les dispositifs de médiation du patrimoine, qu'il s'agisse de visites guidées, de dépliants imprimés ou d'applications mobiles, s'inscrivent dans le processus de patrimonialisation. À la fois aboutissement et perpétuation de la patrimonialisation, qu'ils consacrent par la diffusion de la connaissance sur l'objet de patrimoine, ils en assurent aussi le renouvellement et alimentent à leur tour l'ensemble documentaire sur l'objet. Dans le cas du Pays cathare, les contenus des applications sont donc de fait agrégés au corpus documentaire sur le sujet.

3.2.3. Dire et illustrer un catharisme contemporain

- 93 Depuis que le conseil départemental de l'Aude s'est saisi du mot cathare pour désigner son territoire (en distinguant un « pays ») et le qualifier de « Pays cathare » en insistant sur une identité supposée à travers un programme de développement touristique et économique, un ensemble de mots est passé de la sphère érudite de l'histoire à la sphère institutionnelle et à la sphère médiatique. La circulation des mots entraîne inévitablement des changements de perception voire d'acception. Un petit tour d'horizon semble nécessaire pour comprendre ces passages du discours scientifique de l'histoire en général ou de sciences plus spécialisées, la castellologie, la théologie ou la philologie au discours médiatique. Nous verrons aussi comment ces mots ont été utilisés, ignorés ou détournés dans le discours de médiation des deux applications numériques et des plans-guides de visite de notre corpus.
- 94 **Cathare** : Ce terme n'est pas utilisé dans les documents du Moyen Âge. Les hérétiques du Midi n'ont donc pas de nom ! Les cathares sont-ils alors une idée reçue, un mythe de l'histoire médiévale ? C'est en tout cas ce qu'affirment les historiens médiévistes de l'université de Montpellier en 2018 dans une exposition présentant les résultats de 20 ans de recherche universitaire sur l'hérésie⁴³. Les médiévistes spécialistes de ces questions continuent parfois de parler de « cathares » par commodité de langage, tout en sachant que les sources ne les désignent pas ainsi. Mais cela contribue à faire circuler le mythe et toutes sortes de courants ésotériques ou mystiques.
- 95 Le mot « cathare » est utilisé pour la première fois au Moyen Âge dans un texte allemand de 1163. Un moine bénédictin appelé Eckbert l'invente pour qualifier des hérétiques qu'il aurait connus près de Cologne. Eckbert décrit alors ces hérétiques comme des dualistes (ils croiraient aux principes du Bien et du Mal) et ils auraient leurs propres Églises apostoliques organisées autour d'évêques.

- 96 Si la réalité historique est toujours discutée, Les cathares ont une existence triviale (c'est à dire circulante au sens de Jeanneret) depuis le XIX^e siècle. Dans les années 1960-70, « l'épopée cathare » fait l'objet d'un renouveau de popularité et d'un engouement grandissants⁴⁴. Depuis les années 1990, le programme de développement territorial de l'Aude impose le mot comme une marque. Il est utilisé comme un nom ou un adjectif courant dans les deux applications.
- 97 **Catharisme** : D'après l'historiographie du CEC qui insiste sur les mots de la théologie (dualisme, Église cathare, hérésie, inquisition, bûcher, parfait, albigeois, bon homme, bonne femme, bons chrétiens, *consolament*, croisade etc.), ce mouvement religieux se déploie entre les XI^e et XIII^e siècles en Occitanie⁴⁵ sur les territoires historiques du comté de Toulouse et du Languedoc, où « la permissivité de la société médiévale permet aux cathares de se développer et de s'intégrer »⁴⁶. Ces chrétiens, qui se nomment eux-mêmes bons hommes et bonnes femmes, alors que leurs détracteurs les appellent Parfaits ou Albigeois, fondent leur enseignement sur le Nouveau Testament. Ils s'installent dans les villages où « ils ouvrent des maisons accessibles à tous, permettant un apostolat de proximité »⁴⁷, en pratiquant le rituel du *consolament*, sorte de baptême permettant le salut de l'âme.
- 98 « C'est ainsi, de l'intérieur, que la société de bon nombre de bourgades occitanes, les castra, s'est imbibée du christianisme cathare, devenu une affaire de famille et de bons voisinages »⁴⁸. Et c'est dans ce contexte que la noblesse locale soutiendrait avec ferveur ce mouvement religieux hétérodoxe, condamné par l'Église catholique. Le pape Innocent III lance l'élimination des frondes hérétiques et la croisade contre les Albigeois⁴⁹. De 1209 à 1229, la guerre affaiblit les communautés cathares qui deviennent clandestines. L'Inquisition méridionale, instituée en 1233 par la papauté, mettra fin à cette chrétienté qui dérangeait trop l'Église du pouvoir, en condamnant les hérétiques à la prison ou au bûcher. En 1321, le dernier cathare Guilhem Bélibaste est brûlé à Villerouge-Termenès, marquant « la fin des Églises cathares occitanes »⁵⁰.
- 99 Ce rappel de l'historiographie des années 1990 (plutôt celle du CEC) ne traduit pas les débats actuels entre historiens qui continuent à polémiquer entre eux. Le discours de médiation est toujours en décalage avec l'historiographie la plus récente. La mobilisation des historiens-archivistes de l'Aude explique aussi ce choix éditorial. Le commanditaire, le conseil départemental de l'Aude a donc mobilisé ses propres services culturels compétents, les archives départementales de l'Aude.

Les mots de la castellologie et de la féodalité

- 100 **Castrum** : petite unité de peuplement secondaire, village occitan rassemblant des paysans et des artisans auprès d'un seigneur ou de plusieurs co-seigneurs. Ce mot désigne, dans l'Europe médiévale méridionale, un village fortifié, un village castral dont les maisons sont regroupées en cercles concentriques autour d'une tour féodale. Ce n'est pas un château fort comme on peut l'imaginer avec des tours, des remparts et des créneaux, etc. mais un noyau de vie intégré dans l'organisation féodale occitane. On est loin du spectaculaire et anachronique "château cathare". Mais c'est le choix qui a été fait dans l'application *Castrum, le jeu* : proposer aux utilisateurs-joueurs de découvrir cette période troublée du XIII^e siècle autrement que par le biais des spectaculaires et stéréotypés chevalier croisé, religieux inquisiteur ou gentil croyant cathare.

- 101 **Château** : c'est un mot important quand on évoque le Moyen Âge car il fait partie de l'imaginaire « médiévalisant ». Le château fort dont le modèle est le château du Louvre construit par Philippe Auguste au début du XIII^e siècle (le fameux modèle philippin d'après les castellologues). Les châteaux « cathares » de l'Aude sont justement des châteaux forts. Si le qualificatif est impropre car ce ne sont pas les cathares qui les ont construits mais au contraire les représentants du Roi de France, il n'en demeure pas moins que ce sont de magnifiques exemples de la construction militaire médiévale. L'ambiguïté provient donc d'une mauvaise compréhension ou plutôt d'un raccourci hâtif ou d'une simplification médiatique. Bien que les historiens et les médiateurs s'évertuent à casser cette idée reçue du « château cathare », la presse actuelle continue à les désigner ainsi !⁵¹

Les mots de la philologie et des textes littéraires

- 102 **Faidits** : mot occitan désignant dans les textes les seigneurs et les chevaliers languedociens dépossédés de leurs terres pendant la croisade et résistant aux armées capétiennes. Ces seigneurs vivent dans les *castra* languedociens et possèdent les terres et les tours féodales, pour ne pas dire les châteaux (pas ceux qu'on appelle cathares désormais mais des constructions fortes qui les précédaient et qui ont souvent disparu depuis). Cette appellation est plutôt utilisée dans les textes littéraires hostiles aux cathares, comme la première partie de *La Canso*. Qui dit château, dit chevalier et princesse dans l'imaginaire « médiévalisant » contemporain. Transposé au contexte occitan, on a donc des *castra*, désertés par des *faidits*, composant des poèmes à leurs dames. Le mot a été puisé dans le registre scientifique et mis à l'honneur dans le jeu. C'est un exemple du passage réussi du scientifique à la sphère médiatique contrairement au mot suivant, *paratge* qui reste recouvert de mystère.
- 103 **Paratge** : dans la langue des troubadours, le mot symbolise l'ensemble des valeurs de ce qu'on peut appeler la civilisation occitane médiévale. Dans la deuxième partie de *La Canso*, celle de l'anonyme proche du comte de Toulouse et donc pro-cathare, le mot est utilisé pour désigner cette égalité native des cœurs épris d'amour et de poésie qui serait la caractéristique de cette société occitane d'avant la croisade contre les Albigeois, au XII^e siècle, souvent présentée aujourd'hui comme un paradis perdu. Ce mot n'est pas vraiment traduisible en français tant il semble correspondre à une réalité complètement disparue que la philologie nomme *fin amor*, c'est à dire, l'amour courtois, la poésie des troubadours. Le troubadour étant le poète qui compose, à ne pas confondre avec le jongleur qui peut déclamer au moment du banquet au château.
- 104 Le mot *paratge* renvoie à une notion le plus souvent extrapolée et surinterprétée dans l'historiographie occitaniste. Présente dans les premières versions du jeu, elle a été gommée suite aux commentaires des historiens qui ont suggéré de ne pas rajouter un stéréotype supplémentaire.

Conclusion

- 105 Comme l'exposition ou la visite guidée, l'application numérique est un dispositif rassemblant des connaissances en vue d'en assurer la diffusion. C'est aussi un espace de reformulation des savoirs de toute nature, historiques, fictionnels, mythologiques. Le cadre des sciences de l'information et de la communication a permis de compléter le

cadre historiographique et mettre au jour les processus de patrimonialisation, de documentation, de médiation comme autant de processus de communication mettant en scène des acteurs sociaux, des dispositifs sémio-techniques, des points de vue et des savoirs hybridés.

- 106 À partir d'une offre de médiation circonscrite à deux applications mobiles, grâce à l'exploration et à la collecte de documents et de témoignages, nous avons pu retracer le processus de création qu'il fallut mettre en place pour surmonter les difficultés. Car si les applications constituent des outils de médiation patrimoniale numérique de grande qualité, elles peinent à tenir leurs promesses en termes d'offre de services.
- 107 Les recherches effectuées ont aussi révélé la multiplicité des entrées possibles sur le territoire numérique du Pays cathare et, concomitamment, la complexité de la répartition des missions relevant des valorisations du patrimoine et du territoire entre les organisations habilitées. Enjeu de développement territorial par le tourisme mais relevant intrinsèquement du domaine culturel, le patrimoine comme héritage « cathare » est ici également au cœur de débats historiques et historiographiques, alors que la marque territoriale reste très prudente sur ses origines et laisse à chacun le soin de lui attribuer celles qu'il souhaite.
- 108 Au final nous pouvons qualifier d'exemplaires ces deux applications de produit de médiation patrimoniale territoriale. Il est rare en effet de voir l'histoire aussi bien traitée et respectée jusque dans ses doutes dans un produit de médiation culturelle. L'utilisation des stéréotypes et des imaginaires, combinée au respect de la complexité des historiographies aboutissent à un dispositif de médiation numérique respectueux des publics. Perfectible dans son volet touristique et économique, il témoigne néanmoins d'une exigence méthodologique et d'une recherche constante de qualité dans la production des contenus. Si notre enquête a permis de produire une typologie des documents et des discours mobilisés ainsi que de mesurer des écarts entre les intentions du commanditaire et le résultat livré, il reste maintenant à interroger les publics et à mesurer leur réception.

BIBLIOGRAPHIE

AUSSAGUEL, François. L'histoire au service du territoire : l'exemple du Pays Cathare. *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, 2012, n° 74.

BEAUNE, Colette. *Jeanne d'Arc vérités et légendes*. Paris : Perrin, 2008, 237 p.

BOURIN, Monique et SCHNEIDER, Laurent (dir.). « Châteaux, palais et tours : pouvoirs et cultures dans l'Occitanie médiévale ». *Patrimoines du Sud*, 2019, n° 10 [en. ligne]

BRENON, Anne et TONNAC, Jean-Philippe de. *Cathares, la contre-enquête*. Paris : Albin Michel, 2008, 424 p.

CAUCANAS, Sylvie. « Patrimoine et tourisme culturel dans l'Aude ». Colloque Medioevo reale medioevo immaginario (Moyen Âge réel, Moyen Âge imaginaire), 26 et 27 mai 2000. Italie : Turin, 2000.

CHÂTELET, Valentine. « Application mobile de médiation patrimoniale et innovation : analyse de la mise en scène des marbres des Pyrénées à Versailles ». *Sciences de la société*, 2019, n° 99, p. 87-106 [en ligne].

CHÂTELET, Valentine. « Du guide multimédia à l'expérience patrimoniale ». In GONOT, Antoine ; SAPIÉGA, Jacques ; DENIS, Sébastien (dir.). *Arts numériques, narration, mobilité*. Paris : Presses universitaires de France, 2016, p. 105-117.

CHÂTELET, Valentine. *Nouvelles technologies et valorisations d'un patrimoine : les marbres, des Pyrénées à Versailles*. Volume de texte. Thèse de doctorat, Université Toulouse 2, 2016, 419 p.

DELSALLE, Paul. *Les documents historiques*. Paris : Ophrys, 2000, 173 p.

FLON, Émilie. « Introduction au dossier Tourisme et médiations des patrimoines ». *Culture & Musées*, 2014, n° 23, p. 13-20 [en ligne].

FRAYSSE, Patrick. « Illustrer Jeanne d'Arc dans le Midi : circulation des signes johanniques et échos toulousains ». In AMALVI, Christian, DERAMOND, Julie (dir.). *Jeanne d'Arc au Midi. Jeanne d'Arc entre la terre et le ciel du Midi, Regards méridionaux sur la bonne Lorraine*. Paris : Michel Houdiard Éditeur, 2012, p. 232-243.

FRAYSSE, Patrick. « Le recours au document dans le numérique de médiation : entre usages et pratiques ». *Revue française des Sciences de l'information et de la communication*, juin 2019, n° 16 [en ligne].

GARCIA, Marie-Carmen et GENIEYS, William. *L'invention du Pays Cathare : essai sur la constitution d'un territoire imaginé*. Paris : L'Harmattan, 2005, 142 p.

GARDEL, Marie-Élise. *Vie et mort d'un castrum. Cabaret, archéologie d'un village médiéval en Languedoc (XI^e-XIII^e siècles)*. Cahors : L'Hydre éditions, 2004, 122 p.

GIS HéPoS. « Exposition Les cathares, une idée reçue ». *Hérésie, pouvoirs et sociétés, le carnet du GIS HéPoS*, 23 juillet 2018 [en ligne].

GREFFE, Xavier. *La trace et le rhizome : les mises en scène du patrimoine culturel*. Québec : Presses de l'Université du Québec, 2014. 205 p.

JEANNERET, Yves. *Critique de la trivialité : les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris : Éditions Non Standard, 2014, 765 p.

JEANNERET, Yves. *Penser la trivialité, vol 1 la vie triviale des êtres culturels*. Paris : Hermès Lavoisier, 2008. 266 p.

JEANNERET, Yves. *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Villeneuve-d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, 2007, (Les savoirs mieux ; 23), 200 p.

JEANNERET, Yves. *Écrire la science : forme et enjeux de la vulgarisation*. Paris : PUF, 1994, 398 p.

RIEGL, Alois. *Le culte moderne des monuments. Son essence et sa genèse*. Paris : Éditions du Seuil. (Collection Espacements), 1984, 122 p.

SAINT-LOUP, Aude de ; DELAPORTE, Yves ; RENARD, Marc. *Gestes des moines, regard des sourds*. Rencontres. Nantes: Siloë, 1997, 95 p.

TILDEN, Freeman. *Interpreting our heritage*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 1957, 170 p.

NOTES

1. - DAVALLON, 2006.
2. - DAVALLON, 2018.
3. - DAVALLON, 2018, p. 18.
4. - D'abord dans une série d'articles publiés dans la *Dépêche du Midi* pendant l'été 1966, repris dans un ouvrage qui porte ce titre. 1966 est aussi l'année qui a vu la première diffusion (en mars) du docu-fiction *Le drame cathare* dans l'émission *La caméra explore le temps*.
5. - De très nombreux travaux scientifiques ont créé des domaines de recherche liés à la castellologie (la science des châteaux) et à la poliorcétique (la science des sièges de châteaux). Un numéro récent de la revue *Patrimoines du Sud* (n° 10, 2019), dirigé par Monique Bourin et Laurent Schneider, fait justement le point en 2019 sur les châteaux, les palais et les tours dans l'Occitanie médiévale.
6. - GARDEL, 2004.
7. - FRAYSSE, 2012.
8. - BEAUNE, 2008, p. 11.
9. - BEAUNE, 2008, p. 15.
10. - JEANNERET, 2014, p. 143.
11. - JEANNERET, 1994.
12. - RIEGL, 1903.
13. - GREFFE, 2014.
14. - FLON, 2014.
15. - Rattachée à la DATAR (Délégation interministérielle à l'aménagement du territoire et à l'attractivité régionale), la Mission Racine est créée en 1963 par l'État pour conduire de grands travaux d'infrastructure en vue de développer le littoral du Languedoc-Roussillon (création de stations balnéaires, ports...). Elle a fonctionné jusqu'en 1983.
16. - GARCIA, CENIEYS, 2005.
17. - CAUCANAS, 2000.
18. - Les 19 sites sont : les châteaux de Peyrepertuse, Quéribus, Termes, Aguilar, Lastours, Saissac, Arques, Puilaurens, Villeroque-Termenès. La Cité de Carcassonne. Les abbayes de Caunes-Minervois, Fontfroide, Villelongue, Lagrasse, Saint-Hilaire, Saint-Papoul, Alet-les-Bains. Les musées du Quercob à Puivert et le musée du catharisme à Mazamet (Tarn).
19. - Cette équipe est composée de CRP Consulting, Sylvie Couralet, François Cadeau, Architecture & Paysage.
20. - CHÂTELET, 2016, p. 110.
21. - JEANNERET, 2007, p. 80 et ss.
22. - CHÂTELET, 2019, p. 88.
23. - CHÂTELET, 2016, p. 189.
24. - TILDEN, 1957, p. 95-98.
25. - Le magasin d'applications en ligne « Appstore » désigne par « distributeur » l'entité qui a mis en ligne l'application. Google Play parle seulement de « développeur » ou d'« éditeur ».
26. - Small Bang et Oïkos, *Les chemins de la curiosité*, 2019.
27. - Le dossier de presse met en avant les thèmes suivants : « moines et convers / l'ordre dominicain / l'ordre bénédictin / la procédure inquisitoriale / abbaye, lieu de production / rythmes de la vie monastique / la langue des signes dans les abbayes / le travail chez les cisterciens / la congrégation de Saint-Maur / clergé régulier et clergé séculier / Benoît de Nursie, Benoît d'Aniane et le renouveau bénédictin / la congrégation clunisienne / donations et salut par procuration / l'ordre franciscain / Dominique de Guzman / les charges dans une abbaye : abbé, cellérier, chantre / les ordres religieux ».

28. - L'appellation « jeu de craft » désigne ce type de jeux qui nécessitent de combiner des éléments.
29. - SAINT-LOUP (version numérique). Néanmoins on peut s'interroger ici sur l'utilisation de ce langage dans le jeu et regretter qu'une traduction accessible et inclusive n'ait pas été prévue pour les publics malentendants d'aujourd'hui.
30. - « Millénial/aux » désigne les personnes nées dans les années 1980 et 1990, considérés comme « geeks » dans le sens d'adepte des nouvelles technologies, par l'un de nos interlocuteurs.
31. - Un tableau de médiation décrit, pour chaque étape de chaque balade : l'accroche sensorielle, l'angle de narration, le choix de l'information majeure et d'éventuelles informations secondaires (autres informations ou clés de lecture pouvant renvoyer aux fresques ou aux fiches thématiques), des détails ou des anecdotes.
32. - Les compositions détaillées des équipes sont disponibles en ligne, sur les pages dédiées aux applications sur le site de Small Bang :
Smallbang, Pays Cathare, le guide de visite, en ligne [consulté le 31 mars 2020]
Smallbang, Castrum, le jeu, en ligne : <http://smallbang.fr/castrum.html> [consulté le 31 mars 2020].
33. - Small Bang et Oïkos, Mémoire technique. Offre définitive. Développement d'outils numériques dans le cadre de l'Acte II du Pays cathare. Février 2018.
34. - Le site internet en soutien à la candidature Unesco a gardé le nom Citadelles du vertige malgré la nouvelle appellation Les sentinelles de montagne pour le classement en cours.
35. - CD11. Page dédiée à l'agence de développement touristique sur le site internet du département de l'Aude, en ligne : <https://ww.aude.fr/lagence-de-developpement-touristique-adt> (consulté le 31 mars 2020)
36. - Voir en bas de la page internet : <https://www.payscathare.org/checklist>. Au 31 mars 2020, seulement dix de ces guides papier sont téléchargeables.
37. - DELSALLE, 2000.
38. - BRENON, 2018.
39. - GIS HEPOS, 2018.
40. - JEANNERET, 2008.
41. - BRENON, 2008, p. 26.
42. - BRENON, 2008, p. 74.
43. - L'exposition est présentée par Alessia Trivellone, maître de conférences en histoire du Moyen Âge à l'Université Paul-Valéry Montpellier 3, Gis HéPoS, 2018.
44. - CAUCANAS, 2000.
45. - Ainsî qu'en Europe occidentale (Italie du nord, Rhénanie, Champagne, Flandre).
46. - AUSSAGUEL, 2012.
47. - BRENON, 1998.
48. - BRENON, 1998.
49. - C'est-à-dire contre les féodaux occitans coupables de protéger l'hérésie cathare.
50. - BRENON, 1998.
51. - Au moment où nous écrivons ces lignes, le magazine dominical du journal quotidien *La Dépêche du Midi*, propose le 5 avril 2020 un dossier sur les « châteaux cathares ».

RÉSUMÉS

Pour analyser les médiations numériques du Pays cathare, à partir de l'exemple de deux applications mobiles de visite, il convient de revenir dans un premier temps, sur les étapes de la patrimonialisation du catharisme pour comprendre comment ces châteaux, ces abbayes et ces villages médiévaux de l'Aude et de l'Ariège sont activés aujourd'hui dans des médiations et des circulations de représentations et de nouvelles significations. La mise en tourisme du Pays cathare est un processus hybride qui combine marketing territorial et narration patrimoniale médiatisée. La description empirique des deux applications numériques, *Pays cathare, le guide* et *Castrum, le jeu*, est accompagnée, dans un deuxième temps, d'une analyse des discours des acteurs de cette médiation qui se veut immersive et expérientielle. Enfin cette approche infocommunicationnelle des systèmes d'acteurs et des représentations attachées au phénomène cathare a permis de retracer les parcours d'élaboration des discours de médiation et de mettre en évidence des documents intermédiaires habituellement invisibles en dehors du processus de production.

In order to analyse digital mediation in the Cathar country, starting with the example of two mobile sightseeing applications, it is appropriate to go back in time to the different steps in the heritage development of Catharism to understand how the castles, abbeys and medieval villages of the Aude and Ariège, are highlighted today through cultural mediation and communication of representations and new meanings. The development of tourism in the Cathar country is a hybrid process, combining territorial marketing and mediatised heritage narration. The empirical description of the two digital applications, *A Guide to the Cathar Country*, and *Castrum, the Game*, is accompanied, at a second stage, by an analysis of the expression and output of all those involved in cultural mediation, this latter being intended to be immersive and experiential. Finally, this info-communicational approach to the stakeholders and representations associated with the Cathar environment, has made it possible to retrace the development of the cultural mediation output and to highlight intermediate documents, which are usually invisible outside the production process.

INDEX

Index géographique : Aude

Keywords : mobile application, itinerary, heritage, valorisation, territory, heritage development, digital mediation, Cathar, the Cathar environment, Cathar country, documentation process, cultural output, interaction between stakeholders, historiography, mythography

Mots-clés : application mobile, parcours, jeu, patrimoine, valorisation, territoire, patrimonialisation, médiation numérique, cathare, catharisme, pays cathare, documentarisation, discours, jeux d'acteurs, historiographie, mythographie

AUTEURS

VALENTINE CHÂTELET

Docteure en histoire de l'art, qualifiée en sciences de l'information et de la communication, spécialiste de médiation patrimoniale et de nouvelles narrations, Université de Toulouse, Framespa, LERASS

SYLVIE COURALET

Consultante spécialisée dans la valorisation et le développement des territoires par la culture, le tourisme et les patrimoines, intervenante en universités

PATRICK FRAYSSE

Professeur à l'université Toulouse 3, IUT Paul Sabatier, chercheur au LERASS