



ARMINES - MINESPARISTECH

Centre de Gestion Scientifique

19 février 2017

Ecole de la Médiation

Etude exploratoire sur les publics des médiations

Rapport

On assiste depuis plusieurs années à un développement considérable des activités de médiation dans les lieux culturels¹. Visites guidées, ateliers de démonstration, ateliers de pratiques, débats, retours d'expériences,... les formes que prennent aujourd'hui les médiations sont multiples. A chaque fois, l'idée est la même : ne pas laisser le public seul et solitaire dans sa rencontre avec les œuvres, mais l'accompagner dans son expérience de sortie, depuis l'amont, en le préparant à la rencontre avec les propositions organisationnelles, jusqu'à l'aval, en l'aidant à capitaliser à partir de son expérience.

Les enjeux véhiculés par ces médiations sont de plus en plus centraux dans la stratégie des organismes culturels : toute activité (exposition, événement, spectacle,...) doit donner lieu à de tels accompagnements. Par ailleurs, la tutelle est en général très vigilante sur ces sujets. Elle inscrit de plus en plus souvent dans les contrats d'objectifs qu'elle signe avec les institutions culturelles des objectifs ambitieux de médiation.

Une *machine à fabriquer des médiations* se crée ainsi dans chacun de ces lieux, avec ses propres outils, ses propres compétences, ses propres démarches, ses propres habitudes.

Mais qu'en est-il du point de vue des destinataires de ces médiations ? En quoi sont-ils pris en compte dans la mécanique de cette machine ? Quelles sont leurs attentes ? Comment vivent-

¹ La notion de culture est à prendre ici au sens large, telle qu'elle apparaît dans l'idée de culture générale. Ainsi, lorsque nous mentionnons les secteurs ou les lieux culturels, nous englobons à la fois et de façon non exhaustive, les cultures artistiques et les cultures scientifiques, techniques et industrielles.

ils ces médiations ? Correspondent-elles à leurs besoins ? Le transforment-elles ? Leur permettent-elles de voir autrement les propositions organisationnelles ?

Ce sont ces questions qui ont été à la base de notre étude et de notre démarche : aller à la rencontre des publics et de leurs points de vue. Ce sujet nous intéresse non seulement pour analyser l'adéquation entre les formes de médiations proposées et les attentes des publics, mais surtout pour en faire un retour auprès des producteurs de ces médiations dans la perspective d'une éventuelle adaptation des pratiques organisationnelles. Le métier de médiateur, notamment, en difficulté de reconnaissance depuis sa création, peut voir son sort évoluer par une meilleure connaissance des attentes des publics et par l'acquisition d'une expertise – et donc d'une légitimité et professionnalité – autour de ces questions.

Le sujet nous a été confié par l'Ecole de la Médiation, organisme créé en 2011 dans le but d'accompagner la profession de médiateurs, en développant des actions de formation professionnelle continue, et en réalisant des études sur les pratiques des professionnels de la médiation et de leurs publics. Elle s'intéresse en particulier au champ de la médiation scientifique (elle est notamment portée par Universcience), où les questions, si elles ont un périmètre largement commun avec le reste du secteur culturel, comportent néanmoins un certain nombre de spécificités : plus que de faire découvrir des œuvres artistiques ou « les œuvres capitales de l'humanité »², le champ de la culture scientifique vise à faire comprendre et s'appropriier les enjeux des sciences dans notre société, en passant par la compréhension des phénomènes et de la démarche scientifiques.

Dans ce cadre, l'Ecole de la médiation a voulu lancer une étude exploratoire sur les publics des différentes formes de médiation déployées par les institutions de culture scientifique et technique, visant à mieux cerner leurs attentes et leurs ressentis, et a confié ces travaux au CGS, laboratoire de recherche en gestion commun MinesParisTech-Armines.

1) Méthodologie :

Le Centre de Gestion Scientifique

Le Centre de Gestion Scientifique (CGS) est un des 15 centres de recherche de l'Ecole des Mines de Paris ; ses travaux portent sur la compréhension du mode de fonctionnement des organisations, et sur le rôle que jouent, dans ce cadre de l'action organisée, les outils de gestion. Sa méthodologie repose sur une démarche dite de recherche-intervention : tout en utilisant les techniques de recherche classiques (entretiens, analyse de documents, observation,...), elle s'appuie sur des collaborations étroites avec des organisations de divers types, et qui visent à mieux formuler et à aider à résoudre des problèmes de gestion.

Le CGS est ainsi intervenu auprès de nombreuses entreprises et administrations pour les aider à revoir leurs outils de gestion et les accompagner dans la conception et la mise en place de modèles plus adaptés à leurs évolutions organisationnelles, et notamment dans le secteur culturel ou de la culture scientifique et technique.

Plus spécifiquement, le CGS a accompagné l'Ecole de la Médiation, dans la construction d'un référentiel métier pour les médiateurs scientifiques.

² Décret n°59-889 du 24 juillet 1959 portant organisation du ministère chargé des affaires culturelles

La démarche mise en oeuvre

Compte tenu des contraintes de l'étude, qui est avant tout d'ordre exploratoire, et notamment de sa très courte durée (2 mois), l'Ecole de la médiation a restreint l'analyse sur la comparaison entre deux espaces et trois formes de médiation : « tinkering » et démonstration à l'Espace Pierre Gilles de Gennes, visite guidée ciblant une sélection d'objets au musée des arts et métiers.

Pour chaque lieu, les chercheurs ont effectué, en novembre et décembre 2016, deux séries d'observations, comprenant une observation distante ou participante de la médiation proposée (posture de retrait dans le cas du tinkering, de récepteur parmi d'autres visiteurs dans le cas de la démonstration et de la visite), entrecoupée (tinkering, 2^{ème} visite) ou suivie (démonstration, 1^{ère} visite) d'entretiens avec le public ayant bénéficié de médiations et accepté la sollicitation des chercheurs. Partant d'une ébauche de grille d'analyse préétablie, les questions posées l'ont été de façon spontanée selon le déroulé de l'entretien et de la médiation qui l'avait précédé, en lien avec les objectifs exploratoires de l'étude : comprendre notamment les motivations des publics à participer à ce type d'activité, leurs attentes, leurs formes de représentation des sciences, leurs rapports aux sciences, leurs réactions à l'issue de la médiation,... L'objectif de ce caractère spontané des questions correspondant à un entretien libre étant pour les chercheurs de rester à l'écoute de tout propos susceptible d'alimenter leur compréhension des perceptions et positionnements des publics.

En raison du caractère informel et spontané de l'entretien, qui s'inscrivait dans le temps de la médiation ou dans son immédiat prolongement, sans que les publics n'en aient été informés en amont de la visite, et afin de ne pas les intimider ni biaiser leurs propos par une forme de conscientisation exacerbée, les échanges n'ont pas été enregistrés. Les chercheurs ont donc pris soin de prendre des notes détaillées « à la volée », c'est-à-dire avec une sélection spontanée des points de récurrence vis-à-vis des discours des interviewés. Cette décision est en accord avec l'objectif même de l'étude, ainsi qu'avec la méthodologie d'analyse des données : ambition exploratoire et pas de quantification du discours. Ainsi, priorité est donnée à l'expression libre des participants, sans prise de risque quant à la gêne ou au refus face à un enregistreur.

En conséquence de cette prise de notes spontanée et afin de ne pas inciter le lecteur à penser que la retranscription des verbatim est exhaustive au mot prêt, ceux-ci sont présentés sans guillemets. Ils sont notés en italique afin de bien les différencier de l'analyse qu'ils viennent étayer. Le contexte et le locuteur sont indiqués par :

- Une lettre (et éventuellement un chiffre) pour la médiation étudiée : T pour le Tinkering du samedi 19 novembre 2016, D pour la démonstration du mercredi 14 décembre 2016, V1 et V2, respectivement, pour les visites des vendredi 16 et vendredi 30 décembre 2016.
- Une lettre et un chiffre pour la personne interrogée : respectivement F, H et AH pour une femme, un homme et un adolescent ; les chiffres correspondant à l'ordre des échanges pour la médiation étudiée.

Avant de présenter les résultats, précisons d'abord que tous les visiteurs sollicités ont accepté bien volontiers de se prêter au jeu de l'interview et des questions/réponses. Les entretiens ont duré de 10 mn à ½ heure, ils étaient individuels ou collectifs lorsque les visiteurs étaient venus en groupe (famille ou parfois amis). Souvent, les deux chercheurs se sont séparés pour effectuer en parallèle les interviews, afin de maximiser l'utilisation de la fenêtre de temps, extrêmement réduite à la fin de la médiation.

Au total, 38 personnes ont été interviewées : 20 personnes à l'Espace ESPGG (regroupées en 10 interviews) et 18 personnes au musées des arts et métiers (correspondant à 13 interviews).

2) Présentation des temps d'observation :

Premier temps d'observation : atelier de Tinkering à l'espace Pierre-Gilles de Gennes le samedi 19 novembre 2016

Les chercheurs sont arrivés un peu avant le début de l'atelier pour pouvoir se présenter aux deux médiateurs, PB et AB. L'échange dure environ 10 minutes avant que les premiers participants n'arrivent et porte sur une présentation générale du dispositif.

L'atelier, destiné avant tout aux enfants, est au format tinkering avec 2 activités proposées : construire un objet volant (dans un tube d'air) ou construire une machine roulante qui s'arrête au bout de 30 secondes.

Participants³ : 9 enfants de 5 à 15 ans, souvent accompagnés d'un ou de deux adultes (presque toujours parent) : 2 femmes et leurs fils respectifs (F2 et F3) ; une femme avec deux filles : la sienne et une amie d'école (F1) ; une femme et un homme avec deux filles ; une femme avec un ado ; un homme avec son petit-fils (H1) ; une femme et un homme avec un garçon (F4).

Deuxième temps d'observation : démonstration sur le thème de la température à l'espace Pierre-Gilles de Gennes le mercredi 14 décembre 2016

Les chercheurs assistent aux deux présentations de la démonstration, comme membres du public un peu à l'écart (espace au-dessus des gradins sur lesquels est assis le public). Pendant la démonstration, le médiateur anime diverses manipulations, entremêlées de temps de questionnements du public portant sur certaines informations générales, sur les anticipations des résultats attendus (sensibilisation à la démarche de formulation d'hypothèses) ou sur un rappel de ce qui a été dit précédemment ; et de temps de présentation des résultats aux publics, avec éventuellement un passage dans les rangs (pour faire goûter le gaz carbonique par exemple).

Participants : 7 enfants (5-7 ans), 3 mères, 1 père, 1 grand-mère, 1 nounou

Troisième temps d'observation : visite guidée au musée des arts et métiers le vendredi 16 décembre 2016

Les chercheurs sont arrivés un peu avant le début de la visite pour pouvoir se présenter à leur interlocutrice, JA, responsable des équipes de médiateurs.

La visite prévue est celle dite générale, qui correspond à une visite guidée s'étendant sur l'ensemble du musée, mais focalisée sur un petit nombre d'objets, sur lesquels est marqué un arrêt de 5 min environ (ce jour-là, 9 arrêts sur 9 objets) : lunettes d'observation, pascalines, métier à tisser, lion en verre, daguerréotype, kinétoscope, caméra des frères Lumière, machine à vapeur, avion de Clément Adler.

Les quelques minutes d'échange avec JA sont l'occasion de présenter rapidement l'histoire et le fonctionnement des médiations au musée des arts et métiers.

³ N.B. : liste des participants sans garantie d'exhaustivité car ils arrivent et partent en continu alors que chercheurs peuvent être occupés à échanger avec certains.

Les « guides » sont ici appelés des démonstrateurs, terme hérité de 1794, lorsque les destinataires de la « médiation » étaient des hommes de métier à qui on montrait la mise en mouvement des machines.

La visite générale, celle à laquelle les chercheurs assistent, a lieu tous les jours à 14h45. Elle est comprise dans le billet, aucune réservation n'est exigée et elle est ouverte à tout le monde. Elle a lieu quel que soit le nombre de présents, l'idéal étant de 25 à 30 personnes. Les périodes d'affluence sont les dimanches de gratuité et les vacances scolaires. Il y a moins de monde en semaine.

Puis les chercheurs assistent à la visite :

Pendant la visite, c'est le démonstrateur qui parle de façon quasi exclusive. Il pose à chaque fois des questions aux visiteurs sur l'objet présenté (*Quand ont été inventées les premières lunettes correctrices ? Combien y a-t-il de pointes sur chaque pignon de la Pascaline ? Quel type de tissu est le plus simple à réaliser ?...*) et parfois sur la compréhension de son exposé par les visiteurs (*C'est clair ? Souhaitez-vous des questions ou précisions ? Vous êtes encore intéressés ?*).

Pour chaque objet présenté, une explication orale de son fonctionnement est donnée, ainsi que quelques éléments de contexte historique, technique, économique. A l'exception d'une photo faite avec le daguerréotype, présentée sur le téléphone mobile du guide, aucun autre support que l'oral n'est fourni aux visiteurs en lien avec la visite.

La visite se termine par l'annonce d'une démonstration du pendule de Foucault quelques instants plus tard.

Participants : un groupe scolaire de 6 étudiants en physique avec leur enseignante (3 hommes et 4 femmes), 2 femmes en individuel et 3 personnes qui arrivent en retard de 15 minutes : un homme et une femme d'environ 60-70 ans avec un adolescent (H1, F1, Ag1).

Quatrième temps d'observation : visite guidée au musée des arts et métiers le vendredi 30 décembre 2016

Les chercheurs sont à nouveau accueillis quelques minutes avant la visite par JA, venue spécialement. Les échanges informels ne portent pas sur le cœur de l'étude. La visite est la même que lors du troisième temps d'observation et menée par le même démonstrateur. Les mêmes objets sont commentés, dans le même ordre.

Le profil du groupe est par contre très différent : un public beaucoup plus nombreux, composé d'individu ou de petits groupes de 3 ou 4 venus isolément les uns des autres. Quelques enfants et adolescents, majoritairement des adultes.

Participants : Groupe de 25 personnes, plutôt adultes (3 enfants-5 ados avec leurs parents), et 20 seulement à la fin (dont 2 nouveaux).

En complément des questions sur les objets ou sur la compréhension de son propos déjà présents lors du temps d'observation précédent (parfois à l'identique, par exemple *Ça vous intéresse toujours ?* ou *Quel est le tissu le plus simple à utiliser ?*), le démonstrateur semble introduire dans son propos plus de commentaires informels voire humoristiques (*Ca réagit, c'est bien*, en réaction à l'exclamation spontanée d'une femme pendant sa présentation de la lunette ; *5+4=9, c'est brillant hein ?* Lors de la présentation de la Pascaline).

La taille du groupe amène certains visiteurs à ponctuellement s'écarter de la visite. Les chercheurs en profitent pour les interviewer lorsqu'ils sont d'accord (ce qui a toujours été le cas).

3) Résultats des observations :

Plusieurs résultats intéressants sont apparus à travers notre enquête : nous les avons classés par thématique :

- Attentes des publics
- Effets et traces
- Satisfaction des bénéficiaires des médiations

a) *Attentes des publics et postures en amont*

Même si les attentes sont diverses et très souvent peu explicitées en amont, nous avons perçu chez nos répondants une attente avant tout de découverte (pour eux ou pour leurs enfants), qui passe par une forme non scolaire de relation avec la science et avec les médiateurs :

- Le divertissement, l'aspect ludique comme première recherche, avec une dimension cognitive souhaitée ou souhaitable

L'essentiel c'est qu'il s'amuse, qu'il passe un bon moment. Maintenant c'est vrai que là il s'amuse et c'est tout. Plus d'explications aurait été bien au moment des expériences. TF2

L'idée c'est d'être instructif pour les ados et d'être ensemble. V2F3

- Qui ne doit pas trop rappeler l'école

C'est bien comme ça a été fait : des indications générales et on laisse l'initiative puis l'enfant revient vers l'animateur s'il a besoin. Si c'était trop incitatif ou dirigiste... On est samedi. TH1

Les ados traînent des pieds car ça fait écho au lycée. V2F3

- Des postures et préparations différentes selon les éléments de personnalité et le contexte : curiosité, timidité, sociabilité, accompagnement par des proches, volonté d'indépendance.

Je ne prends pas toujours les visites guidées, il y a trop de monde. [...] Je ne serais pas venue pendant les vacances [mais là j'ai accompagné mon cousin et sa famille] [...] Mon truc, c'est plutôt toute seule quand il n'y a pas grand monde. Je ne prends jamais d'audioguide, j'aime bien une certaine liberté. V2F2

b) *Effets et traces*

L'impact de la médiation, tel qu'il est vécu par les publics, est varié, mais est souvent formulé comme un incitatif à aller plus loin, soit dans la compréhension des phénomènes scientifiques, soit dans la découverte du musée :

- **Tinkering :**

- De l'inspiration, de la créativité, une capacité d'initiative → curiosité et connaissances pratiques

Ça leur donne aussi des idées pour faire des choses soi-même. TF2

- Mais peu de curiosité et connaissances cognitives

Là il pourrait y avoir un peu plus d'explications sur ce qu'ils ont fait. [...] Ils n'ont pas tellement de questions après, sauf s'ils sont venus à plusieurs. TF2

- Des réminiscences à moyen terme

Charlotte en reparle spontanément après, pas forcément le jour même. Mon fils quand ils revoient ça au collège. TF1

Moi c'est beaucoup plus tard [qu'il pose des questions], parfois un à trois mois plus tard. TF3

- **Démonstration :**

- *Approche plus globale des choses qu'à l'Education nationale, qui ne revient jamais sur le savoir donné. Ici c'est très poétique. Autre positionnement du savoir.*
- *Compréhension mathématique du monde, comme la musique : la musique c'est un arrangement organisé d'objets.*

- **Visite guidée :**

- Une éventuelle facilité à revenir, mieux préparé.

[Venir seule ou] la visite guidée c'est deux choses différentes. Là on voit pas tout et c'est très détaillé. [...] La visite guidée c'est plutôt une préparation de visite, je pourrais revenir. V2F2

Je suis obligée de revenir. En traversant les salles on a vu qu'il y avait des choses à voir, en particulier sur l'audiovisuel car ça fait écho au boulot. V2F3

- Une volonté plus ou moins forte de creuser l'information recueillie

Je n'ai pas d'envie pour la suite [nées de cette visite], peut-être de connaître le fonctionnement des machines [sur relance du chercheur]. V1AH1

Moi personnellement je vais chercher sur internet. V1F1 [en réponse immédiate à AH1 qu'elle accompagne, ils sont grand-mère et petit-fils]

Je vais me renseigner sur internet après la visite. V2F2

c) **Satisfaction des publics**

Les bénéficiaires des médiations sont globalement très satisfaits :

- **Tinkering :**

- Approche très active, très engageante et ludique pour le visiteur
- Tout en étant support d'apprentissages et d'appropriations.
- Concret, interactif, expérimental, permet de voir le monde autrement

J'aime beaucoup ici, c'est interactif, ludique mais ce n'est pas du jeu pur, on amène les enfants à réfléchir. [...] Les animateurs qu'on a vus ont un super

contact, les enfants ne sont pas intimidés . Ils cherchent à faire intervenir tout le monde, ils sont très disponibles. TF1

C'est une vraie liberté, c'est intéressant. Comme au Palais de la Découverte, ils peuvent passer d'un atelier à l'autre. TF2

Mon attente était que ça lui plaise, j'apprécie le pas trop dirigiste, laisser l'ouverture, trouver l'équilibre. Je trouve qu'ils l'ont fait très bien. TH1

L'accueil est super sympa, il prend le temps d'expliquer, c'est ludique. TF4

- **Démonstration :**

- *Génial : concret, interactif, expérimental.*
- *Voir un animateur se défendre, pas trop de monde, permet de voir le monde autrement*

- **Visites guidées :**

- *Approche didactique avec apport de connaissance, d'approfondissements*
J'ai vu d'autres formes de médiation au Louvre, j'ai une fille qui fait de l'histoire de l'art. Ici c'est assez pédagogique pour apprendre, approfondir, connaître, avoir des renseignements. On est assez passif. Les autres c'est plus ludique, participatif, c'est du spectacle. C'est moins figé. V2F2
- *Donne des repères, pour un retour solitaire postérieur, ou en complément de l'audioguide.*
[Venir seule ou] la visite guidée c'est deux choses différentes. Là on voit pas tout et c'est très détaillé. [...] La visite guidée c'est plutôt une préparation de visite, je pourrais revenir. V2F2
- *Ou au contraire permet de cibler l'essentiel.*
On ne reviendra pas, sauf si pour mes cours je vois des choses ou j'ai une idée. Ce n'est pas une entrée en matière, c'est la visite en soi. V2F1

Quelques écarts d'appréciations toutefois :

- *Liés à l'accessibilité de la médiation, et à sa teneur (trop forte ou trop faible) en savoirs formels*
C'est à la fois créatif et agissant autour des principes scientifiques, mais je trouve qu'ils ne sont pas trop approchés, ce serait bien de dire tu vois, là ça marche pas pour ça TF2
On est venus à 13h, on voulait l'audioguide mais l'accueil nous a conseillé plutôt la visite. Ils auraient dû nous dire qu'il y avait un thème, parce que là c'est très pointu, ça s'adresse à des gens scolarisés à l'université ou ailleurs. V1F1
→ Un enjeu d'harmoniser ou d'adapter la teneur en savoirs formels des médiations, quelle qu'en soit la forme ? Pour le tinkering : envisager une fiche d'accompagnement ? Pour la visite guidée, rendre le propos plus accessible par des dispositifs de visualisation et d'interaction ?

Ici c'est technique, c'est plus sympa d'avoir quelqu'un qui explique les fonctionnements. Mais en groupe il y a des gens qui parlent, on n'entend pas toujours bien, on ne voit pas bien. Bon il montrait pas grand-chose, ce serait plus sympa de les voir fonctionner, de pouvoir même approcher. V2F2

Des perceptions liées à la forme de la médiation mais aussi aux profils des médiateurs et des publics ?

- **Médiateur-dépendant :**

- notions d'accessibilité, d'expertise, de passion apparaissent différemment selon le type de médiation mais semblent toujours valorisées par les publics

Les animateurs qu'on a vus ont un super contact, les enfants ne sont pas intimidés. Ils cherchent à faire intervenir tout le monde, ils sont très disponibles. TF1

Il était d'un haut niveau quand même. Quand on a à faire à quelqu'un de passionné, [le décalage de niveau par rapport aux attentes] est moins gênant. V1F1

- **Visiteur-dépendant :**

- lien au rapport au savoir de la personne décisionnaire (rapport à la science, rapport à l'éducation, perception de soi et des autres)

N'étant pas réceptive à tout je peux oublier ce qu'on me dit mais je sais que je peux lui demander des choses, des conseils sur où aller, quoi faire TF1

- lien à la personnalité de la personne bénéficiaire (esprit de compétition, timidité, curiosité, centres d'intérêt, recherche d'interaction)

« Le mien a volé plus haut que le vôtre » Observation hors interview d'un garçon participant au tinkering

Venir à deux ou trois copains ça les aide, sinon ils sont intimidés, au moins ils sont sûrs d'avoir quelqu'un à qui parler. TF1

moi si [je ne fais que des ateliers scientifiques], après les sorties c'est culturel, mais pas les ateliers parce que Malo se dit scientifique et pas littéraire TF3

- lien aux habitudes de sorties et de loisirs par ailleurs

d) *Quelques enseignements pour les organisations*

- **Fondamental de se questionner sur les attentes des publics**

- la compréhension des attentes des publics permet de mieux adapter le contenu et la modularité des médiations à ces attentes.
- Attention cependant à l'effet d'aubaine : les efforts déployés facilitent-ils un rapport aux propositions organisationnelles qui n'auraient pas lieu autrement où bénéficient-ils à des publics qui viendraient de toute façon, avec de fortes capacités initiales à s'appropriier l'offre ?

- **Enjeu pour les médiateurs de repérer le profil de ses visiteurs pour s'y adapter.**
 - o Mais peut-être également, en amont, enjeu pour les caissiers et agents d'accueil d'orienter le public vers les produits les plus adaptés en fonction du profil de visiteurs face à eux (qui ne se résument pas à leur âge). Suppose de construire un petit questionnaire au public pour l'orienter au mieux ?

4) Pistes d'analyse ultérieure :

Dépendance de l'expérience au profil du médiateur...et des publics.

- **De possibles variables de caractérisation des publics à tester en complément du talon sociologique usuel (âge, genre, revenus, profession) :**
 - o Rapport à l'école et aux savoirs formels : savoirs à l'arrivée ; bonne volonté culturelle (Bourdieu, 1979) ; critique des méthodes éducatives ; recherche de compléments pédagogiques différents ;...
 - o Personnalité : confiance en soi, notamment par rapport aux autres publics ; timidité ; curiosité plus ou moins forte, générale (incluant les arts, la culture générale) ou ciblée (sur les sciences) ; recherche d'interactions ;...
 - o Combinaison et pondération des attentes : divertissement ; plaisir ; savoirs ; savoir-faire ; savoir-être ;...
 - o Inscription de la venue dans le reste des loisirs, sorties et apprentissages, autrement dit dans le parcours de spectateur : en général ; en lien à la CSTI ; dans l'établissement où a lieu la médiation (une introduction vs un complément a posteriori vs une venue unique ; une venue régulière plus ou moins fréquente ;...)
- **Des attitudes et compétences à accompagner chez les médiateurs**
 - o Importance de la passion, de l'expertise et de l'aisance perçues → question de la prise en main des dispositifs nouveaux + attention à la lassitude face à la répétition ?
 - o Importance de la disponibilité perçue (donc autorisée et signalée) → question des temps et formats d'interaction avec les publics et de leur détermination *ex ante*
 - o Importance de l'adaptabilité selon les publics → question de la conception des dispositifs + attention à l'orientation des publics, en amont de la rencontre avec les médiations et les médiateurs

La question des traces de l'expérience

- o En écho aux intentions des organisations et des médiateurs : quels savoirs, savoir-être, savoir-faire, attitudes (curiosité, confiance) sont visés ? Lesquels semblent développés dans l'immédiat et éventuellement à moyen voire long terme (difficultés méthodologiques très importantes pour étudier ce point)
- o Apparaît spontanément dans les entretiens : prise de photos pour avoir un support de discussion ou de mémoire ensuite, projection dans des discussions à

venir avec des proches qui ne sont pas présents, dans les réminiscences lorsque le programme scolaire fait écho.

→ Est-il souhaitable que l'organisation accompagne la démarche par exemple par la matérialisation de certains supports (prise de photos par l'organisation ; feuillets de compléments ou de synthèse, éventuellement présentés selon le type de discussions anticipées : « testez votre entourage » / « soyez incollables dans les salons » / « épatez vos professeurs ») ?

Derrière ces pistes de réflexion et d'analyse, apparaît une dimension stratégique et organisationnelle de la médiation : avec ces interrogations sur les attentes des publics et sur la meilleure façon d'y répondre, on assiste à une sorte d'inversion du sens de la relation offre/demande, avec une exigence attendue de la part des organismes culturels d'être davantage en posture de créer une offre en fonction de la demande. Ces interrogations font écho à la montée en puissance des plateformes culturelles, reposant sur l'utilisateur, qui les nourrit de ses données, de ses avis, de ses connexions, etc. Les organisations culturelles sont invitées à exploiter ces données jusqu'à en faire l'élément clef de leurs activités. Les publics et usagers se retrouvent ainsi potentiellement placés au cœur de dispositifs d'offre et de médiation.

Notre étude s'inscrit donc dans une démarche visant à mieux saisir comment les apports de l'utilisateur peuvent être exploités et à mieux comprendre comment se crée la valeur ajoutée (financière ou symbolique) dans le secteur culturel. Est ainsi questionnée la figure même de l'utilisateur, à la fois perturbée et magnifiée par la place que lui offrent les institutions culturelles, sa définition est à revoir ou à manipuler avec une très forte distance critique, en même temps que celle des formes de médiations qui lui sont adressées.

Compléments possibles à l'étude (éventuellement pour 2017) :

Problématisation

- Qualifier les formes de médiation (typologie) : posture des récepteurs (participation) et des médiateurs, « densité cognitive » / degré d'expertise, domaines scientifiques abordés, durée, moment de la médiation, âges ciblés,...
- Qualifier les effets attendus des médiations : pour les publics et pour les organisations
→ Enjeu de fixation du savoir ? A court, moyen, long terme ? De posture des individus (confiance en soi, perception des sciences comme accessibles, appropriation de débats à dimension politique, familiarisation à la démarche scientifique) ? De divertissement ? De socialisation ?
- Identifier les caractéristiques des publics et des médiateurs qui déterminent l'impact des différentes formes de médiation sur les parcours de spectateurs (enjeu de distinguer, dans les propos recueillis lors de l'étude exploratoire, ce qui relève des spécificités de chaque public et de ce qui est induit par la médiation. Par exemple, la propension à se renseigner a posteriori est peut-être plus un trait de personnalité qu'une conséquence de la forme de médiation).
- Envisager les conséquences organisationnelles de ces observations : sur la conception des dispositifs de médiation (diversité, adaptabilité), sur leur évaluation (sortir d'une propension à considérer la médiation comme quelque chose de naturel, auto-portant, dont les effets vont de soi, qui donne envie par elle-même aux publics de revenir,

d'aller plus loin.), sur la formation et le travail des médiateurs (aide à l'adaptation, à la relation aux publics, prise en compte de la répétitivité des certaines tâches et du risque de lassitude), sur l'après-médiation (l'organisation essaye-t-elle d'accompagner le public vers autre chose ? Comment ?)

Pistes théoriques et objectifs intermédiaires

Pour la qualification des formes de médiation et attentes des organisations : possibilité de repartir des acquis de l'Ecole de la Médiation (jeux de cartes, ateliers menés entre médiateurs).

Pour la qualification des profils et attentes des publics : possibilité de s'inspirer de ceux identifiés dans le secteur artistique (Passebois, 2003 ; Eidelman, 2003), parfois complétés par des échelles de mesure issues de la psychologie (Eidelman, Mariani-Ducray et Roustan, 2015).

Plus largement possibilité d'étudier les écarts et similitudes entre musées de vulgarisation scientifique et autres musées : quelle pertinence de rapprocher les deux domaines d'étude pour partager des apprentissages généraux ou mieux comprendre les spécificités de chacun par la comparaison ?

Dans une perspective d'activation des savoirs obtenus par les organisations en fonction des données dont elles disposent, étude de possibles corrélations entre chaque profil identifié et des éléments d'information accessibles aux organisations culturelles ? Elaboration d'un questionnaire d'orientation des publics ?

Retour sur le point méthodologique

Les 2 musées étudiés sont des cas très particuliers, et en leur sein les dispositifs observés le sont également. Une étude plus complète demanderait donc de poursuivre l'une et/ou l'autre des voies suivantes, avec si possible un suivi à moyen terme des publics qui donneront leur accord :

- Aller dans d'autres organisations (pour avoir un regard sur l'influence des contextes organisationnels), notamment :
 - o Palais de la Découverte : cité par beaucoup des personnes rencontrées + intérêt du côté interactif
 - o Muséum : une identité à part parmi les diffuseurs de CSTI ? + Intérêt des dispositifs de « sciences participatives » + intérêt de l'espace au sous-sol du MNHN
 - o Musées d'art : Orsay, Branly, Louvre,... ce qui permettrait de comparer au secteur artistique
- Aller de façon plus répétée dans une ou plusieurs mêmes organisations pour observer une diversité de dispositifs de médiation (avoir un regard sur les choix des publics face à une offre large de formes de médiation, « à organisation constante » → quelle sensibilité à cette diversité par rapport aux contraintes d'horaires, de temps, de lieu,... + avoir un regard sur d'éventuels parcours au sein de cette offre diversifiée, et sur l'influence du contexte relationnel à l'organisation)

Références

Bourdieu P. (1979). *La distinction : critique sociale du jugement*. Paris : Éditions de Minuit.

Eidelman J. (2003). "Catégories de musées, de visiteurs et de visites." In *Le(s) public(s) de la culture*, dir. O. Donnat et P. Tolila (p.109-116). Paris : Presses de Sciences Po.

Eidelman J., F. Mariani-Ducray, et M. Roustan. (2015). *La place des publics*. Paris : La Documentation française.

Passebois J. (2003). "Comprendre la fidélité des visiteurs de musées. Les apports du marketing." In *Le(s) public(s) de la culture*, dir. O. Donnat et P. Tolila (p.261-272). Paris : Presses de Sciences Po.

Bibliographie complémentaire indicative :

Anberrée, A., Aubouin, N., Coblenche, E., & Kletz, F. (2015). Audience Participation in Cultural Projects: Bringing the Organization Back In. *International Journal of Arts Management*, 18(1), 29.

Anberrée, A. (2015). Transformations du rapport offre-demande dans les organisations publiques et parapubliques de diffusion culturelle: le rôle de la participation des publics (Doctoral dissertation, Nantes).

Aubouin, N., Kletz, F., Lenay, O. (2010). Médiation culturelle, l'enjeu de la gestion des ressources humaines. *Culture Études*, no. 1 :1-12.

Bordeaux, M.-C. and F. Liot , 2012 'La participation des habitants à la vie artistique et culturelle', *L'Observatoire - La Revue Des Politiques Culturelles*(40): 8–12

Bourdieu, P. Darbel A., 1969. *L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*. Les éditions de Minuit, Paris

Crenn, G. (2008). Du public comme acteur Une approche des publics et des usages au Biodôme de Montréal. *Le sens de l'usine*, 147.

Daignault, L. (2014). *Les musées et leurs publics*. Presses de l'Université du Québec.

Esquenazi, J. P. (2010). *Sociologie des publics*. La découverte.

Kletz, F., Moisdon, J.-C. (1991). La médiation introuvable ou la gestion d'une activité face public à la Cité des Sciences et de l'Industrie, *Gérer et Comprendre*, no. 22 : 21-32.

Koster, R. (2013). *Le jeu vidéo comme manière d'être au monde: Socio-anthropologie de l'expérience vidéoludique* (Doctoral dissertation, Université Panthéon-Sorbonne-Paris I).

Montero, M.-C. (2012) 'Logique d'accessibilité et enjeux participatifs : l'exemple des parcours de découvertes culturelles', *L'Observatoire - La Revue Des Politiques Culturelles*(40): 62–6

Romanello, G. (2012). « Merci pour votre collaboration ». Quelques réflexions sur les modalités d'approche des publics dans les institutions d'art contemporain. *Marges*, (2), 58-68.

Romanello, G. (2015). Des études de publics pour quoi faire ? L'utilisation des outils de connaissance des publics dans la gestion des musées et centres d'art contemporain en Espagne et en France. *ICOFOM Study Series*, 2, 214-233.