

L'usage du numérique dans les pratiques professionnelles des médiateurs culturels

Métis / École de la médiation
Janvier 2020

Élaboration de la problématique et construction de l'enquête : Jamila Al Khatib (École de la médiation), Audrey Doyen (Métis), Cindy Lebat (Métis) et Noémie Lozach-Vilain (École de la médiation).

Enquête : Mathilde Riolet et Audrey Doyen (Métis)

Analyse et rédaction du rapport : Audrey Doyen et Cindy Lebat (Métis), avec l'aide de Mathilde Riolet.

Introduction

Ce rapport d'étude présente les résultats de plusieurs enquêtes exploratoires qui avaient pour objectif d'apporter des éléments de compréhension de l'usage du numérique dans les pratiques professionnelles des acteurs du monde muséal, et plus spécifiquement des médiateurs culturels.

L'étude, à caractère exploratoire, a été menée entre septembre et décembre 2019 et s'est appuyé sur :

- La réalisation d'un état des lieux sur la question, donnant lieu à la publication d'une bibliographie commentée¹. Cette dernière dégageait déjà 3 axes de réflexion sur cette problématique et pointait quelques éléments clés (- les musées ne sont pas « en retard » ni « en train d'entrer dans l'ère du numérique », - la recherche est déjà développée sur le sujet, - nombreuses initiatives, - éclairage international, etc.)
- La récolte d'avis de professionnels de musées au travers d'un questionnaire qui a donné lieu à 31 réponses de professionnels répartis sur toute la France et de structures diverses².
- Une enquête qualitative exploratoire basée sur les deux précédents éléments et constituée de 5 observations (Musée Saint Raymond, Cité des Sciences et de l'Industrie, Musée de l'air et de l'espace, Musée de l'Homme, Cité de l'économie) et de 5 entretiens (Maison des mathématiques, Musée Saint Raymond, Musée de l'air et de l'espace, Guide conférencière indépendante, Art'm).

Notons en préambule que les résultats de ces différentes enquêtes concordent dans les grandes lignes. Les propos recueillis dans les entretiens menés avec personnes en charge des dispositifs de médiation numérique entrent en effet fortement en résonance avec les éléments mis en lumière dans la bibliographie commentée (de la diversité des profils des médiateurs et la pluralité des tâches qui leur sont attribuées au besoin de formation ressenti).

Il nous importe en outre de noter que les professionnels rencontrés ont globalement un regard réflexif sur leurs pratiques ; ils développent et expriment un regard critique et distancé, soulignant que le numérique n'est pas un sujet nouveau pour les musées. Pour ces professionnels, le numérique ne fait pas l'objet d'un « emportement » outre mesure, mais suscite à l'inverse des réactions raisonnées et modérées. Les professionnels rencontrés expriment une recherche d'équilibre face à l'usage du numérique par leurs institutions.

Cette enquête fait apparaître deux éléments majeurs que nous allons explorer et détailler ci-après : premièrement, le numérique vient modeler les pratiques et postures professionnelles, entraînant le

¹Audrey Doyen, et Cindy Lebat. 2019. *Bibliographie commentée : l'usage du numérique dans les pratiques de médiation culturelle*. Paris: école de la médiation / Métis. Disponible en ligne :

²Les résultats détaillés de cette enquête par questionnaires sont présentés en annexes.

développement de compétences spécifiques et la modification de leur répartition. Deuxièmement, des attentes spécifiques sont créées par rapport au numérique de la part des médiateurs. En effet, le numérique apparaît comme une réponse évidente et prometteuse pour satisfaire une injonction à l'innovation toujours plus prégnante dans nos institutions culturelles. Nous explorons donc en deuxième partie les enjeux de ces promesses en soulignant une ambivalence assez fondamentale de la part des médiateurs : si une certaine retenue est exprimée, elle est tout de même relativisée par un enthousiasme non dissimulé, voire une fascination, face à l'idée d'innovation, volontiers associée aux outils numériques.

I. L'impact du numérique sur les pratiques, les postures et les compétences professionnelles

1. Un contexte professionnel remodelé

« Ce brouillage entre les métiers et les tâches qui leur [aux professionnels] étaient dévolus semble avoir été renforcé par l'entrée du numérique dans les musées. »

(Doyen, Audrey et Lebat, Cindy. 2019. *Idem*. p. 48)

L'état des lieux concernant la production académique et scientifique sur la question du numérique dans les musées avait déjà mis en lumière un « brouillage » entre les compétences, les métiers et les tâches dévolues aux médiateurs ces dernières années³. L'enquête exploratoire vient confirmer cet état des lieux en faisant apparaître une mutation importante des modèles structurels des institutions muséales⁴ tant d'un point de vue des finances que de la gestion des ressources humaines. Ainsi, dans le domaine qui nous intéresse, les observations et entretiens menés montrent que **la production des dispositifs numériques se fait rarement à l'interne et n'est pas menée par les médiateurs eux-mêmes, alors qu'ils sont bien souvent par la suite des utilisateurs réguliers de ces dispositifs**. Cette production est répartie entre différents prestataires externes, sous-traitant parfois encore eux-mêmes certaines tâches de l'élaboration du dispositif. Cette organisation a ainsi plusieurs conséquences :

- Une « **sur-spécialisation** » de tous les acteurs impliqués dans l'élaboration et l'utilisation des dispositifs ;
- **Une distribution très fragmentée des compétences** et des connaissances relatives à ces dispositifs (graphisme, UX, technique, etc.) entre différents individus, mais aussi institutions et/ou entreprises qui rend la communication et la circulation de l'information à leur sujet parfois ardue ;
- **Le développement de stratégies de collaboration et de communication différentes** selon les institutions qui entraîne une diversification des modalités de travail de chacun : il y aurait ainsi presque autant de façon de développer, d'utiliser et de gérer le numérique dans les musées, que d'institutions. Ces stratégies ont cependant pour point commun d'être testées, sans vraiment s'appuyer sur un modèle prédéfini : « Quand je suis arrivé ici, toutes les missions étaient à définir [...] on m'a dit que le musée souhaitait se développer au niveau numérique, mais en ne sachant pas vraiment comment » (Musée de l'Air et de l'Espace).

Cette mutation des modèles structurants les institutions impacte, tout autant qu'elle accompagne, un remodelage des métiers et des représentations professionnelles, déjà relevé dans de nombreux articles cités dans la bibliographie commentée et confirmés dans l'enquête.

Ainsi, les frontières entre les pratiques professionnelles se recomposent très différemment selon les institutions, allant parfois jusqu'à brouiller très profondément les cahiers des charges de chacun. Ce brouillage s'observe particulièrement dans les tâches relevant de **la communication et de la**

³ Voir la synthèse des références regroupées dans Doyen, Audrey et Lebat, Cindy. 2019. « Ce que le numérique fait à la profession de médiateur », *Bibliographie commentée* réalisée pour l'École de la médiation, disponible en ligne.

⁴ Il convient de souligner que le numérique n'est pas le seul facteur de mutation des modèles structurels des institutions ces dernières années ; une analyse plus approfondie permettrait de mettre en lumière avec davantage de finesse l'influence et le rôle précis du numérique dans la modification du paradigme économique et social des musées ces dernières années. Pour l'instant et sur la base de ces premières analyses, nous nous bornerons à constater que les fonctionnements économiques et humains des musées se sont modifiés aussi dans le domaine de la médiation et du numérique, impactant les compétences et identités professionnelles.

médiation (comme le soulignait Noémie Couillard⁵, entre *community manager* et médiateurs), mais aussi dans celles relevant des domaines **techniques ou graphiques** (entre médiateurs et développeurs, entre médiateurs et graphistes, etc.) :

« Le musée, à la suite d'une réorganisation, a vu ses départements évoluer. Ici, nous sommes au département du développement des publics et du marketing, qui est un gros pôle qui regroupe les services de communication, l'équipe de location d'espace (qui est d'ailleurs un des axes de développement majeur du musée), le pôle action culturelle et pédagogique/le service médiation, le service événementiel et une partie administrative. On travaille tous ensemble. » (Musée de l'Air et de l'Espace)

« La responsable du service des publics et aussi responsable du service de la communication, donc de fait on [médiation et communication] travaille en cohésion. [...] On est intégrés dans les décisions [de la communication] [...] Ce qui est bien est que nos deux services sont imbriqués. » (Musée Saint-Raymond, Toulouse)

Par ailleurs, cette modification et re-répartition des tâches et des rôles de chacun entraîne *de facto* des modifications dans la façon **dont chaque acteur se représente son métier, sa pratique et sa place dans l'écosystème muséal**. Ces représentations se caractérisent par l'émergence de nouvelles oppositions catégorielles dans les identités, comme celle entre conservateur et médiateur, entre pro-humain et pro-numérique, ou entre jeunes et vieux comme le soulignent les interviewés:

« Ce n'est pas facile dans le monde de la médiation chez les "anciens guides" de faire utiliser des tablettes, chez "les jeunes" ça va mais chez "les anciens", les expérimentés, c'est plus compliqué. » (Guide conférencière indépendante).

« La deuxième problématique est que pendant très longtemps le musée a été réticent au numérique, c'est aussi un dialogue à avoir en interne. Une de mes missions par exemple est de sensibiliser les membres de l'équipe à l'utilité du numérique, d'expliquer l'intérêt et de rassurer. On explique que ce n'est pas du pillage que ça n'enlève rien à la qualité de médiation humaine ». (Musée de l'Air et de l'Espace)

« C'était pour moi un argument dans ma discussion, notamment avec les services de conservation, qui sont les plus éloignés de ce qui peut se faire en terme de numérique. » (Musée de l'Air et de l'Espace)

Il convient finalement de relever que, si les cartes peuvent être re-distribuées et les tâches re-réparties, il arrive parfois dans certains cas que de nouvelles tâches ou de nouvelles identités soient créées : c'est par exemple le cas des postes de « médiateurs numérique » qui émergent dans certaines institutions (comme au Musée de l'Air et de l'espace) ou pour certains dispositifs particuliers (comme le dispositif HoloMath de la future Maison des Mathématiques).

2. La redéfinition des besoins de formation professionnelle

« Tous ces brouillages et les flous qu'ils engendrent amènent les professionnels à devoir réinventer leur métier, alors même qu'il souffrait déjà de l'indétermination de ses contours. Le besoin de formation et d'acquisition de

⁵ Couillard, Noémie. 2018. *Les community managers des musées français : identité professionnelle, stratégies numériques et politiques des publics*. Université d'Avignon. Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication sous la direction de Jacqueline Eidelman (École du Louvre) et Yves Bergeron (Université du Québec à Montréal). Disponible en ligne : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01715055/document>.

compétences nouvelles est pointé comme une nécessité – voire une urgence – face au développement de l’usage du numérique dans les pratiques de médiation culturelle (Chicoineau, 2015 ; Petitgirard, 2018 ; Roland, 2018). » (Doyen, Audrey et Lebat, Cindy. 2019. *Idem*. p. 49)

Ces modifications financières et professionnelles entraînent un développement et un remodelage des compétences demandées aux médiateurs, explicitement ou non, comme l’avait déjà fait apparaître l’état des lieux théorique. Cependant, l’enquête exploratoire a permis de dévoiler plus finement les compétences concernées, les modalités de leur développement et de leur intégration par les médiateurs.

Les compétences techniques semblent être les compétences spécifiques les plus demandées aux/par les médiateurs lors de la conception, de la production, de l’utilisation et de la maintenance des dispositifs numériques. Différentes stratégies sont alors déployées : **l’intégration** de ces compétences techniques, comme au Musée de l’Air et de l’Espace où le médiateur numérique doit explicitement maîtriser ces compétences ; **la mise à l’écart** de ces compétences techniques, comme dans le cas du guide conférencier indépendant de notre échantillon. Les influences de chaque facteur (médiateur en institution, indépendant, structures privées, questions générationnelles, géographiques, etc.) sur l’intégration et la mise à l’écart de ces compétences par chacun ne pourrait être appréhendées plus finement que par une enquête encore plus approfondie. **La présente enquête exploratoire montre cependant que ces compétences techniques ne sont de loin pas les compétences les plus mobilisées par les médiateurs lors de leurs usages des dispositifs numériques :**

« Aujourd’hui on va trouver facilement des tutos sur internet qui nous expliquent comment faire un programme python pas trop compliqué, on peut commencer même en tant que concepteur à s'appropriier des outils numériques sans devoir passer par un programmeur » (Art’m)

En effet, loin de s’effacer devant le numérique, le médiateur est plus que sollicité lors des usages des dispositifs numériques en médiation. Il lui faut adapter les dispositifs à son discours et **développer de nouvelles compétences relevant autant de l’animation que de la technique :**

- **La gestion et la coordination de groupe** en parallèle de la transmission de contenus théoriques, par exemple lorsque le médiateur fait jouer des groupes sur des dispositifs tout en utilisant ces derniers comme support théoriques. C’est par exemple le cas à la Cité de l’économie, où les nombreux dispositifs numériques imposent aux médiateurs de jongler entre transmission de savoirs théoriques et gestion des dynamiques de groupes (collaborations, conflits, etc.) ;
- **La gestion de l’interactivité**, inhérente aux dispositifs numériques, qui impose au médiateur de trouver sa place tant physique que cognitive entre le visiteur et le dispositif numérique, une place souvent impensée lors de la conception des dispositifs ;
- **La gestion de l’appréhension par chaque usager des ergonomies numériques** : « il y a des personnes qui peuvent être un peu rebutées par ça ou qui en n’ont jamais utilisé, qui ne savent pas qu’une tablette c’est tactile et qu’il faut appuyer dessus. Il faut bien qu’il y ait quelqu’un qui soit là pour expliquer » (Art’m) ;
- Finalement, dans une moindre mesure, **la gestion des problèmes techniques** qui peuvent apparaître lors de la visite, cette dernière catégorie s’apparentant clairement pour les médiateurs à n’importe quelle gestion d’imprévus lors de la visite.

Un point essentiel mis en lumière lors de cette enquête exploratoire est bien **l’articulation opérée par le médiateur avec les dispositifs numériques** : l’articulation se fait ainsi principalement dans **une adaptation du dispositif au discours et non l’inverse**, comme le confirme la médiatrice du Musée Saint Raymond :

« Tous les dispositifs évoqués sont un support qui accompagne le propos du médiateur dans la visite » (Musée Saint Raymond).

Ainsi, il apparaît lors des observations que les médiateurs piochent dans les dispositifs numériques différents supports à leurs discours : les schémas et graphiques, l'audio-visuel, l'interactivité, etc. **Le dispositif numérique est ainsi segmenté en différentes propriétés** utilisées de manière indépendante comme supports du discours théorique ou de l'animation de la médiation. Une enquête approfondie serait l'occasion de dresser plus finement la typologie des usages des dispositifs.

Finalement, il convient de souligner que ces nouvelles compétences développée entraînent **un besoin en formation accru**, comme le soulignaient les textes théoriques compilés dans la bibliographie commentée, mais aussi et surtout l'allongement du temps de formation et d'appropriation des outils : au-delà de l'intégration des compétences techniques, comme nous l'avons vu, la majorité des compétences développées lors de médiations numériques – gestion, animation, dissection des dispositifs, etc. – demandent un temps long pour être correctement intégrées et testées. La question de la gestion du temps est donc un paramètre crucial, profondément impacté par l'arrivée des dispositifs numériques dans les médiations humaines, qui doit être pris en compte dans la formation initiale et continue des médiateurs.

« Je pense que c'est nécessaire de former les personnels qui sont là depuis longtemps et qui ne connaissent pas ces utilisations. C'est clairement un temps qu'il faut prendre sinon ce ne sera pas utilisé. On fournira le produit et ils ne pourront pas s'en servir. » (Musée de l'Air et de l'Espace)

II. l'expérience permise au visiteur par le numérique : les attentes des médiateurs

Les médiateurs en général, et particulièrement ceux que nous avons rencontrés dans le cadre de cette enquête, s'intéressent au visiteur et à son expérience lors de sa venue dans le site culturel. Face au numérique, ils développent donc nécessairement des attentes en ce qui concerne le visiteur, et les formulent de manière plus ou moins explicite. Ce sont ces attentes que nous allons mettre à jour dans cette seconde partie. Il ne s'agit pas de saisir les effets réels du numérique sur l'expérience ou les pratiques du visiteur, mais bien les effets attendus ou espérés tels que nous les ont exprimés les personnes rencontrées.

1. Le numérique pour transmettre des connaissances

Les médiateurs et personnes en charge des publics ou des dispositifs numériques que nous avons rencontrés ont une vision de la médiation culturelle fondée autour de l'objectif principal de la transmission de connaissances⁶, que le numérique viendrait faciliter.

« C'est un moyen d'arriver à faire passer de la connaissance » (Musée Saint Raymond).

« Pour le visiteur, il est vraiment différent lorsqu'il a la tablette par rapport au portfolio, il est beaucoup plus attentif » (Guide conférencière indépendante).

Le numérique est donc perçu comme étant au service de cet objectif cognitif et il doit, au regard de ses instigateurs, **apporter une nouvelle forme de transmission des connaissances**, en aidant le visiteur à visualiser, à s'imaginer le propos de l'exposition. Cette volonté est fondée sur la conviction que le numérique développe un rapport nouveau au contenu, s'éloignant d'une approche très classique fondée sur le texte.

« La connaissance ne se transmet pas que par la parole ou l'écrit, mais aussi par la visualisation ou le mouvement, l'interaction, l'expérience » (Maison des mathématiques).

L'outil numérique doit pouvoir apporter une dimension nouvelle, ou supplémentaire par rapport à une médiation classique, et permettre ainsi une transmission de connaissances facilitée car faisant appel à l'imagination des visiteurs. **Il apparaît donc comme un atout indéniable dans la réalisation des missions des établissements culturels.**

« Pour nous, c'était aussi le moyen de lever une barrière psychologique. Nous sommes nombreux à avoir un frein avec les mathématiques, donc peut-être qu'avec le casque et en rentrant dans ce monde d'Alice au pays des merveilles, on voit le sujet de façon différente » (Maison des mathématiques).

« Ce qui nous plairait le plus serait d'arriver à projeter des couleurs sur les statues, parce que les gens ont vraiment du mal à imaginer ça, c'est très compliqué » (Musée Saint Raymond).

⁶ Cet aspect était déjà mis en évidence dans les textes sélectionnés dans la bibliographie commentée. Nous avons souligné cet aspect dans la partie « La médiation culturelle : des fondements théoriques à l'expérience du visiteur », p. 24.

2. L'enjeu expérientiel du numérique

« La conception d'outils de médiation culturelle ayant recours au numérique permet dans une certaine mesure la création d'expériences uniques, hors du commun et novatrices. »

(Doyen, Audrey et Lebat, Cindy. 2019. *Idem*. p. 26)

Les discours recueillis font également la part belle à **la notion d'expérience, valorisée pour le nouveau rapport aux contenus qu'elle permettrait**. Le lien entre numérique et expérience avait déjà été mis en évidence dans la bibliographie commentée. Pour autant, même si l'expérience est mise en avant dans un sens très positif, il nous semble que la définition exacte reste floue : il n'est pas aisé de saisir précisément ce que recouvre ce terme et à quoi il renvoie.

L'enjeu lié à l'aspect *expérientiel* du numérique semble, dans les discours, **être associé surtout à la transmission de connaissances**, qui serait facilité par ces nouvelles modalités d'accès aux œuvres permises par ces nouveaux dispositifs.

« Visualiser les maths c'est difficile, nous nous sommes donc dit qu'avec la réalité augmentée on pouvait permettre au public de vivre une expérience seul mais aussi en groupe, avec un médiateur, de rentrer dans un univers mathématique dans lequel on expérimente des choses et on interagit avec. On les visualise, elles bougent, on se pose des questions, on tourne autour » (Maison des mathématiques).

« Le numérique permet de rendre la chose plus vivante, plus adaptée » (Musée Saint Raymond).

« Je pense que c'est vraiment pour capter l'intérêt du spectateur, parce que le côté des choses qui bougent et des vues en 3D ça attire l'attention mais il ne faut pas que ça dure trop longtemps » (Musée Saint Raymond).

Le numérique est décrit comme pourvoyeur d'expérience en ce qu'il apporte une dimension sensible et corporelle à la visite (notamment liée à la manipulation). En revanche, l'aspect émotionnel classiquement lié à la notion d'expérience n'apparaît pas dans les discours.

3. Un risque d'appauvrissement du contenu et de l'expérience au profit de l'attrait de la « nouvelle technologie »

Nous l'avons dit en introduction : les personnes rencontrées n'ont pas une vision naïve et exaltée de leurs pratiques et de l'usage du numérique en général. Ils posent au contraire sur eux un regard critique et font preuve d'une certaine distance. **Le numérique n'est jamais perçu comme un objectif en soi**, il doit participer d'un projet plus large.

« Je ne pense pas que le numérique soit la seule solution pour venir au musée, loin de là, c'est le discours muséal dans son entier qui doit évoluer. Le numérique est un déclencheur » (Musée de l'Air et de l'Espace).

Les professionnels ne se laissent pas aller à un engouement aveugle face au numérique, qui pourrait être perçu comme la panacée du monde muséal. **Au contraire, le numérique suscite des craintes, et les professionnels rencontrés émettent des réserves, face à la conscience de ses limites**. La principale limite évoquée est le risque **d'appauvrissement du contenu** au profit de l'attrait pour la nouveauté et l'innovation.

« À chaque fois, on a associé écrans en face de dispositifs, mais il n'y avait pas que ça : il y avait aussi du contenu. C'était comme si le seul moyen de transmettre était avec de l'image, de l'électricité, une tablette... » (Maison des mathématiques).

« Dans des musées où il y a des écrans pour des écrans ça m'évoque beaucoup trop de moyens pour se perdre et ne pas retenir tout ce qui est dit. C'est mieux qu'il y en ait peu, que ce soit clair et que ce soit associé à des manipulations » (Musée Saint Raymond).

L'écueil du manque de contenu, dans lequel certains établissements muséaux ont pu tomber dans les débuts de l'usage du numérique dans les pratiques de médiation, est clairement pointé du doigt.

« Lorsqu'on rentre dans le contenu des dispositifs, on se rend compte que le numérique a été utilisé quand nous ne savions pas vraiment ce qu'on allait dire » (Maison des mathématiques).

« L'immersion ou le questionnement n'apparaît plus ici car tout tourne autour de cette table interactive » (Maison des mathématiques).

4. Numérique et médiation : reconfigurer les interactions sociales

Les discours recueillis pointent un autre aspect associé au numérique, celui du volet social de l'expérience de visite. En effet, les outils et pratiques de médiation numériques favoriseraient les interactions entre visiteurs. Ces interactions prennent la forme de discussion sur le contenu transmis par l'exposition, et peuvent avoir lieu à différents temps de la visite (pendant ou après).

« Ce que j'aime beaucoup dans l'utilisation des tablettes c'est que ça permet de fédérer les gens dans le groupe. [...] Si on prend un groupe avec des gens hétéroclites de tous les âges, là vous allez au contraire les rassembler. Si vous avez une famille avec des jeunes de 14-15 ans, c'est le moyen de leur faire parler un langage commun. C'est ce que permet la tablette » (Guide conférencière indépendante).

« L'*escape game* en lui-même c'est en fait un outil qui permet de lancer des discussions » (Art'm).

« Ce qu'on a vraiment pu observer et ce qui était un de nos objectifs, était l'aspect immersif vraiment présent. Les gens plongent et sont embarqués dans l'histoire. Cet aspect immersif a comme répercussion de donner envie de discuter à la fin » (Art'm).

Les rapports entre les visiteurs sont donc reconfigurés, mais ceux entre le public et le guide sont eux-aussi impactés. Le numérique permet, selon les acteurs rencontrés, d'améliorer les échanges entre les visiteurs et le médiateur.

« Il y a un médiateur qui nous guide, nous ne nous retrouvons pas tout seul car il y a un groupe autour de nous et à la fois nous sommes indépendants et autonomes » (Maison des mathématiques).

« J'ai un grand intérêt pour l'outil numérique parce que je trouve que c'est génial. Cela permet de fédérer le public et d'avoir un autre langage avec mes visiteurs » (Guide conférencière indépendante).

5. Élargissement des publics ? Toucher les publics jeunes.

Le numérique, et de manière plus large l'innovation, est associé de façon plus ou moins spontanée à la jeunesse. Cela est perçu positivement par les professionnels rencontrés, qui y voient un enjeu

à la fois pour s'adresser à de nouveaux publics, mais aussi et encore une fois pour reconfigurer les rapports sociaux au sein de l'expérience de visite. **En effet, une des attentes formulées face au numérique est de le voir favoriser des échanges intergénérationnels.**

« Si on prend un groupe avec des gens hétéroclites de tous les âges, là vous allez au contraire les rassembler. Si vous avez une famille avec des jeunes de 14-15 ans c'est le moyen de leur faire parler un langage commun. C'est ce que permet la tablette » (Guide conférencière indépendante).

Toutefois, cette thématique du public jeune permet encore une fois de rappeler la distance critique des acteurs rencontrés : s'ils attendent du numérique qu'il mobilise des publics nouveaux, et surtout des jeunes, **ils expriment avec force la conviction que les outils ne sont pas suffisants en eux-mêmes, mais qu'ils doivent faire partie d'un projet plus large.**

« Il me semble qu'il y a un présupposé tenace à vouloir atteindre une tranche de public que les musées n'arrivent pas à mobiliser que sont les 18-25 ans. On se dit aussi que le numérique correspond à ces générations, que c'est "fun". En revanche je ne pense pas que le numérique soit la seule solution pour venir au musée, loin de là, c'est le discours muséal dans son entier qui doit évoluer. Le numérique est un déclencheur » (Musée de l'Air et de l'Espace).

Conclusion et approfondissements

À l'issue de cette étude et de l'analyse de l'ensemble des données récoltées, un certain nombre de questions, fondées sur la mise en lumière de plusieurs contradictions dans les discours et les postures, ont émergé. Ces questions constituent autant d'axes et de thématiques qu'il nous apparaîtrait pertinent de développer et d'approfondir dans la poursuite de ce travail exploratoire. Quatre points nous semblent pouvoir constituer la colonne vertébrale d'une enquête plus large. Cette dernière devrait apporter des éclaircissements et définir de manière plus précise :

→ Les usages des dispositifs par les médiateurs lors des visites guidées :

L'enquête exploratoire a montré un usage fractionné des dispositifs numériques par les médiateurs lors de leurs visites : les médiateurs n'utilisent que peu l'entier du dispositif, ces derniers étant en outre conçu de manière de plus en plus complexe (multiplication des possibilités de jeux, d'interactivité et d'outils au cœur d'un même dispositif). Il serait donc intéressant de dresser une typologie des usages des dispositifs numériques dans les médiations, dans un premier temps, en cartographiant ces usages et les degrés de morcellement des dispositifs que les médiateurs opèrent : utilisation de la seule interface, utilisation des graphiques, utilisation d'un exercice, utilisation du film, du son, etc. Dans un deuxième temps, il semble intéressant d'observer et d'analyser les différentes formes d'articulation au propos que le médiateur crée selon la partie du dispositif utilisée. Cela permettrait de comprendre à la fois la façon dont les médiateurs structurent leur travail en intégrant le numérique, mais aussi d'approfondir la connaissance des dispositifs en eux-mêmes.

→ La représentation et la définition du concept d'expérience et son application :

Si la notion d'expérience revient régulièrement dans les discours, force est de constater que son sens n'est jamais tout à fait explicite. Néanmoins, le terme est classiquement associé à l'engagement sensoriel et corporel du visiteur⁷. Pourtant, le numérique ne permet pas nécessairement – voire assez rarement – cette forme d'engagement. Une étude complémentaire sur cette thématique permettrait de percevoir la façon dont ces objectifs contradictoires sont

⁷ Gélinas, Dominique. 2014. « Le sensorium synthétique : réflexion sur l'utilisation de l'expographie immersive numérique et muséale ». *Conserveries mémorielles. Revue transdisciplinaire*, 16 (septembre). Disponible en ligne : <http://journals.openedition.org/cm/2000>.

résolus dans les représentations des médiateurs, mais aussi la façon dont ils se rencontrent concrètement dans les pratiques et dispositifs.

→ Le poids de l'injonction à l'innovation :

Si nous avons déjà souligné une distance critique face au numérique, il n'en reste pas moins que le numérique continue d'exercer, de manière plus ou moins franche, une sorte de fascination, liée au mythe de l'innovation. Celui-ci viendrait se placer en opposition à des acceptions plus classiques d'un musée « ennuyeux », « poussiéreux » « désuet ». A cela s'ajoute la conviction de l'usage du numérique par les jeunes, apparaissant comme une aubaine pour toucher ce public. Cette apparente contradiction constitue également un axe qui pourrait être développé dans une nouvelle étude, afin de saisir plus précisément les représentations et attentes réelles face au numérique et, plus largement, à l'injonction à l'innovation.

→ Les besoins de formation professionnelle :

L'entier de ces approfondissements nous semble finalement tendre vers un objectif commun : définir la notion d'expérience, préciser les tendances structurelles et l'influence de l'innovation dans l'évolution des musées, cartographier les usages et saisir plus finement la place cognitive et physique du médiateur face au dispositif, permet de comprendre avec plus de précision l'influence des différents facteurs sur l'intégration et/ou la mise à l'écart des compétences techniques dans leurs pratiques professionnelles et ainsi définir plus finement besoin de formation des médiateurs culturels pour élaborer une offre de formation adéquate.