INTRODUCTION

Emmanuelle Chevry Pébayle

Maîtresse de conférences, Université de Strasbourg, LISEC UR 2310

chevry@unistra.fr

Hans Dillaerts

Maître de conférences, Université Paul-Valéry Montpellier 3, LERASS

hans.dillaerts@univ-montp3.fr

Depuis l'émergence des réseaux sociaux numériques (RSN) [Stenger & Coutant, 2017], les archives, les bibliothèques, les musées et les autres institutions culturelles sont amenés à reconsidérer leurs stratégies de communication ainsi que leurs politiques de médiation envers leurs publics.

Face au besoin d'attirer plus de visiteurs, d'élargir et de fidéliser leurs usagers, les institutions culturelles s'approprient les méthodes de communication et les outils techniques d'aujourd'hui dans un contexte d'attentes expérientielles du public [Dalbera & Defretin, 2010 ; Schafer & Thierry, 2011]. Bien que facile à appréhender sur le plan technique, la communication sur les RSN pose de nombreux défis aux professionnels des institutions culturelles.

Les questionnements, que proposait d'explorer initialement l'appel à communication de ce deuxième dossier de la revue *Balisages*, s'inscrivaient au sein de trois grands axes.

Le premier proposait de s'intéresser aux **stratégies des institutions culturelles sur les RSN** à travers le prisme des enjeux organisationnels et communicationnels. Concernant ces derniers plus précisément, cet appel à communication proposait ainsi de questionner les dispositifs mis en œuvre au sein de ces institutions afin d'instaurer une véritable culture de communication. De même, cet appel avait pour vocation d'examiner comment les professionnels sont amenés à formaliser – ou non – la stratégie de communication de leur établissement sur les RSN et comment cette dernière s'intègre dans la politique globale de communication de l'institution.

Du point de vue des enjeux organisationnels, ces stratégies de communication constituent des leviers de valorisation de l'action publique qui doivent pouvoir être évaluées à la fois de manière quantitative et qualitative. Nous proposions de mettre en exergue les méthodologies et les indicateurs pouvant être mobilisés à cette fin et voir également comment ces méthodes d'évaluation impactent la vie de l'institution et les communautés professionnelles à travers, entre autres, les dispositifs d'accompagnement et de formation

Licence CC-BY-SA

qui sont mis en place – ou non – pour promouvoir ces nouvelles politiques communicationnelles.

Le deuxième axe suggérait d'étudier la **réception de ces formes de communication auprès des usagers** avec l'objectif de voir si celles-ci permettent un renouveau des dispositifs interactionnels entre les institutions culturelles, les communautés professionnelles d'une part et les usages de l'autre. De même, nous proposions d'examiner dans quelle mesure les RSN développent le lien social entre les usagers, entre les professionnels et les usages, et les communautés professionnelles. À travers ces divers questionnements, l'appel à communication avait également vocation à questionner la place traditionnelle des usagers dans les (nouveaux) dispositifs interactionnels et participatifs.

Enfin, le troisième axe proposait d'examiner les **modes de circulation du patrimoine sur les RSN** à travers le prisme des processus de (re)configuration de patrimonialisation et de (re)médiation.

La circulation d'objets patrimoniaux sur les RSN donnant lieu à des logiques d'appropriation différentes, nous proposions en premier lieu d'examiner de plus près les processus de (re)patrimonialisation et de transformation des objets patrimoniaux à travers les usages et les pratiques qu'en font les usagers et les acteurs, y compris à travers des stratégies de valorisation économique et marchande.

Au-delà de ces enjeux, la circulation du patrimoine sur les RSN pose également la question de la (re)médiation à l'intention des publics y compris les professionnels. L'appel proposait ainsi également d'identifier les publics et de voir comment tenir compte de leur diversité au niveau de la conception et du déploiement de dispositifs de médiation numérique.

PRÉSENTATION ANALYTIQUE DES ARTICLES RETENUS AU REGARD DES QUESTIONNEMENTS ÉVOQUÉS PAR L'APPEL À COMMUNICATION

Contextualisation et précisions sur ce numéro thématique

Les articles retenus dans le cadre de ce dossier thématique ne permettent pas d'explorer l'ensemble des questionnements ouverts évoqués précédemment. Si la stratégie des institutions culturelles à travers leurs usages des RSN et la réception de ces formes de communication ont bien été couvertes, il n'en est pas de même pour le troisième axe que nous avions identifié, la circulation du patrimoine sur les RSN.

Licence CC-BY-SA

De même, tous les lieux culturels ne seront pas abordés ici. Par rapport à tous les questionnements mis en exergue, sur les six articles retenus et présentés, quatre textes de ce numéro de *Balisages* couvrent le contexte des expositions au sein des musées et deux d'entre eux présentent la valorisation des fonds patrimoniaux détenus par des bibliothèques. Les archives patrimoniales et les services de l'Inventaire constituent donc également un angle mort de ce numéro thématique.

La force de ce dossier thématique, nous semble-t-il, réside dans ses regards croisés et multiples sur les objets et sujets traités que ce soit au niveau des méthodologies et approches conceptuelles mobilisées, les contextes (nationaux et internationaux), les médias sociaux traités ou encore les types de publication retenus. Concernant plus précisément ce dernier point et conformément à la politique éditoriale de la revue *Balisages*[1], ce numéro propose quatre articles de recherche et deux articles de praticiens, comme études de cas à dimension fortement réflexive, ainsi que la traduction de deux études menées à l'international.

Présentation des articles retenus

L'article de Sébastien Appiotti revient dans un premier temps sur les nouvelles injonctions à la créativité [Andonava & Kogan, 2015] et à la participation [Appiotti & Sandri, 2020] qui occupent une place désormais prépondérante dans les musées d'art et de société. Cet article permet donc de situer le contexte dans lequel s'inscrivent les (nouvelles) stratégies communicationnelles s'appuyant en grande partie sur les RSN. À travers une étude de cas, le corpus d'expositions temporaires de la Réunion des musées nationaux – Grand Palais, Sébastien Appiotti s'interroge ainsi sur la matérialisation scénographique des relations entre les RSN et les espaces de collection étudiés. Et il se demande comment s'incarne dans l'écriture des expositions et la conception de dispositifs cette mutation contemporaine de la participation photographique sur les RSN. Les dispositifs analysés (scénographies immersives, mots-dièse, écrans plats de visualisation de la participation) ont confirmé la circulation existante de formes scénographiques entre différents acteurs institutionnels et des RSN.

Les injonctions communicationnelles abordées précédemment trouvent leur prolongement dans les réflexions proposées par Camille Rondot dans la mesure où elle questionne le rôle de la communication dans les institutions culturelles qui s'inscrit de plus en plus dans une logique de performance. Elle s'intéresse également aux stratégies communicationnelles de deux institutions culturelles, et ce, plus précisément dans un contexte très spécifique et particulier, celui du premier confinement de 2020 en lien avec la crise sanitaire de la

1. < https://publications-prairial.fr/balisages/index.php?id=415 >.

Licence CC-BY-SA

COVID-19 marquée par la fermeture des musées et des institutions culturelles plus largement. À partir d'une analyse sémio-discursive de leurs publications, l'auteure examine ainsi comment deux institutions françaises parisiennes, le Grand Palais et le musée Jacquemart-André, ont investi les RSN pour valoriser leurs expositions temporaires déployées en ligne sur des dispositifs numériques divers. Cette étude constitue également une grille de lecture intéressante pour les praticiens et les chercheurs afin de mieux comprendre cet écosystème numérique complexe marqué par une articulation forte et parfois paradoxale entre les logiques de communication et de médiation.

Elena Villaespesa et Sara Wowkowych changent la focale de l'analyse en se mettant du côté de l'usager. Elles apportent également une dimension plus internationale à ce dossier en proposant dans un premier temps un état de l'art sur les usages des médias sociaux par les visiteurs de musées, puis en s'intéressant plus particulièrement aux pratiques des visiteurs d'un musée, celui du Brooklyn Museum. La méthodologie mobilisée, une démarche scientifique combinant des entretiens semi-directifs et la *photo elicitation*[2] (photo-élicitation), apporte également des éclairages intéressants pour analyser les pratiques des publications partagées sur les médias sociaux par les visiteurs de musées. Dans le cadre de cette étude, les auteures étudient plus précisément les *stories* publiées sur Instagram et Snapchat par les visiteurs du Brooklyn Museum. Les résultats apportés contribuent à une meilleure compréhension des motivations de ces pratiques de partage et de publication. Ces dernières se rapprochent effectivement des pratiques de photographie traditionnelle en musée comme la capture et la conservation d'un sentiment, d'un objet esthétiquement agréable, le partage d'une expérience ou la construction d'une identité personnelle. Cependant, le contenu partagé est façonné par son aspect éphémère qui motive une conservation et un montage minimaux et ne constitue en réalité qu'un scénario parmi d'autres dans la journée d'un visiteur de musées. C'est la raison pour laquelle les auteures plaident, en guise de conclusion, pour une meilleure prise en compte en amont de ces pratiques communicationnelles dans les politiques de médiation culturelle.

L'article de Francisca Blasco-Lopez, Nuria Recuero Virto, Joaquin Aldas Manzano et Daniela Cruz Delgado permet, quant à lui, et c'est sa principale valeur ajoutée dans ce dossier thématique, de croiser les regards et de multiplier les approches (conceptuelles et méthodologiques) sur les enjeux et questionnements mis en exergue dans l'appel à communication. Sa présence permet tout d'abord de prolonger la dimension internationale entamée

2.Méthode d'entretien en sociologie visuelle et en recherche marketing qui utilise des images pour susciter des commentaires (Wikipedia).

Licence CC-BY-SA

à travers l'article précédent, en proposant un focus sur le musée Frida Kahlo et le musée Diego Rivera Anahuacalli situés au Mexique. Puis les auteurs transposent le champ du marketing, ses questionnements et ses méthodes, aux contextes professionnels des musées. Les démarches méthodologiques mobilisées peuvent donc aider les praticiens et chercheurs à mettre en œuvre de nouveaux protocoles de recherche dans le cadre des institutions culturelles. Les auteurs étudient plus précisément le rôle que jouent les pages de *fans* Facebook (PFF) sur les intentions de visite en s'appuyant principalement sur le modèle conceptuel de Kim et Johnson [2016]. Les stratégies de ces deux musées sur Facebook diffèrent entre elles. Le musée Frida Kahlo se concentre sur la création d'une communauté en ligne, tandis que le musée Diego Rivera Anahuacalli cherche à fournir des informations pour attirer les visiteurs. Les résultats de l'enquête en ligne, menée entre mai 2016 et février 2017, auprès des abonnés des pages Facebook des deux musées, révèlent qu'il existe des différences entre les deux échantillons. Ces derniers diffèrent, d'une part, au niveau des effets directs de la qualité perçue des informations sur l'intention de visite, et d'autre part, sur les effets du service client perçu sur l'intention de visite. Cette étude fournit ainsi des indications utiles aux gestionnaires sur la manière d'accroître les intentions de visite de leurs abonnés sur Facebook.

Et enfin, pour clôturer ce dossier thématique, nous vous présentons deux retours d'expérience professionnels réflexifs. Au-delà de l'intérêt scientifique et professionnel qu'ils présentent pour ce numéro thématique, nous tenons à insister ici plus précisément sur les apports et éclairages complémentaires qu'ils apportent.

L'article proposé par Sophie Bertrand et Isabelle Degrange ne s'attache ni à évaluer ou qualifier l'investissement de la BnF, et plus précisément Gallica, sur les RSN, ni à examiner l'impact de ces derniers sur les stratégies communicationnelles de l'institution. Gallica, la bibliothèque numérique de la Bibliothèque nationale de France, est présente sur les RSN depuis 2010 et à ce titre, les auteures examinent, dans un premier temps, l'effet structurant sur le fonctionnement de l'institution, ou autrement dit, les modes organisationnels, de cette fonction de communication. L'analyse proposée par Sophie Bertrand et Isabelle Degrange appréhende ainsi l'équipe des RSN de Gallica comme un réseau social coopératif reposant sur une organisation et une coordination de travail collectives et transversales qui ont permis de pérenniser cette communication sur les RSN, initiée à l'origine à titre expérimental. Cet article propose ainsi une typologie de pratiques professionnelles et organisationnelles avec les éléments de compréhension nécessaires pour les transposer dans d'autres contextes et environnements professionnels. Enfin, les auteurs démontrent également comment l'activité sur les RSN impacte, au-delà des modes

Licence CC-BY-SA

organisationnels, la bibliothèque numérique elle-même à travers l'intégration des contenus publiés en co-construction avec la communauté de gallicanautes. Les dispositifs de médiation proposés sur les RSN enrichissent ainsi directement les collections de la bibliothèque numérique.

Julien Broquet et Manon Maurin, quant à eux, reviennent sur des questionnements abordés antérieurement, à savoir les stratégies de communication sur les RSN, mais en les inscrivant dans un ancrage et un dispositif territorial précis. L'article met ainsi en exergue une initiative portée par la bibliothèque Václav-Havel à Paris, le fonds patrimonial la Chapelle numérique qui constitue un projet de mémoire numérique afin de collecter et valoriser les ressources patrimoniales numérisées du quartier de la Chapelle. Le fonctionnement de ce fonds patrimonial est qualifié par les auteurs comme réticulaire dans la mesure où tous les acteurs (institutionnels ou non) et habitants du quartier sont partie intégrante à part entière de ce dispositif participatif. Les auteurs s'attachent ici à expliciter comment les stratégies de communication s'appuient sur l'identité de la bibliothèque, ses forces réticulaires, et les communautés d'intérêt qu'elle suscite à travers la théorie de la modernité de Niklas Luhmann [2011]. À travers ce cadre conceptuel, qui est tout à fait transposable d'un environnement professionnel à un autre, les professionnels de l'information-documentation et de la culture, plus largement, peuvent mettre en place des dispositifs de médiation numérique dits de proximité pour renforcer l'ancrage territorial et local des services proposés par les bibliothèques.

Nos remerciements vont aux auteur.es, ainsi qu'aux membres du comité de lecture, qui ont œuvré pour la parution de ce numéro dans un contexte sanitaire particulièrement difficile.

Les membres du comité de lecture

- Magali Bigey, maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication, université de Franche-Comté, ELLIAD ;
- Nicole Boubée, maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication, université Toulouse – Jean Jaurès, LERASS ;
- Thierry Claerr, conservateur général des bibliothèques, chef du bureau de la lecture publique, département des bibliothèques, Service du livre et de la lecture du ministère de la Culture et de la Communication ;
- Simona De Iulio, professeure des universités en sciences de l'information et de la communication, université de Lille, GÉRIICO ;
- David Douyère, directeur de recherche, université de Tours, PRIM ;

Licence CC-BY-SA

- Alain Kiyindou, professeur des universités en sciences de l'information et de la communication, université Bordeaux Montaigne, MICA ;
- Fabien Liénard, professeur des universités, université Le Havre Normandie, IDEES ;
- Fanny Mazzone, maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication, université Toulouse – Jean Jaurès, LERASS ;
- Fabrice Pirolli, maître de conférences (HDR) en sciences de l'information et de la communication, Le Mans université, CREN ;
- Éva Sandri, maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication, université Paul-Valéry Montpellier 3, LERASS ;
- Florence Thiault, maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication, université Rennes 2, PREFICS ;
- Philippe Viallon, professeur des universités en sciences de l'information et de la communication, université de Strasbourg, LISEC.

BIBLIOGRAPHIE

Andonova, Y., & Kogan, M.-F. (2015). *De l'injonction à la créativité à sa mise en œuvre : quel parallèle entre monde de l'art et monde productif ? Actes de colloque, Maison des Sciences de l'Homme (MSH Ange Guépin) Nantes, 9 au 10 avril 2015*. < https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01413687/document >.

Appiotti, S., & Sandri, É. (2020). « "Innovez ! Participez !" Interroger la relation entre musée et numérique au travers des injonctions adressées aux professionnels ». *Culture & Musées*, 35. < https://doi.org/10.4000/culturemusees.4383 >

Dalbera, J.-P., & Defretin, A. (2010). « Scénographie et musées virtuels ». *Culture & Musées*, 16, p. 256-260. < https://www.persee.fr/doc/pumus_1766-2923_2010_num_16_1_1579 >.

Galaup, X. (dir.). (2012). *Développer la médiation documentaire numérique*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib. < http://mediationdoc.enssib.fr/ >.

Jeanneret, Y. (2008). *Penser la trivialité*. Volume 1. *La vie triviale des êtres culturels*. Paris, Hermès science publications-Lavoisier.

Kim Angella J., & Johnson, Kim K. P. (2016). "Power of consumers using social media: Examining the influences of brand-related user-generated content on Facebook". *Computers in Human Behavior*, Vol. 58, p. 98-108. < https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.047 >.

Lemay, Y., & Klein, A. (2012). « La diffusion des archives ou les 12 travaux des archivistes à l'ère du numérique ». *Les Cahiers du numérique*, 8 (3), p. 15-48. < http://dx.doi.org/10.3166/lcn.8.3.15-48 >.

Luhmann, N. (2011). *Systèmes sociaux : esquisse d'une théorie générale*. Québec, Presses de l'Université Laval.

Licence CC-BY-SA

Mesguich, V., & Amar, M. (dir.). (2009). *Le web 2.0 en bibliothèques : quels services ? Quels usages ?* Paris, Éditions du Cercle de la Librairie.

Régimbeau, G. (2015). « Du patrimoine aux collections numériques : pratiques, discours et objets de recherche ». *Les enjeux de l'information et de la communication*, 16/2 (2), p. 15-27. < https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2015-2-page-15.htm >.

SAA, Society of American Archivists. (2009). *The Interactive Archivist: Case Studies in Utilizing Web 2.0 to Improve the Archival Experience*. < http://interactivearchivist.archivists.org/ >.

Schafer, V., & Benjamin, T. (2011). « Le mariage de raison du musée d'art et du Web ». *Hermès, La Revue*, 61, (3), p. 102-105. < http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/45512/Hermes_2011_61-102-105.pdf >.

Stenger, T., & Coutant, A. (2017). « Les réseaux sociaux numériques : des discours de promotion à la définition d'un objet et d'une méthodologie de recherche ». *Hermès - Journal of Language and Communication in Business*, 23 (44), p. 209-228. < https://doi.org/10.7146/hjlcb.v23i44.97330 >.

Thiemer, K. (dir.). (2011). *A different kind of Web: new connections between archives and our users*. Chicago, Society of American Archivists.

Licence CC-BY-SA