

nouvelle, mais la pandémie de COVID a contraint les musées à trouver des alternatives innovantes, comme expliqué dans un article de Site Museum en janvier 2022. Visites virtuelles, réalité augmentée, certains établissements ont su tirer leur épingle du jeu, en proposant un accès à leurs collections à distance.

Le numérique est certes une porte d'entrée vers le musée, mais il est aussi un outil d'enrichissement de la visite, la rendant plus interactive, avec par exemple des marqueurs à scanner ou une application. • Ceux-ci peuvent même offrir un prolongement de la visite, une fois le visiteur parti, nous explique Corinne Baujard dans un article de 2022.

Les reproductions en 3D permettent même d'avoir accès à un patrimoine invisible ou disparu, comme des fossiles, une œuvre recouverte de Picasso dévoilée par une intelligence artificielle ou des œuvres volées. Un projet de musée virtuel proposera, sous l'égide de l'Unesco, de découvrir des œuvres volées.

En médiation, les usages sont multiples, mais également en communication

2) Un outil de communication et de démocratisation

Avec Internet et les réseaux sociaux, le numérique est lié de très près au domaine de la communication.

FONCTION PUBLIQUE TERRITORIALE  
CENTRE DE GESTION DE : La Marme

Intitulé du concours ou de l'examen : Assistant de conservation du patrimoine et bibliothèque principal 1<sup>er</sup> classe (AVG)

CONCOURS  (1) Interne  (1)  
Externe  (1)  
EXAMEN  (1) Troisième voie  (1)

(1) Cocher la case correspondante

ouvert le 28 mai 2024

à Gérardmer

Epreuve de Note

Spécialité et/ou option : Musée  
(le cas échéant uniquement)

Numéro d'anonymat   
Cadre réservé à l'administration



3923060766

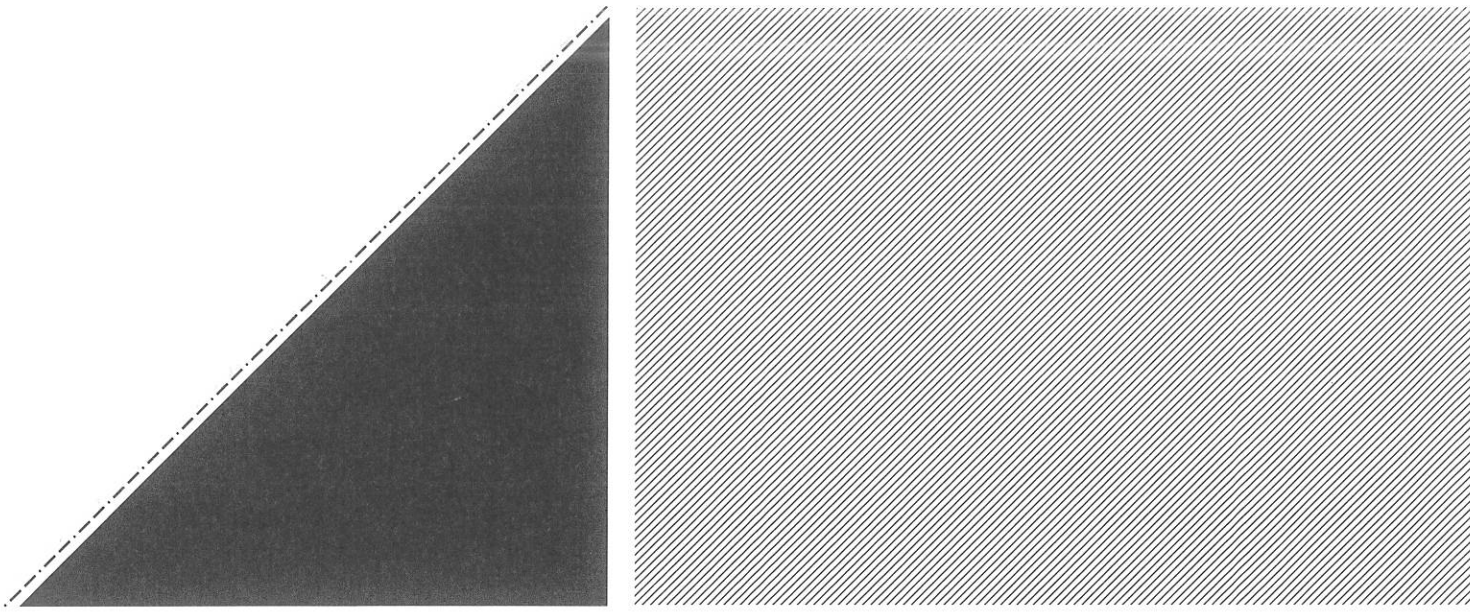
et coller la partie gommée  
OBLIGATOIRE POUR GARANTIR VOTRE ANONYMAT

A l'attention de M. le Directeur  
du musée municipal du Cultureville

Objet : Note sur le numérique au service de l'action  
des musées

Depuis l'arrivée d'Internet et des nouvelles technologies, le numérique a fait son entrée dans le monde de la culture et plus particulièrement dans celui des musées. Mais en quoi celui-ci peut-il se mettre au service de leurs actions ?

Dans un premier temps, nous allons dresser un état des lieux du numérique en tant qu'enjeu sociétal afin de comprendre la place qu'il occupe aujourd'hui, puis nous verrons comment celui-ci est devenu un outil de médiation et de communication d'part entière pour de nombreux établissements culturels, enfin nous terminerons avec une analyse des ~~ses~~ limites de son rôle dans le développement des musées.



## I) Le numérique : un enjeu de société

Les musées ne sont pas les seuls concernés, c'est toute la société qui est aujourd'hui impactée par le numérique. Nous allons faire le point sur cette tendance dans cette partie.

### 1) La place du numérique dans la société.

Informatique, Internet, réseaux sociaux, depuis la fin des années 90, le numérique est entré dans les usages de notre quotidien et tient une place prépondérante dans notre société. La transition vers le numérique est devenue une nécessité pour les établissements culturels, s'ils veulent s'adapter aux évolutions actuelles. D'après un état des lieux du numérique du Ministère de la Culture dévoilé en 2021, 55% des lieux culturels interrogés voient le numérique comme un axe prioritaire.

D'ailleurs l'arrivée du numérique dans les musées ne date pas d'hier.

### 2) Le numérique et les musées

D'après un article paru en 2014 dans la Revue française des Sciences de l'information et de la communication, les institutions culturelles ont considéré le numérique comme un moyen de collaboration facilité entre les structures depuis le début des années 2000. A cette époque les musées proposent déjà des solutions numériques comme des CD Rom ou des bases de données disponibles sur leur site web.

Depuis, les outils n'ont cessé d'évoluer, alors qu'en est-il aujourd'hui ? C'est ce que nous allons étudier dans la partie suivante.

## II) Le numérique : un outil au service des musées.

Le numérique offre des possibilités nouvelles aux musées, que ce soit en terme de gestion des collections, de médiation ou de communication. Nombreux sont les axes de développement grâce à cette révolution technologique.

### 1) Un outil de médiation

L'arrivée du numérique a permis de diversifier les actions de médiation dans les musées. Nous l'avons vu précédemment, la diffusion des œuvres et des collections via le web ou d'autres outils numériques n'est pas

outil essentiel au service des musées,  
mais il reste ~~un~~ un outil parmi d'autres.



Pour un musée, être présent sur les réseaux sociaux, c'est d'abord s'assurer une visibilité auprès d'un large public, qui dépasse bien les limites géographiques habituelles. Cela permet une visibilité internationale et certains lieux culturels vont jusqu'à développer une image de marque afin de profiter de partenariats privés. Être visible sur les réseaux c'est être novateur, mais également "jeune". On peut le lire dans un article paru en 2019 dans "Les Enjeux de l'information et de la communication".

Le numérique est un outil de démocratisation culturelle à ne pas négliger. Il permet de toucher un jeune public amateur de nouvelles technologies et d'images. Les youtubeurs, par exemple, peuvent être des vecteurs de contenu culturel ou scientifique et avec une touche d'humour, touchant un public qui ne se serait pas intéressé au sujet de premier abord.

Le numérique devient encore une fois une porte d'entrée vers le musée. Il permet de casser l'image de "temple sacré" trop souvent associée aux établissements culturels.

Cependant, le numérique n'est pas ~~non~~ la solution à tous les problèmes. Nous aurions tard de le penser.

Il a également ses limites. C'est ce que nous allons voir dans la dernière partie.

### III) Les limites du numérique

#### 1) Des coûts et moyens importants

Le numérique est lié aux nouvelles technologies, et même s'il est simple de tourner une vidéo pour Facebook, cela l'est moins quand il s'agit d'une reconstruction en 3D ou de réalité augmentée. Les coûts ne sont pas à négliger et seules les grandes structures peuvent se permettre de gros investissements.

De même, le personnel se doit d'être formé afin de savoir se servir du numérique. Celui-ci requiert parfois des postes spécifiques comme un responsable informatique ou un community manager.

#### 2) La sobriété numérique

La période de pandémie de COVID et le développement du numérique à outrance a créé un "ras-le-bol" des écrans. Une partie de la population sature du numérique et elle ne doit pas être oubliée.

Le numérique est également un grand consommateur d'énergie, à une époque où nous parlons beaucoup de sobriété. Il faut faire attention à ne pas tomber dans l'excès.

De plus, le numérique ne remplace pas l'expérience au contact direct de l'œuvre. Il est un outil mais pas un but.

#### 3) Une démocratisation partielle

Il est vrai que le numérique permet de toucher un public plus large, mais pas tous les publics. Il apporte une démocratisation de la culture mais seulement partielle. Un article de Groupe SOS Culture Musées de 2019 met en garde contre ces dérives. Le numérique seul ne suffit pas et doit faire partie d'une stratégie plus globale de médiation. Il ne suffira pas à faire tomber toutes les barrières.

Pour conclure, le numérique se doit de faire partie des outils au service du musée, de part la place qu'il occupe aujourd'hui dans la société. Il offre une gamme très large d'outils de médiation qui enrichissent la visite, et permet d'élargir le public touché. Mais il faut prendre garde à ne pas compter que sur lui, car la démocratisation de l'offre culturelle passe aussi par d'autres moyens. Le numérique est un