

Galleries, Libraries, Archives, Museums (GLAMs)

Intellectual Output 4 General Conclusions' Report

The GLAMers



Fiche descriptive sur le livrable

| | |
|-------------------------------------|---|
| Auteur | Menelaos Lambis |
| Organisation responsable | C.I.P. Citizens in Power |
| Date de soumission | 18/01/2023 |
| Niveau de diffusion | Public |
| Numéro de projet | 2020-1-CY02-KA227-YOU-002022 |
| Site web du projet | https://glamers.eu/ |
| Numéro et titre de la sortie | O4 - Cartographier le changement social : L'engagement des jeunes pour le rétablissement du GLAM |
| Co-auteurs | Clelia Arminiotou, Marinos Ioannides, Pier Giacomo Sola, Marco Fiore, Corinne Szteinsznaider, Marta Kuliš Aralica, Vedrana Ceranja, Iva Novak, Katerina Zourou, Stefania Oikonomou, Aris Dimitriou |
| Résumé | <p>Alors que les IO1, IO2 et IO3 ont mis l'accent sur la renaissance des GLAMs par le biais de l'engagement des jeunes, l'IO4 complète cette approche en mettant l'accent sur les valeurs sociales, avec les jeunes au cœur de celles-ci.</p> <p>Avant la production de ce rapport, 4 activités culturelles sous forme d'événements ont eu lieu dans tous les pays partenaires. Grâce à ces événements, une série de vidéos sur les « choses à faire et à ne pas faire » a été créée par les partenaires responsables auprès des participants. Dans ce rapport, nous mettons l'accent sur les conclusions générales qui ont été tirées des entretiens utilisés pour produire les vidéos "Do's & Don'ts".</p> <p>Toutes les vidéos sont disponibles sur le site web du projet.</p> |
| Liste de mots-clés | Jeunesse, Pandémie, Galeries, Bibliothèques, Archives, Musées, Culture, Numérique, GLAMs |
| Copyright | Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0 |

Table des matières

| | |
|---|---|
| INTRODUCTION..... | 2 |
| SECTION 1 - Les professionnels du secteur Culturel et Créatif en Grèce | 2 |
| Section 2 - Jeunes participants de Chypre..... | 3 |
| 2.1 - Professionnels du secteur Culturel et Créatif de Chypre / Questions relatives au GDPR et à l'anonymat | 3 |
| SECTION 3 - Les professionnels du secteur Culturel et Créatif et les jeunes de Croatie..... | 4 |
| SECTION 4 - Les professionnels du secteur Culturel et Créatif de France | 5 |
| CONCLUSION..... | 5 |

INTRODUCTION

Ce document est la suite de The GLAMers IO3 "Synthèse du rapport d'évaluation d'impact des événements culturels impliquant des jeunes". Chaque section correspond à chaque vidéo "Do's & Don'ts" produite par les organisations partenaires du consortium The GLAMers.

* Une section supplémentaire a été créée pour les entretiens menés par l'Université de technologie de Chypre après la fin de l'événement à Nicosie, Chypre. Pour des raisons de GDPR, les personnes interrogées ont préféré conserver leur anonymat, nous fournissons donc une ébauche de leurs réponses dans la section 2.

SECTION 1 - Les professionnels du secteur Culturel et Créatif en Grèce

Au cours de la vidéo Do's & Don'ts produite par W2L, trois professionnels du secteur culturel et créatif (CCS) ont été interviewés :

- Ioanna Lemoni, représentant le Musée d'histoire naturelle de Goulandris ;
- Evelina Sarantidi, représentant le Centre culturel de la Fondation Stavros Niarchos (SNFCC) ;
- Christodoulos Ringas, représentant la Fondation culturelle du groupe bancaire Pireus.

Au cours des entretiens, Ioanna Lemoni a répondu si elle pense que la transformation numérique du Musée d'histoire naturelle de Goulandris et de ses activités aura un effet positif sur l'engagement actif des jeunes. Ioanna Lemoni a répondu qu'en termes de transformation numérique, le Musée d'histoire naturelle de Goulandris essaie de s'adapter à la nouvelle réalité numérique, ils suivent les tendances, donc les personnes qui visitent les expositions peuvent interagir avec elles, et certaines parties sont numériques. A la question numéro deux, on a demandé à Ioanna Lemoni s'il y avait une perspective d'approfondir les liens du musée avec les jeunes, et Ioanna a répondu qu'en réalité, les deux principaux groupes d'âge qui visitent le musée le plus souvent sont les écoliers et les personnes de plus de 35 ans. Ce fossé s'étend de 17 ans, en tant qu'étudiants, à 35 ans, lorsque les gens recommencent à visiter le musée avec leurs enfants. Le musée tente de réduire ce fossé en proposant des activités qui intéressent et attirent les personnes de plus de 17 ans. Ces activités sont principalement axées sur la numérisation des expositions du musée. Ioanna Lemoni conclut en disant qu'actuellement, le musée héberge une carte du monde à 360 degrés qui montre le changement climatique au fil des années.

Au cours du deuxième entretien, il a été demandé à Evelina Sarantidi comment elle voit le rôle des institutions culturelles grecques dans le changement climatique et comment l'engagement des jeunes peut lui donner une nouvelle dimension. Evelina Sarantidi a répondu qu'en effet, la crise climatique laisse des traces sombres sur notre planète et que nous devons tous réorganiser nos priorités afin de nous éloigner de la consommation effrénée pour adopter l'état d'esprit de l'économie verte. C'est une question de civilisation et de culture, et c'est là que le CSS et les professionnels de ce secteur interviennent pour sensibiliser le public. La SNFCC a déjà organisé des activités et réorganisé sa forme afin d'attirer davantage de jeunes dans le but de les engager à relever ces défis. C'est une tentative de la SNFCC que de trouver des solutions pour un meilleur avenir pour notre planète et les générations futures. La SNFCC encourage l'engagement public des jeunes dans des activités liées à l'environnement, mais aussi dans des activités sportives, récréatives et éducatives. La SNFCC se concentre sur les principes de durabilité à la fois au niveau opérationnel, mais aussi dans l'ensemble des activités qu'elle met en œuvre.

A la même question, Christodoulos Ringas a répondu que les musées sous l'égide de la Fondation culturelle du groupe Piraeus Bank sont situés dans des zones rurales, et ce afin de promouvoir l'engagement des jeunes dans ces zones ; et de fonctionner comme porteurs d'initiatives culturelles dans ces zones.

Section 2 - Jeunes participants de Chypre

Dans la vidéo "Do's & Don'ts" produite par Citizens In Power (CIP), deux jeunes/participants à l'activité culturelle soutenue par le BoCCF ont été interviewés :

- Constantina Tsimpita, formation en physique computationnelle et STEM
- Rafaella Piyioti, formation en études sur la guerre et en philosophie

Au cours de l'interview, Constantina Tsimpita a été interrogée sur les particularités que la pandémie a apportées dans les routines quotidiennes des GLAM et des jeunes, et sur la manière dont elles pourraient affecter leur avenir commun. Constantina a répondu que la plupart des musées de Chypre ont intensifié leurs efforts pour introduire des moyens numériques comme services alternatifs, tels que des visites numériques, spécifiquement pour les jeunes, mais ils ont également introduit des services similaires pour les personnes âgées. Cela a également contribué au fait que tout le monde a dû rester chez soi et trouver de nouvelles façons de se divertir d'une manière ou d'une autre. L'art était un bon moyen de lutter contre l'ennui causé par les fermetures. Constantina a également signalé quelques contenus culturels numériques qui l'intéressent et qui sont apparus pendant les confinements. Ce qu'elle a vraiment apprécié pendant les confinements, en termes d'activités culturelles mises à la portée du public grâce à la numérisation, c'est que de nombreuses pièces de théâtre étaient désormais disponibles en streaming en direct, et que ces pièces étaient accessibles à tous dans tout le pays, même aux personnes isolées dans les zones rurales.

À la même question, Rafaella Piyioti a répondu qu'elle avait apprécié la plupart des expériences numériques produites par les GLAM pendant le COVID-19, mais ce qu'elle a le plus apprécié, c'est d'observer comment les GLAM ont utilisé la gamification afin de rendre ces expériences numériques plus ludiques et intéressantes. Rafaella pense que la gamification donne une ambiance différente lorsque les spectateurs et les utilisateurs interagissent avec les artefacts ; et qu'elle aide également les jeunes et les enfants à explorer le secteur culturel en les faisant tomber amoureux des arts.

On a également demandé à Rafaella comment elle pensait que le projet The GLAMers encourageait l'utilisation des technologies numériques. Après s'être familiarisée avec le projet lors de l'événement culturel à Nicosie, Rafaella a déclaré que le projet suggère de nombreuses innovations technologiques et méthodologies afin d'introduire certains outils numériques qui peuvent bénéficier aux fondations culturelles et aux musées. Ils peuvent inspirer les bonnes pratiques existantes aux fondations qui cherchent encore à explorer leur potentiel. Cependant, elle estime que le plus important dans la promotion de ces outils numériques et de ces bonnes pratiques n'est pas la quantité d'outils numériques introduits dans les expositions d'un musée, mais la manière dont ils seront introduits, l'histoire qui les sous-tend et les méthodes utilisées. Elle précise que l'introduction d'outils numériques pour le plaisir de les introduire ne résout aucun problème, car de toute façon nous pouvons tous utiliser l'internet pour trouver des réponses à nos questions. La véritable utilité de ces outils numériques réside dans l'interactivité entre l'utilisateur et l'outil.

2.1 - Professionnels du secteur Culturel et Créatif de Chypre / Questions relatives au GDPR et à l'anonymat

L'événement à Nicosie, Chypre, a été coorganisé par CIP et CUT (et soutenu par le BoCCF), mais CUT n'a pas réussi à obtenir l'approbation des personnes interrogées pour l'utilisation de leurs noms et autres détails personnels, par conséquent, les entretiens n'ont pas été enregistrés afin de préserver l'anonymat des personnes interrogées et de garder leur identité sécurisée. Cependant, les réponses ont été écrites et présentées pour la première fois dans ce rapport.

CUT a interrogé trois participants, tous trois issus du milieu professionnel du secteur Culturel et Créatif. Pour préserver leur anonymat, nous les appellerons interviewé 1, interviewé 2 et interviewé 3.

Les personnes interrogées 1 et 2 ont été interrogées sur les particularités que la pandémie a apportées aux GLAMs et aux routines quotidiennes des jeunes. L'interviewé 1 a répondu que pendant la pandémie, l'utilisation de la technologie numérique, en particulier par les jeunes, a augmenté dans une large mesure. Afin d'être en mesure d'influencer leur public, les GLAM devront s'adapter et se développer dans cette direction de la technologie numérique. Dans la même question, l'interviewé 2 a déclaré que les jeunes se sont adaptés à une nouvelle façon de se divertir en utilisant, principalement, l'écran (mobile, ordinateur, etc.) pendant mais aussi après la pandémie. Afin de rester compétitifs et pertinents, l'interviewé 2 a déclaré que les GLAM devront identifier de nouvelles façons de "communiquer" avec leur public, dont les attentes ont été (re)formées. Pour la même question, la personne interrogée 3 déclare que la pandémie a affecté de diverses manières la façon dont les jeunes perçoivent et traitent les différentes institutions culturelles. D'une part, elle a provoqué un ancrage dans la manière dont les porteurs de culture eux-mêmes, par la restriction des mouvements, ont pu combler le vide causé et se rapprocher à nouveau de leur monde. D'autre part, cela a contribué à ce qu'ils se modernisent et utilisent la technologie à des fins non seulement d'interaction et de développement mais aussi de survie. Ainsi, en exploitant l'utilisation et la réutilisation dans le domaine de la numérisation et en les mettant à la disposition du public, les GLAM ont réussi à atteindre cette partie de la jeunesse qui n'appartenait pas "traditionnellement" aux visiteurs des espaces culturels, car ils leur ont offert des stimuli qui échappent à leur mode de perception "classique". Grâce à ce processus, les jeunes seront en mesure d'inclure un plus grand pourcentage d'espaces culturels dans leur routine quotidienne par le biais de la technologie, comme le téléphone mobile, la tablette, l'ordinateur.

La personne interrogée 2 s'est également déclarée déçue de l'utilisation de la technologie par les GLAMs à Chypre. La personne interrogée 2 pense que les GLAMs, actuellement et pour la plupart, sous-utilisent le potentiel du contenu numérique ; et que les GLAMs devraient se développer davantage dans cette direction après avoir d'abord étudié et identifié les particularités et la valeur ajoutée de leurs collections. Au contraire, la personne interrogée 3 affirme qu'en général, depuis l'apparition de la pandémie, les GLAMs font un grand usage de la numérisation et de la technologie. Et au cours des deux dernières années, cette utilisation a grimpé en flèche. Il y a certainement place à l'amélioration et à plus d'activité : davantage d'archives devraient être rendues publiques au monde entier et des plates-formes en ligne devraient être créées, accessibles à tous - liés ou non au domaine professionnel de la recherche et de la culture.

On a demandé à la personne interrogée 3 comment elle envisageait l'avenir commun des jeunes et des GLAMs, elle a répondu que les partenariats et les synergies n'apportent que des résultats positifs dans n'importe quel domaine. De plus, ils agissent comme des ponts pour la connaissance des différents mondes scientifiques et autres, car la collaboration qui a lieu informe et actualise la manière dont les sciences traitent les unes avec les autres. En outre, les partenariats doivent avoir pour objectif principal de rendre service à la société dans divers domaines : éducation, tourisme, économie, etc. Une réponse similaire a été donnée par la personne interrogée 1, qui a déclaré que grâce à la coopération et au travail d'équipe des jeunes et des GLAM, davantage d'aspects de la culture numérique pourraient être développés, ainsi que leur application et leur diffusion.

SECTION 3 - Les professionnels du secteur Culturel et Créatif et les jeunes de Croatie

Pendant la vidéo "Do's & Don'ts" produite par MUO, le responsable des relations publiques du musée a été interviewé ainsi que deux jeunes participants à l'événement organisé dans le cadre de IO3.

- Andrea Genercer, responsable des relations publiques à MUO
- Masa Zilavcic, élève
- Ani Koletic, élève

À la question de savoir quels types de particularités la pandémie a fait apparaître dans les habitudes quotidiennes des GLAMs et des jeunes, et comment ces particularités affectent leur avenir commun, Andrea Genercer a répondu que la clé se cache dans les médias sociaux et les contenus sur les réseaux sociaux. Les GLAMs doivent trouver cette clé du succès afin de percer avec leur contenu.

On a demandé aux deux jeunes participants s'ils pensent que les GLAMs utilisent suffisamment le potentiel du contenu numérique. Masa a répondu par l'affirmative, et ils ont découvert certaines d'entre elles lors de l'activité culturelle organisée par MUO. Ces technologies sont les affichages en 3D des œuvres d'art et les visites numériques, qui permettent aux utilisateurs de mieux apprécier ces œuvres, bien que certaines institutions n'aient pas développé leurs compétences numériques au point que les utilisateurs les trouvent vraiment utiles et intéressantes, puisque certaines de leurs expositions ne pouvaient pas être inspectées sous tous les angles et que leurs plateformes étaient difficiles à manipuler. En outre, Ani trouve l'utilisation du contenu numérique par les GLAMs très intéressante. Cependant, dans certains cas, on peut voir que l'intention est bonne, mais que l'exécution est mauvaise. Cependant, si ces institutions continuent à essayer de s'améliorer et d'améliorer leurs services, ainsi, elles parviendront à se rapprocher des jeunes.

À la question "Comment envisagez-vous l'avenir commun des GLAMs et des jeunes ?", Andrea a répondu que les musées devraient trouver des solutions et des idées pour inciter les jeunes générations à s'impliquer activement dans la création de contenu muséal à leur manière. De cette façon, le contenu deviendra plus intéressant pour eux puisqu'il découlera de leurs propres idées. Enfin, Andrea a été interrogée sur sa perception de la façon dont les GLAMs prévoient de tirer parti de leur transformation numérique dans le but de catalyser les synergies potentielles entre eux. Andrea a répondu que la solution est d'offrir de plus en plus de contenu dédié aux jeunes et de les exposer à ce contenu. La conclusion est que si le contenu est créé spécifiquement pour répondre aux besoins des jeunes, ce contenu trouvera un moyen d'atteindre ce public, notamment par le biais des médias sociaux. Et c'est ce que The GLAMers tente de réaliser.

SECTION 4 - Les professionnels du secteur Culturel et Créatif de France

Dans la vidéo "Do's & Don'ts" produite par MCA, un professionnel du secteur Culturel et Créatif a été interviewé.

- Hélène Aury, représentant le musée de l'Histoire Vivante.

On a surtout demandé à Hélène Aury quel était le principal avantage de faire partie d'un projet comme The GLAMers, et quelles pratiques le MHV allait développer après avoir découvert le projet The GLAMers. Helen a répondu en disant qu'un projet comme The GLAMers montre combien il est important pour un musée ou toute autre institution culturelle d'étendre ses initiatives en dehors de ses propres murs. La pandémie a tout d'abord montré la nécessité de ces activités, autres que les expositions traditionnelles des musées ; cela doit être maintenu. Les partenaires de GLAMers présentent des approches pour prendre en considération l'importance de la communication numérique (médias sociaux), qui donne l'opportunité aux GLAMs d'étendre leurs activités en utilisant des plateformes de médias sociaux qui peuvent permettre de toucher un public le plus large possible.

CONCLUSION

En général, les GLAMs et diverses institutions déploient beaucoup d'efforts pour moderniser et adapter leurs services et activités par le biais de la transformation numérique. En guise de conclusion générale, nous constatons que les représentants des GLAMs et les professionnels des secteurs Culturel et Créatif reconnaissent les efforts déployés par leurs institutions. Certaines de ces institutions ont montré comment leurs activités se sont toujours adaptées aux besoins du public, et certaines ont

précisé que la pandémie a rendu ces efforts plus intenses. D'autre part, la plupart des jeunes engagés dans les activités et événements culturels des OI3 ont déclaré qu'ils appréciaient les efforts déployés par les GLAMs et les professionnels des secteurs Culturel et Créatif, mais qu'il fallait les améliorer pour atteindre leur objectif, qui est d'impliquer davantage de jeunes dans leurs activités.

Il est à noter que chaque GLAM impliquée tout au long de la vie du projet The GLAMers, apporte quelque chose de différent pour permettre l'engagement des jeunes, notamment :

- En confiant aux jeunes la responsabilité de prendre des décisions comme un autre type de conseil d'administration,
- Via l'utilisation de la technologie,
- En utilisant les médias et les réseaux sociaux,
- Par des recherches sur des sujets qui intéressent les jeunes.