

ACCESS TO CULTURE



A fundamental right of all citizens

Éducation et accès à la culture numérique : Bilan et perspectives pour le champ culturel en Europe

By Anne Krebs, head of studies and research department of the Louvre museum, Chair of the ENCATC thematic Area *Museums in Europe*

**a paper commissioned by the Education & Learning Working Group
Access to Culture Platform | 2012**

I - Un état des lieux des pratiques numériques

Il existe aujourd'hui un large consensus sur le fait que les technologies représentent, à l'échelle du monde, une opportunité inégalée en matière de diffusion et de partage de l'information et des savoirs, comme en termes de facilitation des relations entre les individus, et de développement d'activités économiques. La progression du secteur est d'ailleurs très significative en matière de création d'emplois et d'entreprises, mais aussi en termes d'innovation et de contribution globale à la productivité : la diffusion des technologies numériques continue toujours de poursuivre sa très forte croissance¹.

Ce développement des « productions numériques » et leur potentiel économique ont conduit à la construction d'un discours aujourd'hui dominant et remarquablement consensuel sur le « miracle technologique », ou sur ce qu'il est convenu d'appeler, en anglais, le « digital paradise »². L'une des caractéristiques de ce discours est d'être tout autant porté par les individus et les entreprises, que véhiculé par le monde académique dans sa large majorité. Dans l'opinion publique, les médias, et la littérature économique ou sociologique, tout le monde, ou presque, s'accorde sur les bénéfices considérables et les potentialités du domaine numérique, un préjugé qui est très rarement interrogé et mis en débat, ni dans la société civile, ni dans la recherche, ni au sein des institutions culturelles.

Ce système de croyances a été élaboré et diffusé par ceux-là même qui ont été le plus rapidement dotés en dispositifs numériques : les cadres et les catégories sociales et intellectuelles supérieures vivant dans les pays les plus développés ou dans les pays tirés par une forte croissance économique et technologique. Ces groupes sociaux et pays dominants ont été, pour d'évidentes raisons de pouvoir d'achat et de niveau d'éducation, les premiers à s'emparer, à se former et à bénéficier des très riches potentialités offertes par les nouveaux outils numériques.

L'une des raisons - évidente en première analyse - qui permet d'expliquer ce courant de pensée très largement positif, est fondée sur la croyance selon laquelle la croissance extrêmement rapide en équipements matériels domestiques puis en équipements mobiles (ordinateurs portables, téléphones intelligents, liseuses électroniques...) allait *ipso facto*, conduire à une diffusion massive des savoirs, des références et des pratiques, induisant, du simple fait de l'existence et de la diffusion très rapide de ces outils, une amélioration globale et pratiquement *sans effort*, et une appropriation très rapide des technologies et de leurs potentiels, par l'ensemble des individus progressivement équipés.

De fait, la croissance de l'équipement en ordinateurs, en téléphones intelligents, ou d'accès à internet, a été beaucoup plus rapide pour ces biens qu'elle ne l'a été, en leur temps, pour le téléviseur ou le magnétoscope. A titre d'exemples, en France, pour passer d'un taux d'équipement des ménages de 10 à 20%, il a successivement fallu 9 années pour le téléphone fixe, 7 années pour le lave-vaisselle, 3 années pour un téléviseur noir et blanc, contre 2 années pour disposer d'Internet et 1 année seulement pour disposer d'un

¹ En 2011, 32,7% de la population mondiale avait accès à Internet, pour un nombre d'utilisateurs de 2, 280 milliards. Les prévisions actuelles pourraient conduire à un taux d'équipement un peu supérieur à 40% de la population mondiale en 2015 (source : *Internet World Stats*).

² Pour autant, les études longitudinales ou celles qui mobilisent des variables structurelles ne permettent pas nécessairement de conclure positivement sur ces effets (Stryzowski, 2012). L'OCDE conclut notamment dans son récent rapport, « *interestingly, most of the positive evidence was found for US data, and it is more difficult to find evidence in Europe* ».

téléphone mobile³. Aujourd'hui, d'après la Banque Mondiale, 75% des individus dans le monde disposent d'un téléphone mobile, et l'on dénombrait 5 milliards d'abonnements dans les pays en voie de développement.

Une diffusion numérique inégalitaire

Y a-t-il eu révolution numérique ? L'accès aux technologies a-t-il permis à dépasser les clivages et les inégalités existant dans le monde « réel » en matière d'information, de savoirs, de pratiques et de bénéfices sociaux ? En particulier, quels développements numériques ont été observés et quels enseignements peuvent aujourd'hui être tirés concernant l'accès à la culture, la diffusion des biens culturels, et, d'un point de vue général, en matière d'éducation et d'apprentissages grâce aux technologies de l'information et de la communication ?

On peut raisonner, à un premier niveau, sur le rapport entre l'offre et la demande, et proposer un cadre d'analyse socio-économique : celui du taux de pénétration des dispositifs numériques. Il est indiscutable que l'on assiste, du côté de l'offre, à la très forte croissance des dispositifs et des productions numériques (outils, sites et supports) et à la très forte croissance des équipements technologiques (biens d'équipements matériels d'accès aux ressources numériques au domicile et en mobilité). Cependant, les disparités restent encore très grandes, entre continents, entre pays et entre groupes sociaux. Le taux de pénétration d'Internet est très inégalitaire puisque, par exemple, 61,3% des Européens y avaient accès en 2011, contre 13,5% seulement des habitants du continent africain. Autrement dit, plus de 67% des individus dans le monde ne disposent pas d'un accès à Internet, dont plus de 86% en Afrique, contre « seulement » un tiers des Européens.

Sans aucune surprise, les marqueurs traditionnels des inégalités sociales expliquent la probabilité d'avoir accès, ou pas, aux équipements numériques et à leur utilisation⁴. Et la « culture » des technologies varie beaucoup d'un pays à l'autre. Ainsi, parmi les seuls pays européens, les taux d'équipement au domicile varient de 94% aux Pays-Bas à 62% en Italie, pour une moyenne des Etats-membres située à 73%⁵. Pour leur part, les taux d'usage fréquent d'Internet varient de 92% en Suède contre 49% en Bulgarie⁶. En France, pays dont la moyenne de connexion à Internet au domicile se situe à 76%, les disparités d'accès et d'usage restent très marquées : à titre d'exemples, les étudiants sont équipés à 97,1%, les chômeurs à 72,9% et les retraités à 33,4%. En matière d'usages numériques, le niveau d'éducation est particulièrement discriminant : toujours en France, 91,1% des individus ayant effectué des études supérieures ont un accès à Internet au domicile, contre 29,1% des personnes ayant le certificat d'études ou n'ayant aucun diplôme⁷. Par ailleurs, l'usage d'Internet en matière d'information des individus conduit à des disparités

³ Régis Bigot - CREDOC, *La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*. Intervention lors de la rencontre « Cohésion sociale et culture numérique » organisée par le Ministère de la Culture et de la Communication, Paris, 29 novembre 2010.

⁴ En laissant ici de côté les variables qui expliqueraient la plus forte proportion de la variance en matière de fracture numérique : l'effet des équipements, des politiques réglementaires, et leur qualité selon les pays. Voir Menzie D. Chinn, Robert W. Fairlie, *The determinants of the global digital divide: a cross-country analysis of computer and internet penetration*, *NBER Working Paper Series*, National Bureau of Economic Research, Cambridge, august 2004.

⁵ Eurostat, *Enquête communautaire sur les TIC 2011*.

⁶ Commission européenne - Direction générale Communication. *Les habitudes médiatiques dans l'Union Européenne, Eurobaromètre Standard 76, automne 2011*, étude réalisée par TNS Opinion & Social.

⁷ Vincent Gombault, *Deux ménages sur trois disposent d'internet chez eux. Insee Première*, n° 1340, mars 2011.

importantes de perception de la légitimité et de la confiance dans les sources de l'information, selon le statut social et le niveau d'éducation : les cadres et les personnes ayant effectué des études supérieures accordent une confiance plus grande aux sources légitimes (information institutionnelle et officielle), tandis que les personnes moins diplômées font plus spontanément confiance à l'information délivrée par Internet. On peut tirer de ce résultat un constat indirect et notable : la capacité à sélectionner et à valider l'information et ses sources est, elle aussi, inégalement distribuée entre les individus⁸.

Des données disparates et lacunaires

Une autre limite importante concerne l'étude et la mesure des pratiques numériques et des usages des technologies. Que sait-on précisément aujourd'hui de la demande ? C'est-à-dire, des profils des internautes, de leurs pratiques, et en particulier, des effets du numérique sur l'accès à la culture et l'éducation ? On peut faire état, d'une part, de la croissance des études et des recherches académiques conduites sur ces thèmes, mais d'autre part, des difficultés importantes associées à la mesure des usages du numérique (données collectées par des robots qui ne sont pas des mesures fiables des usages réels ; biais importants associés aux enquêtes en ligne, etc.)⁹.

Dresser un état des connaissances concernant les effets des dispositifs technologiques sur l'accessibilité culturelle et l'éducation se révèle actuellement partiel et imparfait. Pour ne prendre qu'un seul exemple, les études sur les pratiques des internautes concernent très majoritairement des tâches « instrumentales » associées aux technologies, mais beaucoup plus rarement, les finalités et les bénéfices sociaux, cognitifs et d'apprentissages, en d'autres termes, la création de capital social¹⁰ : des variables qui rendent possible de mesurer si et comment le numérique contribue, ou non, à l'émancipation des individus. Ces variables sont, par ailleurs, beaucoup plus difficiles à mesurer que les tâches fonctionnelles simples. Si nombre d'études mesurent les compétences prescrites associées aux grandes fonctions techniques ou instrumentales (capacité à envoyer un message, à utiliser un réseau de pair à pair, à acheter en ligne, à télécharger des films ou de la musique, ou encore, à créer une page web, un site personnel ou un blog...), elles ne mesurent que rarement - et difficilement - les apports *qualitatifs* du numérique pour l'individu, qu'il s'agisse de trouver une information utile sur le plan social ou professionnel, d'obtenir un emploi, de réussir un examen, d'augmenter ses savoirs et ses références, en d'autres termes, *de mesurer en quoi les technologies augmentent les chances dans la vie, et si les individus sont égaux devant les usages technologiques et leurs fonctionnalités les plus riches*¹¹. Ainsi, sous l'angle des freins à l'utilisation du numérique, et en particulier à celle d'Internet, les études françaises montrent que ces freins tiennent d'abord à la *complexité* perçue de l'outil (32%), à son *coût* (21%), puis, à l'absence de perception de son *utilité* (19%)¹². Si tous les groupes sociaux partagent le sentiment de la cherté de l'accès à Internet, ce sont les personnes restant au foyer, les seniors, et les non-diplômés

⁸ Eurobaromètre Standard 76, automne 2011, *op.cit.*, note 6.

⁹ Régis Bigot, Patricia Croutte & Fanette Recours, Enquêtes en ligne : peut-on extrapoler les comportements et les opinions des internautes à la population générale ? CREDOC, *Cahier de recherche n° 273*, décembre 2010.

¹⁰ Vincenzo Spiezia, Does Computer Use Increase Educational Achievements? Student-level Evidence from PISA, *OECD Journal: Economics Studies*, OECD Publishing, vol. 2010 (1).

¹¹ Paul DiMaggio & Eszter Hargittai, From the 'Digital Divide' to 'Digital Inequality': Studying Internet Use As Penetration Increases, *Working Paper #15*, Center for Art and Cultural Policy Studies, Princeton University, 2001.

¹² Vincent Gombault, *op.cit.*, note 7.

qui jugent Internet compliqué à utiliser et, concernant les deux derniers groupes, ceux qui jugent qu'Internet *n'est pas utile dans la vie quotidienne*.

Un monde fractionné et fragmenté en matière d'usages numériques

Quels constats peut-on aujourd'hui en tirer ? Dans le cadre de cet article, résumons deux des principaux résultats issus d'études internationales. Car même si le « fossé numérique » tend à se réduire en matière d'équipements technologiques, les usages continuent d'être très discriminants. En dépit de la forte croissance des équipements matériels, le numérique ne serait-il pas, contrairement à l'opinion généralement admise, en train d'*augmenter* les inégalités entre les individus et corrélativement, de conforter l'effet de *déclassement social* des personnes les plus exclues du point de vue éducatif, culturel et économique ?

Les recherches montrent ainsi que la compétence à l'utilisation des outils numériques est aujourd'hui très inégalement distribuée. Elle est à la fois subjectivement perçue comme un obstacle par les catégories sociales les moins dotées, et objectivement une barrière pour la vie sociale et l'émancipation des individus, du fait des différences de pratiques entre populations *numériquement éduquées* qui peuvent exploiter toutes les potentialités d'Internet et populations *numériquement marginalisées* qui utilisent les ressources numériques de façon beaucoup plus limitée, pour des usages relativement « pauvres », et pour des finalités essentiellement tournées vers le loisir et le divertissement¹³. A titre d'exemple, 49% des Français (seulement !) s'estimaient *compétents*, en 2009, pour utiliser un ordinateur, proportion qui monte à 82% parmi les diplômés du supérieur, contre 21% seulement pour les Français n'ayant aucun diplôme¹⁴. Qu'il s'agisse d'initiation ou de perfectionnement à l'utilisation d'un ordinateur, à celle d'Internet, à l'apport des outils numériques pour effectuer des démarches administratives ou fiscales en ligne, ou encore, à l'aide pour rechercher un emploi grâce à Internet, ce sont les non-diplômés, les personnes à bas revenus, les chômeurs, les employés, les personnes restant au foyer, les plus de 40 ans, mais aussi, les femmes et les familles monoparentales qui se sentent les plus démunis devant les biens numériques. Ces résultats sont comparables à ceux issus de l'enquête sur les *Pratiques culturelles des Français* conduite par le Ministère de la Culture et de la Communication¹⁵ : s'agissant d'effectuer des recherches documentaires - activité qui concerne 84% de l'échantillon représentatif de la population française interrogée - elle est le fait, logiquement, de 92% des personnes ayant quatre années d'études ou plus après le diplôme du baccalauréat, contre 67% des personnes interrogées n'ayant aucun diplôme ou seulement le certificat d'études primaires ; ou encore, de 94% des chefs de famille qui sont cadres et professions intellectuelles supérieures contre 75% des chefs de famille qui sont ouvriers. Dans la même enquête, ceux qui déclarent suivre un enseignement en ligne ou une formation - soit 6% seulement des personnes interrogées - sont, logiquement, surtout des étudiants et lycéens (15%), des jeunes adultes de 20 à 34 ans (10%), mais aussi, des habitants de Paris intra-muros (9%), et des cadres et professions intellectuelles supérieures (10%).

L'étude conduite en 2010 par la *Kaiser Family Foundation*¹⁶, vient confirmer, à l'échelle des jeunes de 8 à 18 ans, et aux Etats Unis, cette fracture selon l'origine sociale et

¹³ La distinction ici opérée entre pratiques « savantes » et pratiques « de loisirs » ne relève évidemment pas d'un jugement sur la valeur respective de ces pratiques mais de l'analyse des types d'usages observés.

¹⁴ Vincent Gombault, *op.cit.*

¹⁵ Olivier Donnat, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008, La Découverte / Ministère de la Culture et de la Communication, 2009.*

¹⁶ The Henri J. Kaiser Family Foundation, *Generation M². Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds*, 2010.

l'éducation. Si, au sein de la tranche d'âge étudiée, l'accès à Internet au domicile est effectivement passé de 47% en 1999 à 84% en 2009 (33% des jeunes américains interrogés disposant d'un accès Internet dans leur chambre), on constate une plus forte utilisation des médias - et des médias numériques - parmi les Afro-américains et les Hispaniques par rapport aux Euro-américains. Corrélativement, *ce sont les plus gros utilisateurs des médias numériques qui obtiennent le plus fort pourcentage de notes scolaires moyennes ou médiocres* (47% d'entre eux). L'étude montre notamment que les enfants issus des familles les plus pauvres ou les moins diplômées passent plus de temps devant la télévision (quotidiennement, 90 minutes de plus que les enfants issus de familles à haut niveau socioéconomique), qu'ils utilisent plus les médias numériques pour des jeux ou des interactions sur les réseaux sociaux, que l'usage de leur temps est centré sur des activités de loisirs et de divertissement, activités qui sont moins « utiles » en terme de réussite scolaire et d'intégration professionnelle et sociale que les activités plus variées, plus contrôlées par les parents, et plus orientées vers les apprentissages formels ou informels¹⁷ des enfants des classes supérieures. Ce constat a conduit les autorités américaines, à travers la *Federal Communications Commission*, à envisager la mise en œuvre d'un programme, estimé à 200 millions de dollars, visant à constituer des cohortes de professionnels chargés d'enseigner, dans les écoles et les bibliothèques, les usages « productifs » des ordinateurs, à l'intention des parents, des élèves et des personnes en recherche d'emploi¹⁸. Si le premier enjeu d'équipement technologique des écoles américaines a atteint aujourd'hui une grande partie de son objectif initial, il n'en reste pas moins que 65% des Américains disposent déjà d'un accès à haut débit au domicile, mais que ce taux chute à 40% parmi les foyers disposant de moins de 20 000 dollars de revenus par an, tandis que la moitié des Hispaniques et 41% des Afro-Américains ne disposent pas d'un accès à haut débit. L'objectif de développement des compétences numériques et des apprentissages aux usages complexes et riches des technologies, en d'autres termes, *l'alphabétisation numérique*, est, pour ces raisons, un chantier qu'il est aujourd'hui urgent d'investir. Du point de vue du capital social et de l'implication citoyenne, d'autres recherches, qui explorent les multiples usages possibles des médias numériques, confirment, elles aussi, ces inégalités : « *the informational and communicative uses of media may prove beneficial to the health of society, whereas recreational and entertainment uses may erode public involvement* »¹⁹.

Tous les grands programmes européens visant à favoriser l'inclusion numérique soulignent l'importance des progrès encore à accomplir en matière d'accès. Plusieurs domaines majeurs sont concernés, qui incluent la réduction des inégalités d'usages de l'Internet, celle des inégalités géographiques d'accès et de couverture numérique, l'amélioration de l'accès aux sites et aux services publics numériques et les compétences numériques des individus²⁰. Si inégalités géographiques et accès aux sites publics ont connu une réelle amélioration, celle-ci paraît beaucoup plus lente en ce qui concerne les individus les plus exclus et l'amélioration de leurs compétences individuelles.

¹⁷ Matt Richtel, *Wasting time is new divide in Digital Era*, The New York Times, 29 mai 2012.

¹⁸ D'autres actions ont pour objectif de créer des partenariats avec de grandes associations familiales ou communautaires, pour délivrer des formations d'alphabétisation numérique grâce à des « Digital Literacy Trainers ».

¹⁹ Pippa Norris & David Jones, *Virtual Democracy*. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 3(2), 1-4, 1998, cité par Dhavan V. Shah, Nojin Kwak et R. Lance Holbert, "Connecting" and "Disconnecting" with Civic Life: Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital", *Political Communication*, 18:141-162, 2001.

²⁰ European Commission, DG Information Society and Media, *Measuring progress in e-Inclusion, Riga Dashboard 2007*.

II – Les relations entre éducation, accès à la culture et numérique

Il faut ici s'entendre sur le concept d'éducation culturelle numérique, sauf à y inclure toute dimension d'apprentissage, formel ou informel, qui serait rendue possible, directement ou indirectement, complètement ou partiellement, grâce aux outils technologiques. Dès les années 1980, la question des potentialités du numérique en matière d'apprentissages et de formation avait été soulevée comme un enjeu majeur de la diffusion et de la maîtrise des technologies de l'information et de la communication. Parallèlement, la production numérique avait, elle aussi et sur la même période, connu un développement considérable dans le champ de la culture et du patrimoine. Ce constat soulève de nombreuses questions, rarement abordées par la recherche académique dans le domaine qui nous intéresse ici, celui de la relation entre éducation et culture : tous les équipements culturels sont-ils vraiment égaux en matière de ressources et d'outils numériques ? Les moyens dont ils disposent leur permettent-ils toujours de développer ces outils - et de les actualiser - dans des conditions optimales ? En parallèle, n'a-t-on pas assisté, dans le champ culturel, associatif et éducatif, et en particulier depuis la crise financière et économique de 2008, à des arbitrages en faveur du numérique, au détriment d'autres fonctions, notamment les fonctions d'accueil, d'éducation et de médiation humaine ou encore, à l'abandon de certains programmes scientifiques, éducatifs et culturels ?

Des recherches trop peu nombreuses

Quelle que soit cependant l'évolution des usages et des formes médiatisées de communication instaurées par les technologies dans le champ culturel, il est remarquable de constater que pratiquement aucun programme de recherche ne concerne la connaissance des publics « numériques » et de leurs usages des technologies numériques *culturelles*. Les études portant sur les usages et les profils des internautes culturels sont encore rarissimes, ou sont fondées sur des échantillons d'individus trop faibles pour être valides au plan statistique. De plus, pour des raisons d'économie de moyens et de facilité méthodologique, les études sont de plus en plus souvent réalisées à partir d'échantillons de convenance issus de questionnaires en ligne, dont les biais sont importants (biais de couverture, biais d'auto-sélection des répondants, etc.). On ne dispose d'ailleurs pas non plus d'études des modèles économiques du numérique et des moyens humains, financiers et de compétences induits par l'introduction de ces nouveaux outils dans les institutions culturelles²¹ : quels que soient les pays considérés, peu d'études abordent aujourd'hui la question des impacts de la diffusion numérique sur les organisations, le management, les emplois et les métiers de la culture²².

²¹ Michela Negrini, Paolo Paolini, Elisa Rubegni, The Learning Museum Network Project, *Report 1 - The Virtual Museum*, 2012, pp. 69-81.

²² Un champ de recherche qui reste encore à explorer, notamment par la sociologie des organisations et les sciences de gestion. Wendy Duff, Jennifer Carter, Costis Dallas, *et al.*, *Museum Knowledge Workers for the 21st Century*, Canadian Heritage / University of Toronto - Faculty of Information, 2009 et *Culture 3.0. Impact des technologies numériques émergentes sur les ressources humaines du secteur culturel*, Conseil des ressources humaines du secteur culturel, octobre 2011.

De la mission d'éducation culturelle au marketing de la relation numérique ?

Un deuxième constat, qui touche directement les institutions culturelles - et les industries culturelles au premier rang - est la mutation aujourd'hui observée des outils technologiques culturels au profit de sites et de dispositifs variés, largement dédiés au marketing de l'offre (personnalisation des *newsletters*, espaces pour les membres ou les communautés, promotions et offres spéciales, billetterie et vente en ligne, collecte de dons,...). Aux prémices de l'usage d'Internet dans les équipements culturels, au milieu des années 1990, les sites étaient avant tout des écrans-vitrines de l'institution « réelle », de ses collections et activités éducatives et culturelles. Les sites internet sont progressivement devenus, dans la très grande majorité des cas, les instruments de plus en plus complexes d'un *marketing culturel numérique* et de processus sophistiqués de « gestion de la relation client », au sein desquels la dimension d'éducation tend à occuper - ou risque bientôt d'occuper - une place de plus en plus marginale et réduite²³. Cette tendance est, à l'évidence accrue, en contexte de crise financière mondiale, les équipements culturels étant enjointes à rechercher de nouvelles sources de financement. On assiste désormais à la promotion d'approches numériques communicationnelles que l'on peut qualifier de *communautaires et expérientielles*, les institutions culturelles accordant une place de plus en plus importante à la contribution et à la participation des usagers, soutenant le principe d'un engagement des citoyens et d'une amélioration de la relation - mais aussi de l'image des institutions culturelles - grâce à une nouvelle conception des relations entre institutions d'autorité et publics de la culture. Mais il n'est pas certain que ces approches ne cherchent pas, plus prosaïquement, à promouvoir les offres et à augmenter le trafic et les ressources financières des équipements culturels. De toute évidence, la crise économique et financière tend à renforcer, au nom de la création de communautés virtuelles, le développement de dispositifs culturels numériques dont l'antienne est la fonction communicationnelle marchande ou de promotion : ce dont témoigne, en particulier, le développement de la présence des institutions culturelles sur les réseaux sociaux dominants.

Une mutation généralisée des régimes d'autorité et de légitimité de la transmission des savoirs

D'importants changements ont été observés et étudiés, tant du point de vue du rôle, dans la société, des musées et de la culture que de celui de l'École. De nombreux travaux académiques en psychologie, en sociologie ou en sciences de l'éducation ont montré que la conception univoque, descendante et « autoritaire » des apprentissages traditionnels a été progressivement relayée par des conceptions plus ouvertes et moins soumises à l'autorité, dans lesquelles les modes d'apprentissages et les formes de la relation rendent possible des interactions plus riches, plus variées et plus transversales. Ce déclin des registres traditionnels d'autorité des formes d'apprentissages a été en phase avec l'évolution tant de l'École que de la sphère familiale traditionnelle, lesquelles ont toutes deux perdu de leur pouvoir comme instances intergénérationnelles de transmission, au profit des relations intra-générationnelles entre pairs²⁴. Cette transformation du modèle des apprentissages a affecté non seulement l'École et les relations parents - enfants, mais aussi les relations sociales dans leur ensemble. Il en va évidemment de même des relations entre publics et institutions culturelles. Il est, dès lors, évident et logique que les technologies - qui sont multi sources par essence - contribuent à renforcer et à

²³ The Learning Museum Network Project, *Report 1 - The Virtual Museum*, 2012.

²⁴ Sylvie Octobre, *Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures? Culture prospective*, janvier 2009.

accélérer ce processus de mutation des régimes d'autorité et de légitimité des savoirs et des références.

Si ce ne sont pas les technologies, en tant que telles, qui ont transformé les modes de relations entre les individus et les formes d'apprentissages, elles ont accompagné et accéléré ces processus, déjà à l'œuvre dans la société, en particulier par l'absence de frontières spatio-temporelles et par la multiplication des ressources et des sources de l'information²⁵. Ces importantes mutations ne lèvent pas, pour autant, ni les difficultés d'accès aux biens numériques, ni la question des inégalités d'usages, ni celle des formes de domination affectant le monde numérique : exclusion linguistique ; prééminence de la langue anglaise ; freins des coûts en équipements technologiques et en abonnements ; surabondance de l'offre et difficulté de plus en plus grande à sélectionner l'information pertinente et utile ; ou encore, problème de validité des sources de production des informations... pour n'en citer que les plus marquants.

Pas de changement du paradigme des pratiques culturelles

Les études - encore trop rares - qui viennent étayer les usages et les profils des internautes culturels paraissent elles aussi confirmer que les visiteurs « réels » et les « internautes culturels », ne présentent pas de notables différences, et qu'ils disposent des mêmes habitudes et d'un même « goût » pour les activités culturelles, à ceci près que les publics « virtuels » de la culture sont souvent, pour des raisons de puissance de diffusion des ressources multimédia, plus importants en nombre²⁶. Ainsi, l'enquête sur les *Pratiques culturelles des Français* déjà citée, nous apprend que les Français qui déclarent visiter un musée ou une exposition en ligne, soit 12% - seulement - des Français interrogés, se recrutent majoritairement parmi les répondants âgés de 55 à 64 ans (23%), les Parisiens vivant dans Paris intra-muros (22%), les personnes ayant effectué des études supérieures (21% parmi les personnes ayant effectué quatre années d'études universitaires, ou plus) ; ou encore, parmi les seuls actifs interrogés, 21% chez les cadres et professions intellectuelles supérieures, et plus nettement encore parmi les retraités, quelle que soit la catégorie professionnelle d'origine. Les visiteurs « virtuels » de musées et d'expositions se recrutent aussi à 23% parmi les femmes françaises âgées de 46 à 62 ans, et pour la même proportion, parmi les hommes âgés de 63 ans ou plus. En d'autres termes, les internautes vivant en France et s'intéressant aux visites virtuelles de musées ou d'expositions sont globalement *de même profil socio-économique* que les visiteurs « réels » de musées.

III – Enjeux pour le champ culturel en Europe

Tout le monde s'accorde aujourd'hui à reconnaître que la valeur du monde numérique, dans la société de la connaissance, est d'abord une valeur de *management* de

²⁵ De nombreux bénéfices sont mis en évidence, qui vont du gain de temps du consommateur, au prix des biens et des services, en passant par l'accès aux informations, aux articles scientifiques et aux bases de données, ou encore, à la diffusion de supports d'éducation et de formation. Voir en particulier, Piotr Strykowski, "The Impact of Internet in OECD Countries", *OECD Digital Economy Papers*, n° 200, OECD Publishing et Fiona Scott Morton, "Consumer Benefit from Use of the Internet", *Innovation Policy and the Economy*, volume 6, The MIT Press, august 2006.

²⁶ Musée du Louvre, service études et recherche, *Les pratiques réelles et « virtuelles » du Louvre*, rapport d'étude, 2011 ; Florence Caro & Anne Krebs, musée du Louvre, Yves Evrard, HEC Paris, *Analysing two modes of access to Art museum : the real/virtual orientation scale*, 11th International Conference on Arts and Cultural Management (AIMAC 2011), Antwerp, Belgium, 3-6 July 2011.

l'information et de la connaissance. Sur ce point, les inégalités sociales restent très marquées : l'enjeu de la contribution de l'éducation et de la culture à la réduction des inégalités et de l'exclusion numérique représente, de ce fait, un axe de travail majeur pour les institutions culturelles et leurs partenaires de l'éducation ou de l'action sociale.

Alors que le courant du *nouveau management public* impose aux institutions de mettre en place des outils d'évaluation et de mesure de leur performance, que les crises économiques et financières réduisent les marges de manœuvre, il est aujourd'hui plus que jamais demandé aux institutions éducatives et culturelles de démontrer la performance de leur action envers les citoyens. Cette pression accrue à justifier du bon usage des moyens alloués et de l'efficacité de l'action s'imposera, logiquement, aux politiques numériques, puisqu'elles sont censées élargir et renouveler la fréquentation mais aussi contribuer à l'éducation et à l'accès aux biens culturels.

Dans ce contexte, comment mieux promouvoir l'accès à la culture et à l'éducation grâce aux technologies numériques ? Plusieurs pistes complémentaires doivent être envisagées, afin que la réflexion des professionnels de l'éducation, de l'action sociale et de la culture permette de mutualiser des objectifs communs en matière d'accès aux savoirs, aux biens culturels et aux pratiques technologiques. En tout état de cause, *l'inclusion numérique* doit permettre de considérer à la fois l'accès matériel aux équipements numériques, à des contenus et services adaptés, mais aussi, les usages permettant de disposer et d'accéder *conceptuellement et pragmatiquement* à ces contenus et à ces services. Cette exigence d'inclusion numérique, qui englobe la participation, les liens sociaux, les débouchés professionnels et économiques, consacre la participation culturelle numérique comme une contribution à part entière à la réduction des inégalités, à une meilleure maîtrise de l'environnement, et à une meilleure émancipation des individus²⁷.

En laissant de côté les grands enjeux d'équipement et d'accès matériel, de mise à disposition des ressources et de normes juridiques entourant les biens culturels numériques, on insistera ici sur trois voies essentielles pour mieux soutenir un égal accès de tous à la culture numérique.

En développant des programmes de recherche et d'évaluation

Les recherches sur la relation entre biens culturels et usages numériques font encore largement défaut. Les équipements et structures culturels doivent développer des relations avec le monde académique pour élaborer des outils de mesure de l'impact des technologies sur l'accès aux arts et à la culture, leur diffusion, et les conditions d'apprentissages et de participation qu'elles rendent possible. Un des objectifs importants réside dans l'élaboration fine des indicateurs quantitatifs et qualitatifs permettant le suivi des actions conduites et le dialogue de gestion sur les politiques mises en œuvre.

Par une meilleure définition des catégories et des populations considérées comme prioritaires

La connaissance, grâce aux études et à la recherche, des populations les plus fragiles, et des conditions de leur trajectoires d'exclusion, conduit à inscrire l'action au sein de

²⁷ Initiative européenne i2010 sur l'insertion numérique, *Participer à la société de l'information*, Communication de la Commission au Parlement Européen, au conseil, au comité économique et social européen et au comité des régions, résumé de l'analyse d'impact, 2007.

politiques numériques très ciblées, auprès des catégories *les plus fragiles* du point de vue socio-économique et du point de vue de l'usage des ressources numériques (personnes peu qualifiées, sans emploi, vivant dans les zones rurales, jeunes chômeurs et jeunes travailleurs,...), mais aussi auprès de catégories subissant des formes particulièrement marquées d'exclusion dans la société contemporaine : seniors, jeunes déscolarisés, familles monoparentales, ou personnes en situation contrainte (handicap, milieu hospitalier, milieu pénitentiaire,...).

D'un point de vue plus général, en renonçant à l'idée que la seule conception et « mise sur le marché » de nouveaux médias numériques suffit à promouvoir l'action et la diffusion culturelles

Les enjeux les plus importants résident dans l'intégration, dès la conception des outils et des projets culturels numériques, de principes de facilitation de l'accès et de l'usage des technologies, qui sont indispensables à la réduction de la fracture entre individus compétents sur le plan numérique et individus non dotés - ou moins dotés - de ces compétences. Ce constat suppose, en particulier, de sensibiliser les structures et réseaux éducatifs, sociaux et culturels au prérequis suivant : leur contribution à *l'augmentation de la compétence numérique* lorsqu'ils conçoivent ou actualisent leurs outils numériques.

Au-delà des objectifs de nature artistique et culturelle qui sont les leurs, il s'agit de promouvoir *aussi* le rôle des équipements culturels, des associations et des réseaux dans la formation au *savoir-faire numérique* : utilisation des outils ; sélection des informations et compétence technologique ; capacité à maîtriser les dimensions techniques ; management de l'information et des ressources... Les projets artistiques et culturels doivent intégrer, dès leur conception, le principe de cette « alphabétisation numérique », afin de toucher en priorité ceux qui ne disposent pas des compétences de sélection et d'exploitation de ces ressources. Il est donc essentiel de concevoir les médias numériques culturels au sein d'un cadre conceptuel et selon une *chaîne de valeur*, qui prenne en compte la mise à disposition et la diffusion, dans la perspective de favoriser l'inclusion numérique et les apprentissages des usages des médias et du management des ressources numériques.

Cet accompagnement et ce guidage constituent une étape incontournable pour le partage des biens culturels. Ils peuvent permettre de résoudre les multiples questions que se pose *toujours* l'utilisateur numérique. Elles sont de l'ordre d'un *triple guidage* des dispositifs numériques : accéder aux ressources (« comment faire ? »), comprendre comment sont organisés les contenus (« quoi faire ? ») et connaître les usages possibles (« pour quoi faire ? »)²⁸. C'est à cette condition, et parce que les usages numériques sont bien souvent des pratiques et des conduites autonomes - issues d'auto-apprentissages et d'échanges entre pairs, peu encadrées par des autorités et des normes - que les politiques culturelles numériques rempliront plus équitablement leur rôle, dans la société de la connaissance. Un rôle qui vise à créer de la valeur, en fournissant à tous, aux plans éducatif, social, culturel mais aussi économique, les moyens d'augmenter ses chances dans la vie.

²⁸ Musée du Louvre, service études et recherche, *Expérimentations multimédia et usages par leurs publics*, rapport d'étude, juin 2012.

Bibliographie

- [Anderson, Maxwell L. (1997). *Introduction*. The Wired Museum- Emerging Technology and Changing Paradigms. Ed. Katherine Jones-Garmil. Washington, D.C.: American Association of Museums, 1997. 11-34.
- [Bakhshi, H., & Throsby, D. (2009). *Innovation in Arts and Cultural Organisations*, NESTA Interim Research Report1, December 2009.
- [Bigot, R. (2010). *La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*, Crédoc, Rencontre Cohésion sociale et culture numérique, 29 novembre 2010.
- [Bigot, R., Croutte, P., & Recours, F. (2010). Enquêtes en ligne : peut-on extrapoler les comportements et les opinions des internautes à la population générale ? CREDOC - Cahier de recherche n° 273, décembre 2010.
- [Boutet, M. (2008). S'orienter dans les espaces sociaux en ligne. L'exemple d'un jeu, *Sociologie du travail*, 50, 2008.
- [Caro, F., Evrard, Y. & Krebs, A. (2011). *Analysing two modes of access to Art museum: the real/virtual orientation scale*, 11th International Conference on Arts and Cultural Management (AIMAC 2011), Antwerp, Belgium, 3-6 July 2011.
- [Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Linchuan Qiu, J. & Sey, A. (2004). The Mobile Communication Society, a cross-cultural analysis of available evidence on the social uses of wireless communication technology, International Workshop on Wireless Communication Policies and Prospects, October 8th - 9th, 2004, Annenberg research network on international communication.
- [Centre d'analyse stratégique(2011). Le fossé numérique en France, *Rapports et documents*, avril 2011.
- [Chinn, M. D. & Fairlie, R. W. (2004). The determinants of the global digital divide: a cross-country analysis of computer and internet penetration, *NBER Working Paper Series*, National Bureau of Economic Research, Cambridge, august 2004.
- [Commission européenne, DG Information Society and Media (2007). *Measuring progress in e-Inclusion, Riga Dashboard 2007*.
- [Commission européenne, Initiative européenne i2010 sur l'insertion numérique (2007). *Participer à la société de l'information*, Communication de la Commission au Parlement Européen, au conseil, au comité économique et social européen et au comité des régions, résumé de l'analyse d'impact.
- [Commission européenne (2010). *Une stratégie numérique pour l'Europe*, Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des Régions.
- [Commission européenne - Direction générale Communication (2011). Les habitudes médiatiques dans l'Union Européenne, *Eurobaromètre Standard 76, automne 2011*, étude réalisée par TNS Opinion & Social.

- [Commission européenne, Eurobaromètre standard 76 (2011). *Les habitudes médiatiques dans l'Union européenne*, automne 2011.
- [Conseil des ressources humaines du secteur culturel(2011).*Culture 3.0. Impact des technologies numériques émergentes sur les ressources humaines du secteur culturel*, Rapport préparé par Nordicity Group Ltd et financé par le gouvernement du Canada., octobre 2011.
- [DiMaggio, P., & Hargittai, E. (2001). From the 'Digital Divide' to 'Digital Inequality': Studying Internet Use As Penetration Increases, *Working Paper #15*, Center for Art and Cultural Policy Studies, Princeton University.
- [DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C., &Shafer, S. (2001). From Unequal Access to Differentiated Use: A Literature Review and Agenda for Research on Digital Inequality, Russell Sage Foundation, Princeton Center for Arts and Cultural Policy Studies and Office of Population Research.
- [DiMaggio, P., Hargittai, E., Russell Neuman, W., &Robinson, J-P. (2001). Social Implications of the Internet, *Annual Review of Sociology*; 2001; 27, 307-336.
- [Donnat, O. (2009). *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008*, La Découverte / Ministère de la Culture et de la Communication.
- [Duff, W., Carter, J., Dallas, C., Howarth, L., Ross, S., Sheffield, R., & Tilson, C.(2009). *Museum Knowledge Workers for the 21th Century*, Canadian Heritage / University of Toronto - Faculty of Information.
- [Filippini Fantoni, S. (2003).*Personalization through IT in museums. Does it really work? The case of the Marble Museum Website*. Les institutions culturelles et le numérique, Ecole du Louvre, 8-12 septembre 2003.
- [Finnis, J., Chan, S., & Clements, R. (2012). How to evaluate Online Success? Report from the Culture 24 Action Research Project.
- [Fleck, M., Frid, M., Kindberg, T., O'Brien-Strain, E., Rajani, R., &Spasojevic, M. (2002). From Informing to Remembering: Ubiquitous Systems in Interactive Museums, Hewlett-Packard Laboratories, *Pervasive Computing*.
- [Green, N. (2001). How Everyday Life Became Virtual: Mundane work at the juncture of production and consumption, *Journal of Consumer Culture*, 2001; 1; 73.
- [Huhtamo, E. (2002). *On the Origins of the Virtual Museum*. Virtual Museums and Public Understanding of Science and Culture, Nobel Symposium, May 26-29 2002, Stockholm.
- [Institute of Museum and Library Services (2012). *Building Digital Communities. New Resource to Help Communities Bridge the Digital Divide*, March 2012.
- [Kaiser Foundation (The Henri J. Kaiser Family Foundation), (2010).*Generation M². Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds*.
- [Kelly, L. (2009). *The impact of social media on museum practice*, paper presented at the National Palace Museum, Taipei, 20 October 2009.

- [Musée du Louvre, service études et recherche (2012). *Expérimentations multimédia et usages par leurs publics*, rapport d'étude, juin 2012.
- [Nicholls, A., Pereira, M., & Sani, M. (2012). *The Virtual Museum - Report 1*, The Learning Museum Network Project.
- [Octobre, S. (2009). Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures ? *Culture prospective*, janvier 2009.
- [Pea, R. D. (2002). Learning Science through Collaborative Visualization over the Internet, Virtual Museums and Public Understanding of Science and Culture, Nobel Symposium, May 26-29 2002, Stockholm.
- [Scott Morton, F. (2006). "Consumer Benefit from Use of the Internet", *Innovation Policy and the Economy*, volume 6, The MIT Press, august 2006.
- [Shah, D. V., Kwak, N. & Holbert, R.L. (2001). "Connecting" and "Disconnecting" with Civic Life: Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital", *Political Communication*, 18, 141-162.
- [Sigala, M. (2005). A Learning Assessment of Online Interpretation Practices: from Museum Supply Chains to Experience Ecologies, *Information & Communication Technologies in Tourism, 2005 Conference*. Innsbruck, Austria, International Federation of Information Technologies in Tourism, 26 - 28 January 2005.
- [Spiezia, V. (2010). Does Computer Use Increase Educational Achievements? Student-level Evidence from PISA, *OECD Journal: Economics Studies*, OECD Publishing, vol. 2010 (1).
- [Strykowski, P. (2012). The Impact of Internet in OECD Countries, *OECD Digital Economy Papers*, n° 200, OECD Publishing.
- [Uzelac, A. (2011). Digitisation – How to fully exploit opportunities? *European Culture Forum 2011*, <http://ec.europa.eu/culture/events/documents/issue-papers-panels.pdf>