

MESOPOLHIS, UMR 7064

Observatoire des publics et des pratiques de la culture



Synthèse de recherche « Les médiations de l'histoire en ligne sur le périmètre d'Aix-Marseille Université : constructions, formes et réceptions »

Sami Dendani
Sous la direction de Sophie Gebeil
Septembre 2023

Synthèse

Aujourd'hui le Web et son utilisation encadrent nos pratiques culturelles, sociales et économiques. Son utilisation est omniprésente au quotidien. Des acteurs issus de différents domaines comme des institutions muséales, des associations, des guides-conférenciers, des auto-entrepreneurs ou encore des institutions publiques diffusent sur le Web des contenus à caractère historique. Ces contenus cherchent à informer, à divertir, à présenter un sujet ou encore à mettre en lumière un événement historique. Sur le Web, la facilité de la création de contenus permet à des acteurs multiples de présenter, d'exposer et de produire des médiations de nature différente. Il est notable que le Web, et davantage le Web 2.0, aient modifié en profondeur la communication au sein de la société. Ce développement rapide du Web accroît la pratique des médiations sur le Web. Il convient de s'interroger sur la diffusion de l'histoire sur le Web, la communication et les formes des médiations ainsi que l'utilisation d'archives historiques. Ainsi cette étude vise à explorer les stratégies de médiation des acteurs, les représentations des médiations de l'histoire et ainsi analyser les évolutions de la médiation de l'histoire sur le Web et la réception des publics. L'étude vise à identifier les acteurs et les représentations des médiations de l'histoire en ligne et à analyser les formes de médiation ainsi que leurs publics. Dans un premier temps il convient de dresser un état des lieux des contenus de médiation de l'histoire publiés sur le Web afin de comprendre et d'analyser la production et l'écriture des médiations des années 2000 à aujourd'hui. Ensuite les différentes formes d'écriture et de médiation de l'histoire en ligne sont étudiées à l'échelle du périmètre d'Aix-Marseille Université.

Au centre de l'étude se trouve le concept de médiation de l'histoire. Ce concept est notamment analysé par l'historien Pierre Nora. La médiation de l'histoire peut être définie comme le processus par lequel les connaissances historiques, les récits et les interprétations sont transmis, présentés et contextualisés au grand public. Il s'agit d'une approche qui vise à rendre les connaissances historiques accessibles, compréhensibles et pertinentes pour un large éventail d'audiences, tout en préservant l'exactitude des faits historiques.

Les sources sont de nature disparate, et sont composées à la fois de sources provenant du Web vivant, des archives du Web ou encore des entretiens oraux. La recherche s'attarde en particulier sur le Web vivant, il s'agit du Web disponible et consultable en ligne. Le choix

d'étudier principalement le Web vivant est motivé par plusieurs facteurs. Dans un premier temps, il est apparu qu'il n'existe que peu d'archives Web. En effet, les sources provenant en grande partie d'acteurs locaux n'ayant pas de politique d'archivage de leurs contenus Web, il n'existe pas d'archives Web accessibles pour étudier les contenus. De plus, l'archivage des réseaux sociaux numériques¹ comme Facebook fonctionne encore assez mal. Ainsi il n'existe que peu d'archives Web provenant de plusieurs plateformes. Enfin, la contrainte de temps implique d'étudier en priorité le Web vivant. Ces contraintes impliquent que l'étude n'abordera pas les médiations de l'histoire mises en ligne, produites depuis le début des années 2000 et ne se trouvant plus en ligne actuellement. Il s'agit d'une des limites de l'étude. Il est à noter que l'outil Internet Archive² a été utilisé, afin d'observer et étudier la mise en scène des médiations sur le Web à des dates antérieures.

Le terrain d'enquête est principalement numérique. En étudiant les médiations produites par les acteurs locaux, cela permet d'observer le Web vivant et plus précisément des contenus sur des plateformes bien différentes. Le corpus est composé de comptes YouTube, de comptes Instagram et Facebook, de podcasts et enfin de sites Web. Cette disparité implique des grilles de lecture distinctes pour analyser les contenus. L'étude aborde d'abord l'observation des contenus en ligne puis des entretiens semi-directifs d'un échantillon des créatrices et créateurs des dispositifs de médiations en ligne. La synergie entre ces deux méthodes permet d'obtenir des informations supplémentaires non accessibles en ligne. Pour mener à bien cette étude interdisciplinaire, il convient de privilégier pour la recherche des sources, une approche d'ethnographie numérique. Cette approche de recherche qualitative se définit comme l'étude des pratiques et des populations sur les réseaux en ligne. En mettant en place une « observation médiatisée »³, cela permet d'observer les textes, les images ou les vidéos produites et mises en ligne. Du point de vue de l'analyse des contenus Web, la recherche fait face à des enjeux sémiotiques d'une part par l'analyse des discours des médiations et d'autre part par l'analyse des discours de réception. Ainsi en privilégiant une

¹ BOYD Danah, ELIISON Nicole, « Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship », *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, Volume 13, Issue 1, p. 210–230.

² Internet Archive, site Web consacré à l'archivage du Web, consultable en ligne à cette adresse : < <https://archive.org/> > (consulté le 01/08/23).

³ BOLKA-TABARY Laure, « Explorer la dimension visuelle des pratiques numériques », *Socio-anthropologi*, n° 45, 2022, consultable en ligne à cette adresse : < <http://journals.openedition.org/socio-anthropologie/11317> >, (consulté 13/08/22).

approche sémio-pragmatique qui, comme l'énonce Laure Bolka-Tabary⁴, s'intéresse autant à l'émetteur qu'aux récepteurs, la recherche caractérise les différents acteurs de la création des médiations de l'histoire mais aussi à la réception et le sens que le public peut trouver dans la réception des médiations.

Ainsi cette étude questionne la production des médiations. Comment les acteurs de la production de médiation contribuent-ils à la médiation de l'histoire à l'échelle d'Aix-Marseille Université ? Comment les discours et la construction des médiations renseignent sur les objectifs des créateurs ? Comment les médias en ligne façonnent-ils la représentation de l'histoire et quels sont les enjeux de visibilité et de réception pour les créateurs ? Enfin, comment l'archivage et la pérennité des contenus en ligne influent-ils sur l'étude et la compréhension des médiations historiques sur le Web ?

Dans une première partie, il paraît important de définir et délimiter le corpus des médiations mises en ligne. Il a été établi un état des lieux des contenus dans le périmètre d'Aix-Marseille Université. Ainsi cette partie vise à la fois à faire un retour sur la création du corpus et la méthodologie appliquée lors de la recherche des sources. Il s'agit d'entrer dans le sujet en explicitant les choix méthodologiques et donner à voir la pluralité des acteurs. Une fois la délimitation géographique et l'approche ethno-numérique assimilées, l'étude définit les critères d'inclusion et d'exclusion pour que les sources en ligne soient pertinentes pour répondre aux questions de recherche. Seulement sont inclus dans le corpus les médiations à destination du Web. Il est à noter que la recherche s'intéresse uniquement à la médiation de l'histoire, de ce fait, toutes les médiations traitant de l'histoire à la marge ou traitant d'un sujet autre que l'histoire sont exclues du corpus. Enfin, l'étude s'applique à ne sélectionner que des créateurs proposant plus d'une dizaine de contenus de médiation, cela permet d'éliminer les créateurs ayant peu de contenus historiques. La collecte des données en ligne a été réalisée en deux temps. Dans un premier temps, en sélectionnant des sources en croisant un maximum de mot-clé sur des moteurs de recherche afin de trouver des sites Web ou des comptes pertinents sur le sujet. Dans un second temps, en utilisant l'outil *Hyphe* pour accroître le corpus et le catégoriser. Le corpus Web contient 32 acteurs produisant des médiations dans le périmètre d'Aix-Marseille Université, dont 13 ont des canaux de diffusion

⁴ BOLKA-TABARY Laure, *op. cit.*

multiples. L'ensemble du corpus représente donc 46 occurrences. Le corpus compte 22 sites Web, 10 chaînes YouTube, 7 comptes Facebook, 5 comptes Instagram et 1 compte Deezer. La géographie du corpus de l'étude autour d'Aix-Marseille Université est le reflet d'un territoire assez tourné vers la région marseillaise et aixoise. Le corpus se concentrant exclusivement sur les médiations de l'histoire dans le périmètre d'Aix-Marseille Université montre la prédominance des deux villes.

La catégorisation du corpus est une étape cruciale de l'étude. Il s'agit d'organiser et de classer les acteurs afin de mieux comprendre les spécificités de chaque catégorie et leurs contributions à la médiation de l'histoire. Le choix a été de classer les acteurs en fonction de leur statut. Ce choix permet de mettre en évidence les objectifs différents des acteurs publics, privés et associatifs. La catégorisation permet ainsi de mieux saisir les nuances en termes de discours mais également en termes de stratégie notamment dans le choix du canal de diffusion. Enfin, le choix de cette catégorisation relate l'impact de la visibilité et la crédibilité des acteurs en tant que source d'information historique. Ainsi le corpus est divisé en cinq statuts : les structures institutionnelles, les institutions muséales, les organismes de recherche et de formation, les structures privées et enfin les associations. Parmi ces 32 acteurs, l'étude énumère 9 structures institutionnelles, 5 institutions muséales, 5 organismes de recherche et de formation, 8 associations et 5 structures privées. L'outil *Hyphe* a servi à enrichir le corpus et à créer des visualisations sous forme de réseau en fonction des liens et des relations entre les acteurs du corpus. Dix acteurs du corpus ont des dynamiques de citations fortes, à la fois parce que ce sont des lieux d'animation de la culture à l'échelle d'AMU et donc cités par les autres acteurs, mais aussi parce que les activités culturelles de ces structures sont assez larges. De plus, les instances scientifiques proposent de nombreux renvois vers des lieux de préservation du patrimoine comme les musées ou les archives départementales. Il est important de signaler que des acteurs fortement impliqués dans le paysage culturel du périmètre d'AMU n'apparaissent pas dans la modélisation comme le Mucem, du fait des limites techniques de l'outil.

La seconde partie vise à étudier et analyser les médiations produites sur le Web. Il s'agit de mettre en évidence la diversité des médiations étudiées. L'étude des contenus des médiations de l'histoire autour d'Aix-Marseille Université a révélé une vaste diversité de thèmes et de sujets abordés par les acteurs. Ces thèmes reflètent les intérêts et

préoccupations variées des acteurs impliqués dans la diffusion de l'histoire. Parmi les médiations, les thèmes récurrents constatés portent sur des sujets liés à l'histoire de la ville, à l'urbanisme et au bâti. Sur les 32 acteurs du corpus, 13 acteurs proposent régulièrement des médiations sur ces thèmes. Les médiations ayant comme thématique l'histoire de la ville se concentrent sur l'évolution urbaine en mettant en lumière les transformations architecturales, l'émergence de quartiers et ne lésinent pas sur les anecdotes historiques qui ont façonné la ville. Ces contenus n'hésitent pas à louer la richesse du patrimoine urbain et contribuent à forger l'identité culturelle de la région. En ce sens, ces contenus sont produits en majorité par des services municipaux, publics ou travaillant en lien avec ces services. Montrer l'histoire de la ville constitue un atout pour le tourisme culturel, de même que forger une identité culturelle. Ainsi l'histoire de la ville est le sujet majoritaire qui ressort des médiations en raison d'un contexte touristique mais aussi en raison d'un patrimoine urbain important suscitant l'intérêt des publics locaux et des touristes. L'élaboration de médiation portant sur des sujets variés est plutôt l'apanage des organismes de recherche et de formation qui traite de sujets divers en lien avec les sujets d'études des chercheurs. Il en est de même avec les médiations du Mucem, de la Cité du livre et de la fresque de l'Institut National de l'Audiovisuel (INA) « Sudorama ». Les trois structures traitent de sujets variés en abordant un axe régional plus ou moins fort. Les organismes de recherche et de formation, du fait des structures pluridisciplinaires et du nombre important de chercheurs travaillant sur des sujets différents, n'ont pas de sujet de prédilection. Les associations traitent, elles aussi, d'une multitude de sujets et thèmes. Cependant, si les associations ont des sujets variés, chaque association propose des médiations sur une unique thématique. En effet, cela est dû à la nature même des associations car elles sont généralement créées autour d'un domaine d'expertise spécifique ou d'un objectif bien défini. Cette spécialisation leur permet de se positionner en tant qu'acteur clé dans leur domaine d'action.

Plusieurs périodes historiques sont mises en lumière par les médiations en ligne. Les quatre périodes sont bien représentées. Les acteurs proposent des médiations couvrant plusieurs périodes. La répartition des périodes évolue en fonction du statut de l'acteur. Les institutions muséales ont tendance à publier des médiations ayant comme sujet des périodes historiques très larges. Les structures institutionnelles favorisent les médiations des périodes Médiévale à Contemporaine, cela est notamment à corréliser avec la forte propension de ces acteurs à accorder une grande place à l'histoire du bâti et de la ville. Les organismes de

recherche et de formation s'intéressent en particulier aux périodes Médiévale à Contemporaine notamment par le fait de l'implantation forte du laboratoire TELEMMe⁵ (Temps, Espaces, Langues, Europe Méridionale et Méditerranée) acteur majeur de la production de médiation et de recherche. En effet, le laboratoire propose des médiations sous forme de vidéo, produite par un prestataire externe. Le laboratoire se positionne comme au centre des dynamiques scientifiques. Après avoir engendré des connaissances scientifiques, TELEMMe, les diffuse à travers de vidéos sur des sujets variés, permettant ainsi aux publics d'accéder à des informations historiques fiables et contextualisées. En mettant en scène des universitaires, dans des lieux ou avec des objets en lien avec le sujet de recherche, les vidéos poursuivent l'objectif de toucher un large public. Toutes ces vidéos viennent enrichir à la fois la chaîne YouTube et la chaîne Canal-U. Les associations, quant à elles, proposent des médiations autour de la période Contemporaine. C'est notamment le cas de l'association « Ancrages »⁶. L'association propose une approche par les témoignages et les récits personnels pour rendre plus compréhensible l'histoire de la ville, l'histoire des migrations ou encore l'histoire de la Provence. Les médiations contemporaines intègrent alors des éléments multimédias tels que le son mais aussi des vidéos d'archives, des photographies d'archives ou des documents d'archives. Tous ces éléments multimédias mobilisables de manière simple pour cette période offrent la possibilité d'une immersion et d'un impact accrus sur les internautes. Enfin, les structures privées, en essayant de toucher le plus de monde, proposent en majorité des médiations avec pour sujet les quatre périodes historiques. Ainsi, il existe des disparités dans les périodes en fonction des périodes, la période Contemporaine restant la période la plus étudiée. Les acteurs portent leur attention sur l'histoire récente de la région et se connectent ainsi à leur audience en traitant des sujets qui résonnent avec le contexte présent. Les médiations sur l'histoire Contemporaine intègrent fréquemment des éléments multimédias tels que le son mais aussi des vidéos d'archives, des photographies d'archives ou des documents d'archives. Tous ces éléments multimédias mobilisables de manière simple pour cette période offrent la possibilité d'une immersion et d'un impact accrus sur les internautes. Il est à noter que les médiations en relation avec l'histoire Contemporaine

⁵ Laboratoire pluridisciplinaire en sciences humaines et sociales, consultable en ligne à cette adresse : < <https://telemme.mmsh.fr/> >, (consulté le 08/08/23).

⁶ Ancrages est une association qui a pour objectif la valorisation de l'histoire des migrations, consultable en ligne à cette adresse : < <https://ancrages.org/> >, (consulté le 08/08/23).

cherchent souvent à établir des liens avec la mémoire locale pour créer une connexion entre le public local et le sujet de la médiation.

Sept dispositifs de médiation ont été retenus : les dispositifs interactifs, les extraits sonores et leur contextualisation, les extraits de films d'archives et leur contextualisation, les retransmissions d'un événement public filmé, les vidéos de présentation de lieux historiques ou de collections, les vidéos pédagogiques et enfin les contextualisations et commentaires d'une image ou d'un document d'archives.

Plusieurs canaux de diffusion sont à disposition des acteurs. Les acteurs choisissent en fonction de leur besoin un canal de diffusion en adéquation avec les objectifs de leur médiation. Les scénographies du Web sont alors différentes d'un canal à l'autre. Choisir le site Web comme canal de diffusion a un impact sur la présentation et offre une multitude de choix en termes de construction des médiations en ligne. Les sites offrent des possibilités de présentation visuelle, de hiérarchisation de l'information, d'interactivité, de personnalisation et d'accessibilité, ce qui enrichit l'expérience des utilisateurs. Cependant les sites imposent également des exigences en termes de conception, d'organisation de l'information et de maintenance sur le long terme.

Sur les réseaux sociaux numériques la plateforme a un impact significatif sur la manière dont le contenu est conçu et perçu. Facebook privilégie un format textuel et visuel. Lorsque les créateurs de médiation choisissent Facebook comme canal de diffusion, ils entrent dans un écosystème où la structure et les normes sont préétablies. La structure centrale de Facebook est son fil d'actualité, les médiations entrent alors en concurrence, ce qui implique que les créateurs doivent attirer rapidement l'attention des utilisateurs. La structure de Facebook favorise le caractère éphémère des publications et oblige les créateurs à maintenir une fréquence de publication élevée pour maintenir leur visibilité. La plateforme favorise le format visuel, la concision, l'interactivité et la récence des publications. Les créateurs se doivent de maîtriser les outils de la plateforme pour susciter de l'engagement et par extension de la visibilité. Sur Instagram, la cohérence esthétique, grâce aux couleurs, aux styles d'images ou aux sujets semble être une caractéristique importante de la plateforme. Similairement à Facebook, le contenu se doit d'être bref et concis. La plateforme limite le nombre de caractères dans les publications. Les comptes Instagram adoptent une esthétique cohérente et reconnaissable, des textes courts. Il est important de signaler que la majorité des

utilisateurs de Facebook et Instagram accèdent à la plateforme depuis un appareil mobile⁷. Les créateurs doivent s'assurer que le contenu est adapté à une expérience mobile, avec une présentation visuelle qui fonctionne sur des écrans de petite taille. YouTube, en tant que plateforme de partage de vidéo, propose des médiations vidéo. La structure de YouTube fait que les créateurs doivent concevoir des miniatures attrayantes. La miniature donne un maximum d'information à l'internaute et reflète le contenu de la vidéo en suscitant l'intérêt. Il en va de même pour les titres et les descriptions qui sont essentiels pour informer les spectateurs sur le contenu. Les titres sont concis, descriptifs et parfois intrigants pour accentuer l'intérêt des publics.

La visibilité est un enjeu majeur pour ceux qui produisent et diffusent des médiations historiques en ligne. Les acteurs ont intégré que la visibilité sur le Web est essentielle pour atteindre un large public et ainsi promouvoir leur travail. Cependant, la quête de visibilité sur le Web n'est pas uniforme et varie en fonction du statut des acteurs. En effet, l'objectif de visibilité apparaît comme différent : une structure privée ou une association doit accrocher un maximum de personnes pour accroître sa notoriété et s'agrandir sur le Web, à l'inverse, les structures institutionnelles ou les institutions muséales paraissent moins concernées. La visibilité sur le Web pour ces derniers acteurs n'est pas impérative car la rentabilité n'est pas un objectif principal et les missions de ces acteurs ne sont pas uniquement numériques. Une visibilité accrue équivaut à une diffusion élargie d'un message et à une influence renforcée dans la transmission de l'histoire. La visibilité renforce la portée et l'impact des médiations. De plus, la visibilité offre aux acteurs la possibilité de partager leur passion pour l'histoire et de mettre en exergue leur expertise. Une visibilité accrue propulse les acteurs comme des références incontestées dans leur domaine respectif, renforçant ainsi leur autorité et crédibilité. Certains acteurs comme les structures privées se doivent de veiller à promouvoir et faire rayonner leurs médiations. La visibilité des structures privées s'articule souvent directement autour de la promotion de leurs services liés à l'histoire. Plus ces structures sont visibles sur le Web, plus elles ont des chances de générer des ventes et d'augmenter leurs revenus. À l'inverse pour les institutions muséales, la quête de visibilité sur le Web est une opportunité de communication pour l'institution. Les institutions ont pour vocation à rendre

⁷ BASTARD Irène, CARDON Dominique, CHARBEY Raphaël, COINTET Jean-Philippe et PRIEUR Christophe, « Facebook, pour quoi faire ? Configurations d'activités et structures relationnelles », *Sociologie*, 2017/1, vol. 8, p. 57, consultable en ligne à cette adresse : < <https://www.cairn.info/revue-sociologie-2017-1-page-57.htm> >, (consulté le 14/08/23).

accessible le patrimoine culturel. Ainsi la recherche de visibilité permet aux institutions de promouvoir l'histoire qu'elles représentent, notamment par le biais d'expositions virtuelles ou de vidéos. Cette visibilité renforce le rôle des musées comme lieux de culture et contribue à la préservation de l'histoire collective. La visibilité du patrimoine sur le Web est un moyen d'engager le public et d'accroître les publics dans les salles d'exposition.

Dans un foisonnement du contenu sur le Web, les créateurs de médiations historiques se doivent de mettre en place des stratégies pour accroître la visibilité. Les stratégies sont d'abord utilisées par les structures privées et les associations qui sont obligées de maintenir et faire évoluer une présence forte sur le Web pour mener à bien leur projet. Ainsi les acteurs déploient des stratégies pour maximiser leur visibilité et établir leur empreinte dans le paysage numérique. Il convient d'observer l'utilisation des réseaux sociaux numériques comme un puissant catalyseur d'accroissement de la visibilité, par le fait que les réseaux sociaux numériques peuvent théoriquement toucher plusieurs milliards de personnes. D'autres stratégies peuvent être mises en place, comme le sponsoring pour étendre la visibilité des publications. La multiplication des canaux de diffusion permet d'accroître le référencement sur le Web du producteur de médiation. En effet, plus il y a de liens pointant vers le site Web depuis diverses plateformes, plus le référencement est amélioré. Cette optimisation du référencement permet alors de faire apparaître dans les premiers résultats d'un moteur de recherche les canaux de diffusion d'un acteur du corpus. Le rythme de publication en particulier sur les réseaux sociaux numériques est important pour accroître sa visibilité. Si la fréquence de publication est assez diverse dans le corpus, il est à noter que les grandes structures comme le Mucem, le Musée d'Histoire de Marseille ou les Archives départementales ont un rythme de publication assez soutenu avec plusieurs publications par semaine. Il en va de même avec les structures privées de guides-conférenciers pour qui la présence sur les réseaux sociaux numériques est fondamentale. La maîtrise des codes des réseaux sociaux numériques et notamment de l'utilisation de hashtags semble être un atout pour apporter de la visibilité à un compte.

Dans une dernière partie, l'étude aborde la construction des médiations, la réception et la pérennité des contenus sur le web. Le processus d'écriture et de construction des médiations est le fruit d'un processus qui peut être collaboratif ou solitaire selon la structure. Tout d'abord, il est essentiel de signaler que la médiation de l'histoire ne se limite pas à la

seule rédaction des contenus. La construction des médiations, qu'elle soit solitaire ou collaborative, est un processus avec différentes étapes : la recherche d'informations, l'écriture, la conception visuelle et la publication.

Les médiations en ligne peuvent se distinguer par la manière dont elles articulent les discours, la mise en récit et la place accordée aux émotions. Les médiations s'appuient sur divers discours pour présenter l'information. Les discours peuvent être descriptifs, explicatifs, analytiques, pédagogiques ou encore narratifs selon l'objectif de la médiation. Enfin, la mise en récit est une composante fondamentale de la construction des médiations. Elle consiste à structurer l'information sous forme d'histoire avec un début, un milieu et une fin. Cette approche narrative permet au public de s'immerger dans le contenu en le reliant à des lieux ou des événements. La mise en récit historique est souvent organisée de manière chronologique pour permettre aux publics de suivre l'évolution des événements de manière simple. Les personnages historiques jouent un rôle central dans la mise en récit et servent de point d'ancrage émotionnel.

Les créateurs de médiation s'appuient sur une variété de ressources pour illustrer les informations délivrées. Les sources historiques peuvent être multiples. Présenter les sources historiques est d'une grande importance pour l'authenticité et la crédibilité des médiations. En effet, pour garantir la crédibilité et l'intégrité du contenu, les médiations incluent des références à la source historique ce qui permet aux utilisateurs de vérifier la source par eux-mêmes. Plusieurs acteurs, au-delà de présenter la source historique, citent la source de manière précise en fournissant le titre, l'auteur, la date de publication ou de création et la cotation. Étant donné la nature des canaux de diffusion, la source la plus mise en évidence est la source iconographique. Les sources viennent alors illustrer un propos et sont contextualisées par un texte.

L'analyse de l'implication et de l'interaction des internautes avec les médiations en ligne est une étape essentielle pour comprendre comment les contenus sont réceptionnés et vécus par les publics. Dans un premier temps, il est important de signaler que l'étude s'appuie uniquement sur les ressources disponibles directement en ligne. Sans accès aux ressources Google Analytics permettant d'analyser la fréquentation des sites Web, ce chapitre ne prendra en considération uniquement les réseaux sociaux numériques. De plus, plusieurs données sur les réseaux sociaux numériques ne sont pas accessibles aux publics. Ainsi la durée de consultation, le profil type de l'audience ou encore le nombre de partages sont des

informations manquantes. En concentrant sur les données publiques des réseaux sociaux numériques il est tout de même envisageable d'analyser l'interaction des publics et l'implication des internautes. Les chaînes YouTube du corpus ont un nombre d'abonnés extrêmement variable. Les vues sur YouTube sont donc un indicateur essentiel qui mesure le nombre de fois qu'une vidéo a été visionnée par les utilisateurs. Les structures ayant un grand nombre d'abonnés obtiennent des vues bien supérieures aux autres acteurs du corpus. Il apparaît que les internautes suivent et interagissent en priorité avec les acteurs muséaux et culturels. L'interaction et l'implication des internautes sur les plateformes telles que YouTube, Facebook et Instagram montrent qu'il y a une grande disparité entre les acteurs du corpus. Sur Facebook et Instagram, l'interaction est basée sur les *likes* qui sont très hétérogènes. Ainsi les publics optent pour une consommation des contenus avec peu d'interactivité, ce qui peut être un frein pour les créateurs qui n'observent que peu de retours sur leurs travaux.

Les différents publics peuvent avoir des attentes ou des intérêts variables en fonction des médiations. Trois publics des médiations sont retenus. Le premier public est un public scolaire qui vient s'abreuver de médiations pédagogiques portant sur le programme scolaire. Le deuxième public est un public de spécialistes. Le dernier public est celui des publics multiples. Le terme est ici utilisé pour décrire des médiations qui visent à toucher un large éventail de personnes, sans restriction d'âge ou de connaissances préalables. Ces médiations sont donc conçues pour être accessibles et attrayantes pour un public diversifié.

L'archivage semble être une préoccupation lointaine pour de nombreux acteurs du corpus notamment sur les réseaux sociaux numériques. Pour ce qui est des sites Web, les créateurs institutionnels produisent des sauvegardes régulières afin de pallier tout problème. Certains des créateurs de médiation ont une forte conscience de la problématique de l'archivage. Il apparaît que les grandes structures, de même que les sites institutionnels, disposent d'un archivage régulier et conséquent mais ce n'est pas le cas pour les petits créateurs. L'archivage représente encore un défi majeur pour la préservation du patrimoine numérique local. Des efforts supplémentaires sont nécessaires pour développer des normes et des pratiques qui garantissent la conservation à long terme des sites Web et leurs contenus. Pour l'heure, Internet Archive peut aider à la préservation du Web. En utilisant, Internet Archive, Il est possible de naviguer dans les archives web du corpus. Cela donne l'occasion de remarquer que les médiations du début des années 2000 sont caractérisées par un site Web statique, beaucoup de textes et une interaction limitée. Les années 2010 ouvrent la voie à des

médiations sur les réseaux sociaux numériques. Pour ce qui est des sites Web, la vidéo est de plus en plus présente. L'adoption croissante des smartphones pousse les créateurs à diffuser des médiations accessibles sur smartphone, les photos sont donc plus petites. Les sites Web proposent la mention d'inscription à la newsletter. Les années 2020 offrent une diversification des formats et des publics. Les publics scolaires ou de spécialistes trouvent également des médiations construites et produites pour eux. La vidéo est un format mis de nouveau en lumière avec plusieurs types de vidéos pour plusieurs formes de médiation.

En conclusion, cette étude a permis d'explorer le vaste paysage des médiations historiques en ligne. La recherche a pu mettre en lumière les acteurs, les contenus, les canaux de diffusion et les dynamiques qui façonnent les médiations sur le Web. En catégorisant le corpus en fonction des statuts des acteurs, cela a fait émerger une différenciation entre les structures muséales, les structures institutionnelles, les organismes de recherche et de formation, les associations ou encore les structures privées. L'analyse des médiations a fait apparaître les thèmes, sujets et périodes de prédilection des acteurs. L'analyse de la typologie des formes de médiation laisse à voir une multitude d'approches pour présenter les faits historiques. Ces formes de médiation évoluent en fonction des canaux de diffusion. Il est apparu essentiel d'aborder l'influence des canaux de diffusion sur la présentation et la construction des médiations. En effet, les médiations sont inscrites dans l'architecture du canal de diffusion. Il convient de bien saisir les limites des différents canaux de diffusion que sont les sites Web, YouTube, Facebook et Instagram pour analyser la construction des médiations. Ainsi une médiation sur un site Web offre une multitude de choix esthétique, de personnalisation, d'accessibilité et une expérience utilisateur supérieure à une médiation sur Facebook qui reste figée dans l'interface de la plateforme. L'étude souligne également l'importance de la visibilité pour les acteurs. En abordant la construction des médiations, il est apparu que les tâches sont solitaires ou collectives selon la nature de la structure. Les discours, la mise en récit et la place des émotions ont été étudiés. En analysant la réception des médiations, il est à constater l'implication et l'interaction des internautes avec les médiations. En se penchant sur l'archivage et la pérennité des contenus de médiations, il semble que si certaines structures comme le Mucem sont dotées d'un archivage riche, cohérent et important ce n'est pas le cas de nombreuses structures.

Pour terminer, l'ensemble de cette étude, a contribué à identifier et contextualiser les acteurs de la production de médiation. L'analyse des formes de médiation, la construction des contenus en ligne, les discours ainsi que les dynamiques et les relations entre les acteurs ont été étudiés. La mise en visibilité de certains sujets, thèmes et périodes a été étudiée. L'étude a permis de décrypter les défis et enjeux de la mise en ligne, de même que l'influence des canaux de diffusion.

Sources

Les sources proviennent du Web vivant et de nos entretiens. Elles sont classées en six corpus distincts. Le premier corpus regroupe les sites Web, le deuxième corpus se concentre sur les comptes et groupes Facebook. Le troisième mobilise les comptes Instagram. Le quatrième corpus rassemble les chaînes YouTube. Le cinquième comporte une seule occurrence, il s'agit d'un podcast. Enfin, le dernier corpus regroupe les entretiens oraux que nous avons menés. Le choix de classer les sources en six corpus, nous permet de mettre en évidence les différents canaux de diffusion des médiations historiques sur le Web ainsi que les sources orales.

I- Sites Web

- Musée d'Histoire de Marseille : < <https://www.musee-histoire-marseille-voie-historique.fr> >, (consulté le 27/08/23)
- Camp des Milles : < <http://www.campdesmilles.org/histoire-d-un-camp.html> >, (consulté le 27/08/23)
- Archives départementales des Bouches-du-Rhône : < <https://www.archives13.fr/n/galeries-virtuelles/n:197> >, (consulté le 27/08/23)
- Bibliothèque Méjanes : < <http://www.citedulivre-aix.com/spip.php?rubrique31> >, (consulté le 27/08/23)
- Bibliothèque de Marseille : < <https://www.bmvr.marseille.fr/patrimoine> >, (consulté le 27/08/23)
- Fresque INA Sudorama : < <https://fresques.ina.fr/sudorama> >, (consulté le 27/08/23)
- La Friche de la Belle de Mai : < <https://www.lafriche.org> >, (consulté le 27/08/23)
- Tourisme Marseille : < <https://tourisme-marseille.com> >, (consulté le 27/08/23)
- Mairie de Marseille : < <https://www.marseille.fr> >, (consulté le 27/08/23)
- Parc national des Calanques : < <https://www.calanques-parcnational.fr> >, (consulté le 27/08/23)

- Radiogrenouille promenades sonores : < <http://www.promenades-sonores.com/audioguide> >, (consulté le 27/08/23)
- TELEMMe Canal U : < <https://www.canal-u.tv/chaines/temps-espaces-langages-europe-meridionale-mediterranee> >, (consulté le 27/08/23)
- Université Populaire de Marseille Métropole : < <https://upop.info> >, (consulté le 27/08/23)
- Carnet de recherche : Métiers des archives et des bibliothèques : médiation de l'histoire et humanités numériques : < <https://masterabd.hypotheses.org> >, (consulté le 27/08/23)
- Carnet de recherche : Archives de la recherche et phonothèque : < <https://phonotheque.hypotheses.org> >, (consulté le 27/08/23)
- Ancrages : < <https://ancrages.org> >, (consulté le 27/08/23)
- Anonymal TV : < <https://www.anonymal.tv> >, (consulté le 27/08/23)
- Webdocumentaire à l'Ouest de la Provence : < <https://alouestdelaprovence.fr> >, (consulté le 27/08/23)
- Résistance marseillaise R2 : < <https://resistancemarseillaise-r2.fr> >, (consulté le 27/08/23)
- Cinémémoire : < <https://cinememoire.net> >, (consulté le 27/08/23)
- Château La Buzine : < <https://www.labuzine.com/le-chateau-patrimoine-1.html> >, (consulté le 27/08/23)
- Aix en découvertes : < <https://www.aixendecouvertes.com> >, (consulté le 27/08/23)
- Profluby : < <https://www.profluby.com> >, (consulté le 27/08/23)

II- Comptes et groupes Facebook

- Musée d'Histoire de Marseille : < https://www.facebook.com/museehistoire/?locale=fr_FR >, (consulté le 27/08/23)
- Archives départementales : < <https://www.facebook.com/ArchDep13/> >, (consulté le 27/08/23)
- Webdocumentaire à l'Ouest de la Provence : < <https://www.facebook.com/ALouestDeLaProvence/> >, (consulté le 27/08/23)

- Une histoire de Marseille par Judith Aziza : < https://www.facebook.com/groups/unehistoiredemarseille/?locale=fr_FR >, (consulté le 27/08/23)
- Cinémémoire : < https://www.facebook.com/cinememoire.net/?locale=fr_FR >, (consulté le 27/08/23)
- Secrets d'ici : < https://www.facebook.com/secretsdici/?locale=fr_FR >, (consulté le 27/08/23)
- Aix en découvertes : < https://www.facebook.com/aixendecouvertes/?locale=fr_FR >, (consulté le 27/08/23)

III- Comptes Instagram

- Musées de la ville Marseille : < <https://www.instagram.com/museesmarseille/?hl=fr> >, (consulté le 27/08/23)
- Phonothèque de la MMSH : < <https://www.instagram.com/phonothequemmslh/> >, (consulté le 27/08/23)
- Secrets d'ici : < https://www.instagram.com/secrets_dici/?hl=fr >, (consulté le 27/08/23)
- Le visible est invisible : < https://www.instagram.com/fp_invisible/ >, (consulté le 27/08/23)
- Une histoire de Marseille par Judith Aziza : < https://www.instagram.com/une_histoire_de_marseille/?hl=fr >, (consulté le 27/08/23)

IV- Chaînes YouTube

- Musées de Marseille : < <https://www.youtube.com/@museesdemarseille3295> >, (consulté le 27/08/23)
- Mucem : < <https://www.youtube.com/@MucemMarseille> >, (consulté le 27/08/23)
- Bibliothèque de Marseille : < <https://www.youtube.com/@bibliothequesdemarseille> >, (consulté le 27/08/23)

- Office de tourisme d'Aix-en-Provence : < <https://www.youtube.com/@TourismAixenprovence> >, (consulté le 27/08/23)
- Service culturel de Tarascon-en-Provence : < <https://www.youtube.com/@tarasconenprovence4847/featured> >, (consulté le 27/08/23)
- Parc national des Calanques : < https://www.youtube.com/@Parc_national_des_calanques >, (consulté le 27/08/23)
- TELEMMe AMU-CNRS : < <https://www.youtube.com/@telemmeamu-cnrs6318> >, (consulté le 27/08/23)
- Université Populaire de Marseille Métropole : < <https://www.youtube.com/@UPOP-Marseille> >, (consulté le 27/08/23)
- Profluby : < <https://www.youtube.com/@profluby7996> >, (consulté le 27/08/23)
- Une histoire de Marseille par Judith Aziza : < <https://www.youtube.com/@unehistoiredemarseille615> >, (consulté le 27/08/23)

V- Podcast

- La vie aixoise : < <https://podcast.ausha.co/la-vie-aixoise> >, (consulté le 27/08/23)

VI- Entretiens oraux

- Entretien mené le 05/10/22 avec l'enquêtée n°1, bibliothécaire responsable de l'espace régional et du dépôt légal du web à la bibliothèque de l'Alcazar.
- Entretien mené le 09/03/23 avec l'enquêtée n°2, au musée d'Histoire de Marseille.
- Entretien mené le 13/04/23 avec l'enquêtée n°3, co-fondatrice du collectif de guides-conférenciers « Secret d'ici ».
- Entretien mené le 27/04/23 avec l'enquêtée n°4, direction des Archives départementales des Bouches-du-Rhône.
- Entretien mené le 12/06/23 avec l'enquêtée n°5, pôle du développement culture au Mucem.