

RÉFLEXIONS SUR LA MÉTHODOLOGIE « TOUT À DISTANCE »

Rédigé dans le cadre du Projet de recherche soutenu par UniDistance :
LES MUSÉES 2.0, Enquête sur les musées suisses à l'ère du digital

Co-responsables du projet
Diletta Guidi (Dr., Membre de l'équipe enseignante UniDistance)
et
Magali Jenny (Dr., Enseignante UniDistance)
et

Alix Hagen (Collaboratrice scientifique)



Auteure : Jenny Magali
Date : 9 mars 2021

Table des matières

Introduction	1
Le projet de recherche	2
La digitalisation des musées : un phénomène controversé	3
Réflexions sur la méthodologie « tout à distance »	4
<i>Mixed methods</i>	4
Une recherche entièrement « à distance »	5
Modus operandi	6
Les entretiens semi-directifs par visioconférence	7
Le questionnaire <i>online</i>	8
Le travail d'analyse à distance	8
Avantages et désavantages	8
Conclusion	11
Bibliographie	13

Introduction

Le 10 septembre 2020, la première réunion du groupe de recherche du projet *Musée 2.0 en Suisse*, constitué par Diletta Guidi, Magali Jenny et Alix Hagen s'est tenue dans les locaux d'UniDistance Avenue de Tivoli à Fribourg.

Quelques mois auparavant, une demande de financement avait été déposée auprès d'UniDistance pour une recherche sur l'utilisation du digital¹ dans les musées et sa réception par les publics. Les enquêtes existant déjà sur le cas helvétique dataient du début des années 2000, et méritaient donc d'être prolongées. Et c'est bien ce que ce projet de recherche *Les musées 2.0. Enquête sur les musées suisses à l'ère de la digitalisation* a proposé de faire en interrogeant aussi bien les professionnels de la culture que les visiteurs des musées. L'idée était de questionner, d'une part, les musées sur leur « passage au digital » et, d'autre part, la réception, l'accueil du digital par les visiteurs. Comment réagissent les publics par rapport au numérique ? Le digital et le virtuel mènent-ils à une baisse de la fréquentation ou, au contraire, augmentent-ils les entrées ? Entraînent-ils un boycott des musées ou une fidélisation des jeunes générations ? Qu'en pensent les visiteurs ? Utilisent-ils les dispositifs numériques (guides, applications, etc.) *in situ* ou sont-ils agacés par leur présence ? Poursuivent-ils les visites réelles grâce aux expériences virtuelles (sites, App., etc.) ?

D'entrée de jeu, nous avons proposé de considérer cette enquête comme la première étape d'une recherche scientifique plus large sur une thématique encore très peu abordée malgré sa très grande actualité.

Pour commencer ce travail exploratoire, nous avons décidé d'observer avec attention un échantillon assez restreint de dix musées, situés en Suisse romande. Au sein des institutions romandes, nous avons sélectionné une palette très diversifiée de musées, représentatifs de la richesse du sujet : un musée des Beaux-Arts ; un musée d'histoire ; un musée d'archéologie ; un musée d'ethnographie ; un musée d'histoire naturelle ; un musée d'art contemporain ; un musée de sociétés ; un musée de sciences ; un centre d'art contemporain ; une fondation privée².

¹ Le mot digital est la traduction anglaise du terme numérique, mais l'expression étant désormais rentrée dans le langage francophone commun, parfois plus que le terme original. Il se déploie à tous les niveaux d'activité du musée : communication, conservation, médiation, recherche, acquisitions, expositions, transmission du patrimoine matériel et immatériel, création artistique (avec l'apparition des œuvres d'art dit « numérique » ou du *digital art*). Le virtuel en revanche est défini « par rapport » au digital. Si le digital est plutôt conçu comme un outil ou un langage, le virtuel est défini comme un espace, un lieu, un monde parallèle au monde réel. Nous sommes dans la création digitale *ex nihilo*, souvent immersive et dont les visites virtuelles sont l'exemple par excellence. Le virtuel est donc une sorte d'extension du digital.

² Cf. présentation du projet de recherche rédigé par Dr. Diletta Guidi, initiatrice du projet.

Initialement, la recherche devait se dérouler en trois étapes. La première consistait à visiter les musées, la seconde à interroger les acteurs et actrices responsables de ces institutions culturelles (directeurs, personnes en charge de la communication, personnel dédié à la médiation, responsables du digital, etc.), et la troisième de soumettre aux publics de ces musées un questionnaire qualitatif et quantitatif.

A ce stade : *nihil novi sub sole*. Et pourtant...

La pandémie de Covid-19 rendant impossible l'observation in situ, les entretiens en présence, ainsi que la distribution de main à main des questionnaires destinés aux visiteurs, nous avons été, comme c'est souvent le cas en sciences sociales, obligées de nous adapter aux réalités du contextes et du terrain. Nous avons donc innové pour mettre en place une récolte de données entièrement à distance pour les trois étapes précitées : observation, entretiens et questionnaires. Nous avons poussé l'expérience jusqu'à proposer de procéder à une analyse des données, à des discussions et à la rédaction d'un rapport de recherche entièrement à distance.

C'est cette méthodologie novatrice et les réflexions qu'elle nous a inspirées que nous proposons de présenter dans cet article.

Le projet de recherche

La Suisse abrite plus de 1100 musées, soit un musée pour quelque 7600 habitants quand la France en compte un seul pour 60'000 personnes³. Les statistiques montrent que les Suisses se rendent souvent au musée, avec la moyenne relativement élevée d'une visite par mois par foyer⁴. Les touristes étrangers commencent aussi à s'intéresser à l'offre culturelle helvétique en formant, avec les visites scolaires, une importante partie du public⁵. Toutefois, la présence de cette grande quantité d'institutions muséales ne va pas sans poser problème⁶. La concurrence est rude, en particulier pour les musées locaux et de petite taille qui peinent à maintenir des fréquentations stables⁷.

³ Cf. Office Fédéral de la statistique (2019), « Statistique suisse des musées : définitions des variables », avril 2019.

⁴ Krill M.-J. (2003), « Les Suisses sont friands de musées », *Horizon le magazine suisse de la recherche scientifique*, n°59, décembre 2003, pp. 25-27.

⁵ Cf. Mottaz Baran Arlette (2009), *Publics et musées en Suisse*. Paris : L'Harmattan.

⁶ Cf. Dumont E. (2018), « SUISSE/Il y a aujourd'hui trop de musées, mais que peut-on faire ? », *Bilan*, 13 août 2018.

⁷ Cf. « La fréquentation des musées suisses a augmenté de 12% en deux ans », *Le Temps*, 19 février 2019. Cet article montre bien que si la fréquentation des musées suisses a augmenté celle des petites institutions est en forte baisse.

Pour attirer les visiteurs, les musées ont donc recours à des stratégies en constante évolution. Elles reposent essentiellement sur le digital. Il est désormais presque impossible de trouver un musée « zéro digital ». En effet, l'immense majorité⁸ possède au moins une page Internet avec des informations de base. À côté de ce digital *a minima*, les musées privilégient tout particulièrement les secteurs de la communication avec le public (réseaux sociaux et autres outils web), de la médiation dans les salles (écrans, écrans tactiles, bornes interactives, expériences de réalité augmentée⁹ – plus rarement des expériences virtuelles – guides digitaux, etc.) et de l'archivage des objets (digitalisation des collections, conservation – avec le problème supplémentaire du maintien des œuvres numériques – restauration, bases de données online accessibles au plus grand nombre, etc.). Enfin, les nouvelles acquisitions se font aussi davantage par le biais du virtuel. Désormais globalisé, le marché de l'art se sert effectivement toujours plus de plateformes en ligne pour vendre des pièces aux enchères et effectuer des transactions.¹⁰

La digitalisation des musées : un phénomène controversé

Nationale, suisse, mais aussi globale, la digitalisation muséale demeure controversée. En effet, tout comme dans d'autres domaines (y compris celui de l'enseignement universitaire dont UniDistance représente l'exemple type en Suisse), la digitalisation de la culture, en particulier des musées, qui demeurent, avec l'école, parmi les lieux sacrés de la conservation et de la transmission du patrimoine national (Anderson, 1983 ; Rosanvallon, 1990 ; Poulot, 1997 ; Macdonald, 2003 ; Levitt, 2015), pose un certain nombre de défis.

La digitalisation, souvent comprise comme une disparition de ce à quoi elle est associée, entraîne des préoccupations de type éthique et moral sur l'avenir de la culture¹¹ et, plus généralement, sur notre propre futur. Elle engendre des peurs, concernant notamment la perte de contrôle, de travail, de droits et, dans ce cas, de culture et donc d'identité. Le virtuel va-t-il remplacer le réel ? Certains contestent cette « arti-fiction » en insistant sur l'importance sociale des musées au sein du tissu urbain et sur le fait qu'ils permettent les échanges et le dialogue directs (en opposition aux discussions online) entre citoyens en participant au bien-être et à la paix sociale. Les défenseurs du musée traditionnel soutiennent d'ailleurs que les usagers préféreraient fréquenter physiquement les institutions muséales

⁸ En 2019, près de 70% des musées suisses sont dotés d'une plateforme en ligne plus ou moins développée.

⁹ La RV (réalité virtuelle) et la RA (réalité augmentée) ne sont que des déclinaisons parmi d'autres du digital.

¹⁰ Cf. présentation du projet de recherche rédigé par Dr. Diletta Guidi, initiatrice du projet.

¹¹ Voir « Quand l'intelligence artificielle concurrence les artistes », *Grand format, RTSinfo*, mars 2019.

que visiter leurs avatars en ligne¹². En plus de la réflexion philosophique et politico-sociale, le digital concerne aussi le domaine légal et les aspects financiers de la digitalisation des musées. Le digital dans les musées (réalité virtuelle ou augmentée, etc.) et le développement de projets (les musées virtuels, etc.) ont des coûts encore très élevés.¹³

Réflexions sur la méthodologie « tout à distance »

En sciences sociales, quand on parle de méthodologie, c'est souvent pour introduire une distinction entre les méthodes qualitatives ou quantitatives. Ayant utilisé les deux approches, les présenter brièvement ici nous semble nécessaire.

Parmi les outils proposés par les méthodes qualitatives, on trouve : l'analyse de contenu, l'analyse du discours, l'étude de cas, l'histoire de vie, les différentes formes d'entretiens et d'observations, etc. Dans cette perspective, c'est l'être humain dans toute sa complexité (son discours, ses opinions, ses actions, etc. produits dans une situation donnée) qui est au centre de la récolte de données et de leur analyse.

Du côté des méthodes quantitatives, on se situe plutôt au niveau des chiffres et de leur étude afin de produire des résultats. Ainsi les outils proposés sont : les sondages, les statistiques, les questionnaires, les tests, les échantillons, etc.

Mixed methods

Ces deux approches ne sont absolument pas incompatibles entre elles et le choix des « *mixed methods* » se révèle souvent pertinent pour analyser les données recueillies. En effet, leur combinaison permet de fournir à la fois des explications sociologiques, ainsi que des chiffres tangibles, concernant un phénomène particulier.

Dans notre recherche, nous avons choisi de mélanger le qualitatif et le quantitatif, tout en favorisant la première approche. L'observation des solutions digitales proposées par les musées étudiés et les entretiens semi-directifs menés avec les responsables de ces musées (qualitatif) ont été complétés par un questionnaire (qualitatif et quantitatif) adressé aux publics. Nous aurions pu également inclure des données statistiques fournies par les musées, mais ils n'étaient pas nombreux à en produire.

¹² Cf. Nicholson Pfammater C. (2000), Musée réel, musée virtuel, travail de mémoire, Université de Lausanne ; Le Prince C. (2011), « Google Art Project : le musée virtuel, une expérience « froide » », *L'Obs*, 15.02. 2011.

¹³ Cf. présentation du projet de recherche rédigé par Dr. Diletta Guidi, initiatrice du projet.

Une recherche entièrement « à distance »

Les articles concernant les enquêtes « à distance » ne manquent pas¹⁴. Toutefois, la thématique traitée n'est pas entièrement en accord avec la méthodologie employée pour notre recherche. En effet, les outils *online* ont été utilisés pour enquêter sur des thématiques *online* comme les réseaux sociaux, des communautés présentes exclusivement sur le web, les jeux *online*, etc.¹⁵ alors que ce n'était pas le cas pour notre enquête.

Notre sujet d'étude portant sur l'utilisation du digital par les musées, nous avons consulté certains éléments figurant sur Internet, comme les sites web, la communication sur les réseaux sociaux, les expériences *online* proposées par certains musées, etc. Nous avons cependant prévu de nous rendre sur place pour visiter les établissements et les salles d'exposition afin de tester les outils digitaux mis à disposition du public : tablettes, jeux éducatifs, guides numériques, expériences virtuelles, etc. Nous aurions profité de ces visites pour solliciter un entretien avec un responsable de l'institution que nous aurions mené en présence. De plus, nous avons décidé de déposer des questionnaires papier, destinés, aux visiteurs auprès du personnel d'accueil de ces musées en leur demandant de sélectionner les personnes à qui les distribuer en fonction de leur âge, sexe, etc. afin d'établir un échantillon le plus large possible.

Le contexte sanitaire en a décidé autrement. Nous avons, dès lors, saisi cette opportunité pour mettre en place un protocole de recherche réalisable entièrement à distance. Ce changement a été signalé dans la version finale du projet approuvée par UniDistance :

La particularité du projet, en plus du sujet de recherche, est que l'enquête et l'analyse des résultats se feront entièrement à distance. En effet, les visites ont été faites online, via les sites internet des musées. Il en va de même pour les entretiens avec les responsables, qui ont été menés en visioconférence. Quant aux questionnaires, les publics ont eu la possibilité de les remplir en ligne, via une plateforme spécialement créée à cet effet. S'ajoutent à ces trois grands moments de l'enquête, la

¹⁴ Cf. Plantin J.-C. et Monnoyer-Smith L. (2019), « Ouvrir la boîte à outils de la recherche numérique », *tic&société* [Online], Vol. 7, N° 2 | 2ème semestre 2013 ; Beauchamps M. et Jullien N. (2014), « Pratiques des outils numériques et relations sociales », *Terminal* [En ligne], 115 | 2014 ; Ollivier G. (2010), Vers une sociologie des usages des outils de la sociologie ? Exploration du côté des logiciels d'analyse textuelle ; et autres.

¹⁵ Cf. le concept de « digital humanities » : Bourdeloie H. (2014), « Ce que le numérique fait aux sciences humaines et sociales », *tic&société* [Online], Vol. 7, N° 2 | 2ème semestre 2013 ; Millette M., et alii (dirs) (2020), Méthodes de recherche en contexte numérique. Une orientation qualitative. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal. ; Vidal G. (2013), « Instabilité et permanence des usages numérique », *Les cahiers du numérique*, 2013/2, Vol. 9, pp. 9-46. ; et autres.

recherche archivistique sur le musée et le virtuel, avec un focus sur la Suisse qui a également été faite en ligne, mais c'est là une manière de procéder qui est devenue la norme dans le milieu scientifique. Plus novateur, nous avons également décidé de pousser l'expérience plus loin encore en organisant nos réunions de travail (organisation, analyse des résultats récoltés, discussions, etc.) entièrement à distance en visioconférence.



Une réunion de travail en visioconférence (Photo : Magali Jenny)

Modus operandi

Dans un premier temps, nous avons sélectionné dix musées romands aussi différents que possible quant à leur taille, leur fréquentation, leur spécialisation, leur situation et leur financement. C'est ainsi qu'en octobre 2020, afin de vérifier la présence, sous une forme ou sous une autre, du digital dans les établissements sélectionnés, nous avons commencé par visiter les sites Internet des musées suivants : Tibet Museum - Fondation Alain Bordier à Gruyères, Musée d'histoire naturelle de Fribourg, Centre d'Art contemporain de Genève, Musée des Beaux-Arts du Locle, Musée d'histoire du Valais à Sion, Musée cantonal d'archéologie et d'histoire de Lausanne, l'Alimentarium de Vevey, Musée international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge à Genève, Plateforme 10 et le Musée de l'Élysée à Lausanne, le Musée d'ethnographie de Genève, le Musée des civilisations de l'Islam à la Chaux-de-Fonds, le Musée cantonal des Beaux-Arts de Lausanne.¹⁶ Après avoir vérifié que ces institutions employaient des outils digitaux, même à des niveaux d'intensité très divers, nous avons tout d'abord cherché les adresses email des personnes en charge du digital. Comme leurs noms ne figuraient que rarement, nous avons contacté par email ou via le formulaire de contact proposé sur le site Internet, les responsables de ces musées, très souvent les directeurs. Nous leur avons exposé en quelques

¹⁶ Il faut préciser ici que les trois derniers musées n'ont ensuite pas répondu à nos demandes d'entretien ou ont eu un empêchement de dernière minute pour y participer.

mots notre projet et les premiers entretiens en visioconférence ont pu avoir lieu en novembre 2020 déjà.

Nous avons également décidé de solliciter une entrevue avec la Prof. Dr. Sarah Kenderdine, spécialiste de la digitalisation dans les musées, ainsi qu'Alexandre Camus, tous deux de l'EPFL.

Pour fixer les rendez-vous, nous avons établi un calendrier avec des dates fixes sous forme d'un sondage Doodle et nous avons envoyé le lien directement lors de la demande d'interview. Nous avons ensuite confirmé la date choisie et nous avons envoyé un lien vers la visioconférence qui s'est déroulée, à une exception près, sur Zoom.

Les entretiens semi-directifs par visioconférence

Les thèmes abordés durant les entretiens se déclinent en six parties principales auxquelles s'ajoute une question plus ouverte :

- Fiche d'identité de l'interviewé : données biographiques, rôle dans le musée, familiarité professionnelle avec les outils virtuels / digitaux, etc.
- Définitions du digital et du virtuel, avantages, inconvénients, etc. ; point de vue sur la digitalisation des musées suisses et à l'étranger (en partant du constat de l'augmentation contemporaine de l'usage du digital dans le domaine culturel) suisses et à l'étranger.
- Le digital et le virtuel dans la pratique professionnelle de l'interviewé et de son musée : histoire et politique de l'institution dans ce domaine, budget alloué, personnel mobilisé, stratégie dans ce secteur (campagne ad hoc, etc.), position par rapport aux recommandations de l'ICOM-AMS, Canton, etc.
- Publics et digital : études sur les visiteurs (statistiques, livres d'or, etc.), retours formels et informels, conversations en équipe, impressions personnelles, etc.
- Politique et digital : impulsion de la part du monde politique pour plus de digital, directives particulières, ICOM, accord entre les musées ou certaines institutions, différence entre ville et campagne ?
- Digital et Covid : influence de la crise sanitaire sur l'usage du digital / virtuel, etc.
- Pourriez-vous nous décrire votre musée 2.0 idéal ?¹⁷

¹⁷ Hormis la dernière question qui n'était pas annoncée, mais que nous avons posée à tous nos interviewés, nous leur avons transmis par email un résumé des thématiques qui allaient être abordées durant l'entretien.

Le questionnaire *online*

Parallèlement à l'élaboration de l'interview semi-directif, nous avons rédigé le questionnaire online destiné aux visiteurs. A la fin des entretiens avec les responsables des différentes institutions, nous leur avons demandé s'ils acceptaient de diffuser le lien de ce questionnaire sur leur site Internet ou via leur newsletter, ce qu'ils ont accepté de faire à quelques exceptions près.

Le questionnaire se voulait assez court et comportait des questions fermées (une seule réponse possible ou échelle d'appréciation) et des questions ouvertes permettant de recueillir l'avis des participants. Afin de recueillir des informations sur l'utilisation, mais aussi leur opinion sur la présence du digital dans les musées, voici les questions que nous avons posées : âge ; lequel / lesquels de ces appareils possédez-vous : tablette, smartphone, ordinateur, etc. ; fréquence d'utilisation ; cadence des visites des plateformes digitales des musées ; informations sur ces plateformes avant la visite ; utilisation des outils digitaux du musée ; pertinence de ces outils pour la visite ; avis sur le digital ; avis sur le virtuel ; avis sur le digital au musée ; avis sur le virtuel au musée ; degré de digitalisation du musée visité ; trop grande présence du digital ; manque de digital ; remplacement de la visite d'aujourd'hui par une visite totalement virtuelle ; motivation pour visiter un musée.

Le travail d'analyse à distance

Une fois les entretiens terminés et les résultats du questionnaire compilés, nous avons procédé à l'analyse de ces données.

Afin de partager tous nos documents, les enregistrements, etc. nous avons créé un espace Dropbox dédié à cette recherche. Cela nous a permis d'avoir accès en tout temps et en tout lieu à tout ce qui était utile à notre recherche. La limite d'un tel outil aurait pu résider dans l'impossibilité de travailler en même temps sur un même document, mais comme nous avons, dès le début, des emplois du temps très différents, cela ne nous a pas posé de problème et nous a plutôt permis d'avancer chacune à son rythme et selon ses propres disponibilités.

Nous devons préciser ici que notre intention initiale était de discuter les résultats uniquement en visioconférence et, même si de nombreuses discussions ont eu lieu en utilisant cet outil, notre besoin d'échanger en présence a été plus fort et nous avons organisé deux rencontres qui ont eu lieu dans une salle d'UniDistance à Fribourg.

Avantages et désavantages

Nous allons détailler ici les avantages et les inconvénients de cette expérience en trois parties : d'abord en ce qui concerne les interviews, ensuite les questionnaires et finalement le travail d'équipe.

A une exception près, nous avons toujours mené les entretiens à trois face à la personne interviewée. Nous avons établi un plan de « responsabilités » : l'une de nous était désignée pour poser les questions et gérer les réponses (approfondir, recadrer, etc.), les deux autres prenaient des notes durant l'interview en utilisant l'outil GoogleDoc, permettant la prise de note simultanée ; il va de soi que chacune pouvait intervenir quand bon lui semblait.

Avantages	Désavantages
Prise de contact facilitée via l'email.	Problèmes techniques (difficultés de connexion, son parfois entrecoupé, etc.).
Pas de déplacements nécessaires, d'où un immense gain de temps.	Impossibilité de faire voir certaines choses qui auraient été utiles à l'entretien (document, tableau, livre, objets, visite du musée, etc.).
Possibilité d'enregistrer l'entretien en visioconférence avec l'image.	Sentiment de lassitude, voire même de fatigue, dû à la concentration que demande cet exercice.
Facilité de concentration sur une tâche prédéfinie (questions ou prise de notes).	Manque de contact physique.
Gestion du timing facilitée.	

Tableau 1 : avantages et désavantages des interviews en visioconférence

Nous avons pensé qu'il serait particulièrement difficile de s'habituer à cet outil, or le semi-confinement du printemps 2020 avait déjà permis aux gens de s'habituer à communiquer de cette façon et c'était donc assez naturel de ne pas être en contact physique, mais uniquement visuel.

Comme on peut le constater ci-dessus, les avantages sont plus nombreux que les inconvénients, même si le manque de contact physique reste un désagrément important. Bien évidemment, la visioconférence offre bien plus de possibilités que l'interview par téléphone.

Concernant le questionnaire, il en va autrement. Si la solution online présente des avantages quand il faut toucher un très grand nombre de personnes afin d'établir des statistiques, dans le cas présent, nous avons plutôt noté des inconvénients.

Avantages	Désavantages
Récouter plus de réponses en sollicitant une participation via une newsletter.	Impossibilité de choisir le profil des personnes afin d'établir un bon échantillon.
Une franchise peut être accentuée quand aucune personne physique n'est présente pour recadrer les réponses.	Impossibilité d'expliquer les questions lors d'incompréhension.
	Impossibilité de présenter de personne à personne le but de notre recherche.
	Impossibilité de contrôler les réponses parfois farfelues, voire irrespectueuses.
	Manque de contact physique et donc d'implication des répondants (très grande diversité dans les réponses à développement).

Tableau 2 : avantages et désavantages du questionnaire online

Enfin, en ce qui concerne le travail d'équipe consistant à analyser les données et à discuter les résultats obtenus, le manque de contacts s'est rapidement fait sentir, surtout après avoir organisé des réunions par visioconférences et mené à trois tous les interviews, à tel point que nous avons dérogé à la règle pour organiser deux séances de travail en présence. Quant au reste, la méthode ne comporte pas que des désavantages.

Avantages	Désavantages
Facilité à trouver des dates qui conviennent à tout le monde.	Manque de contact physique.

Pas de perte de temps dans les déplacements.	Difficulté à partager certains documents sur lesquels travailler en même temps.
Pas nécessaire de trouver un endroit pour la réunion.	Documents non imprimés et donc impossibilité de les placer sur une table afin d'y avoir accès librement et les visualiser tous en même temps.
Liberté d'action.	
Possibilité d'enregistrer un échange si un membre de l'équipe était absent.	

Tableau 3 : avantages et désavantages du travail d'analyse en visioconférence

Toujours concernant l'analyse, nous aurions certes pu utiliser un logiciel de codage qui nous aurait permis une approche entièrement digitale (en plus d'être « tout à distance »), mais nous avons renoncé parce que la quantité de données à traiter ne justifiait pas l'achat d'un tel outil. De plus, n'étant que trois à travailler sur ce projet, les échanges étaient facilités et le codage s'est fait aisément. Dans le cas présent, l'analyse « manuelle » des données était tout à fait suffisante et adaptée. Concernant la partie quantitative, l'outil *Google Forms* utilisé pour le questionnaire online nous a fourni des statistiques précises compilées sous forme de tableaux. Il a ensuite été facile de s'y référer, là aussi sans nécessité de recourir à un logiciel plus perfectionné. Sur cette base, nous pouvons ici introduire la différence entre une méthodologie « tout à distance » et une méthodologie « tout digital ».

Conclusion

Initialement, nous n'avions pas choisi de travailler entièrement à distance dans le cadre de ce projet de recherche. La pandémie Covid-19 et les mesures sanitaires qui l'ont accompagnée ont au moins eu l'avantage de nous faire tester une méthodologie de recherche novatrice que ce soit pour nous trois, chercheuses, mais également pour les sciences sociales d'une manière générale. D'autres scientifiques ont certainement été contraints, au même titre que nous l'avons été, de tester le « tout à distance », mais, à notre connaissance, aucun article n'est paru sur ce sujet. On peut trouver de la littérature sur l'utilisation de l'un ou l'autre de ces outils individuellement et dans des contextes précis, mais rien (encore) sur l'emploi simultané de ces différentes possibilités.

Cette ébauche d'analyse méthodologique sous forme de réflexions, dans le contexte d'une recherche de petite envergure, ne restera certainement pas longtemps unique en son genre. En effet, fort est à

parier que le contexte sanitaire que nous vivons depuis 2020, et qui risque de marquer durablement un tournant sociétal (et peut-être scientifique), donnera lieu à d'autres recherches « tout à distance », voire entièrement assistées par les outils digitaux. On peut supposer que les sciences sociales seront impactées par ces nouvelles données et qu'elles seront en mesure de relever le défi du manque de contact physique.

Un domaine comme la psychologie est déjà en train de produire des études sur l'impact de la pandémie sur les populations et les sciences sociales ne sont pas restées muettes. Dans le cadre de la science des religions, par exemple, des chercheurs se sont déjà penchés sur l'apparition de nouveaux mouvements religieux sur le web ou sur l'adaptation de groupes déjà établis à l'interdiction de se réunir pour les cultes et les cérémonies. La sociologie également propose des premières explications à ce gigantesque changement sociétal. Bien entendu, nous nous devons de replacer les choses dans leur contexte, à savoir celui de la Suisse, petit pays où la perception des distances est certainement différente que dans des pays plus grands comme l'Allemagne, la France ou les États-Unis dans lesquels les échanges à distance sont peut-être déjà monnaie courante.

En ce qui nous concerne, apprivoiser, tester, mettre en place et affiner ces méthodes s'est révélé enrichissant sur bien des plans. Rarement le lien entre la façon de mener une enquête et le sujet de recherche sur la présence du digital dans les musées avait été aussi étroit. Nous ressortons de cette expérience – on pourrait presque parler d'expérimentation – conscientes des avantages et des désavantages que le digital et le « tout à distance » amènent tant dans le contexte muséal que dans la manière, certes particulière dans ce cas précis, de l'étudier.

Bibliographie

- Anderson B. (1983), *Imagined Communities : Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Londres, New York : Verso.
- Beauchamps Margot et Jullien Nicolas (2014), « Pratiques des outils numériques et relations sociales », *Terminal* [En ligne], 115 | 2014, mis en ligne le 07 janvier 2015, consulté le 19 janvier 2021. URL : <http://journals.openedition.org/terminal/406>
- Bourdeloie Hélène (2014), « Ce que le numérique fait aux sciences humaines et sociales », *tic&société* [Online], Vol. 7, N° 2 | 2ème semestre 2013, Online since 09 June 2014, connection on 19 April 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/1500>
- Dumont E. (2018), « SUISSE/Il y a aujourd'hui trop de musées, mais que peut-on faire ? », *Bilan*, 13 août 2018. URL : https://www.bilan.ch/opinions/suisse_il_y_a_aujourd_hui_trop_de_musees_mais_que_peut_on_faire_
- Ibekwe-Sanjuan Fidelia et Durampart Michel (2018), « Le pluralisme épistémologique et méthodologique en recherche scientifique », *Les Cahiers du numérique* 2018/2 (Vol. 14), pp. 11-30. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2018-2-page-11.htm>
- Krill M.-J. (2003), « Les Suisses sont friands de musées », *Horizon le magazine suisse de la recherche scientifique*, n°59, décembre 2003, pp. 25-27.
- Le Prince C. (2011), « Google Art Project : le musée virtuel, une expérience « froide » », *L'Obs*, 15 février 2011. URL : <https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-rue89-culture/20110215.RUE0786/google-art-project-le-musee-virtuel-une-experience-froide.html>
- Le Temps (2019), « La fréquentation des musées suisses a augmenté de 12% en deux ans », *Le Temps*, 19 février 2019. URL : <https://www.letemps.ch/culture/frequentation-musees-suissees-augmente-12-deux-ans>
- Levitt P. (2015), *Artifacts and Allegiances: How Museums Put the Nation and the World on Display*. Oakland: University of California Press.
- Macdonald S. (2003), « Museums, national, postnational and transcultural identities », *Museum and Society*, n°1, 2003, pp. 1-16.
- Millette Mélanie, Millerand Florence, Myles David et Latzko-Toth Guillaume (dirs) (2020), *Méthodes de recherche en contexte numérique. Une orientation qualitative*. Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal.
- Mottaz Baran Arlette (2009), *Publics et musées en Suisse*. Paris : L'Harmattan.
- Nicholson Pfammater C. (2000), *Musée réel, musée virtuel, travail de mémoire*, Université de Lausanne.

Ollivier Guillaume (2010), *Vers une sociologie des usages des outils de la sociologie ? Exploration du côté des logiciels d'analyse textuelle.*

URL :

https://www.researchgate.net/publication/215526527_Vers_une_sociologie_des_usages_des_outils_de_la_sociologie_Exploration_du_cote_des_logiciels_d%27analyse_textuelle

Office Fédéral de la statistique (2019), « Statistique suisse des musées : définitions des variables », avril 2019.

URL : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/enquetes/emuseum.assetdetail.8006888.html>

Plantin Jean-Christophe et Monnoyer-Smith Laurence (2019), « Ouvrir la boîte à outils de la recherche numérique », *tic&société* [Online], Vol. 7, N° 2 | 2ème semestre 2013, Online since 20 April 2019, connection on 30 April 2019.

URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/1527>

RTS Info (2019), « Quand l'intelligence artificielle concurrence les artistes », *Grand format, RTS info*, mars 2019.

URL : <https://www.rts.ch/info/culture/10265675-quand-l-intelligence-artificielle-concurrence-les-artistes.html>

Poulot D. (1997), *Musée, nation, patrimoine : 1789-1815.* Paris : Gallimard.

Vidal Geneviève (2013), « Instabilité et permanence des usages numérique », *Les cahiers du numérique*, 2013/2, Vol. 9, pp. 9-46.