

L'étonnant potentiel d'une union improbable

Bianca Cadieux, Tanya Lanaville et Jessika Poirier

Numéro 165, été 2020

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/93409ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Éditions Continuité

ISSN

0714-9476 (imprimé)

1923-2543 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Cadieux, B., Lanaville, T. & Poirier, J. (2020). L'étonnant potentiel d'une union improbable. *Continuité*, (165), 42–44.

L'étonnant potentiel d'une union improbable

À première vue, tout les sépare. Et pourtant, lorsqu'on les réunit, les médias sociaux et le patrimoine se transforment en un outil au potentiel indéniable pour mettre en valeur notre héritage culturel.

BIANCA CADIEUX, TANYA LANAVILLE ET JESSIKA POIRIER

En 2015, alors finissantes au baccalauréat en sciences historiques et études patrimoniales de l'Université Laval, nous avons cofondé le blogue Intervalles — Espace patrimoine. Pendant les quatre années qu'a duré l'expérience, nous avons publié sur cette plateforme de nombreux articles dans le but de démystifier et de vulgariser le patrimoine auprès du grand public. L'un d'eux, signé par l'architecte Chloé Barabé-Pépin, s'est révélé parmi les plus populaires.

Dans ce texte d'opinion intitulé « Pourquoi je n'aime pas le patrimoine », l'autrice avouait n'avoir jamais ressenti d'intérêt pour les « vieilles affaires ». Jusqu'au jour où, dans le cadre de son travail, elle a eu l'occasion de baigner dans le milieu patrimonial. Ses acteurs et les anecdotes derrière certaines collections muséales l'ont charmée.

Outil de valorisation et de rencontre

Chloé ne fait pas exception avec ses réticences initiales. Tous les acteurs du milieu le savent. Une partie du public n'est ni interpellée par le patrimoine ni sensibilisée à sa pertinence dans le monde d'aujourd'hui. Ces personnes ne fréquentent pas ses lieux et

ses espaces. Comment alors les rejoindre afin qu'elles puissent vivre une expérience semblable à celle de Chloé? Les médias sociaux ne sont pas une solution miracle, mais ils apportent une piste de réponse. Nous avons fondé Intervalles — Espace patrimoine avec le désir de tirer parti de leur potentiel pour valoriser le patrimoine et améliorer sa compréhension en lui donnant plus de visibilité en ligne. Nous avons choisi de créer un blogue, une page Facebook et un compte Instagram, soit des plateformes avec lesquelles nous étions à l'aise.

Il faut le reconnaître d'emblée : le caractère informel de ces outils de communication peut être déstabilisant en contexte professionnel. Ils affichent d'ordinaire un ton plus amical et plus ludique que les moyens officiels. Ils recourent à l'humour et se rapportent à la culture du Web, dont aux « mèmes ». Ces pratiques ont toutefois l'avantage d'atténuer l'aura d'autorité parfois intimidante des institutions et des experts en patrimoine. À Intervalles, notre devise était : « Travailler sérieusement sans se prendre au sérieux ! » Nous encourageons les auteurs de notre blogue à choisir un vocabulaire plus proche de l'oralité que de l'article scientifique. Sur les réseaux

sociaux, nos réponses aux abonnés comportaient régulièrement des émoticônes et des images numériques animées (GIF), surtout en référence à la culture populaire.

Les médias sociaux ont aussi la réputation d'être plus superficiels qu'utiles. Le préjugé que le contenu généré par les utilisateurs est de moindre qualité que celui des médias traditionnels et que les usagers ne cherchent que le divertissement rapide est tenace. Au contraire, les rétroactions positives de la communauté d'Intervalles nous ont convaincues qu'il y a une demande pour du contenu approfondi sur ce type de plateformes. Et que leur utilisation efficace apporte des résultats combinés de promotion, d'éducation et d'interactivité.

Outil de promotion et de soutien

Les médias sociaux possèdent un avantage indéniable pour les organismes, les spécialistes et les travailleurs du milieu culturel. Ils leur permettent de communiquer directement avec le public. Cette tribune peut améliorer leur visibilité et celle de leurs projets dans une perspective d'autopromotion. Au fur et à mesure que des gens s'abonnent à leur page ou à leur compte, la diffusion de leur message s'amplifie. Certains organismes

Les acteurs du patrimoine doivent profiter des fonctionnalités des médias sociaux pour créer un dialogue avec le public et susciter son implication.



Les médias sociaux peuvent servir à faire connaître et apprécier le patrimoine. En favorisant les échanges, ils contribuent également à dynamiser le milieu et à susciter l'engagement de la population.

décident de payer pour augmenter la portée de leurs publications, mais cette tactique est loin d'être nécessaire. Toutes nos expériences nous ont démontré que la collaboration prime la compétition dans le milieu du patrimoine.

D'ailleurs, autre avantage, les médias sociaux sont sans contredit un outil exceptionnel pour développer un réseau de soutien et de visibilité entre les acteurs du milieu. Ceux-ci peuvent établir des partenariats et partager mutuellement leurs contenus. Cela améliore la circulation de leurs publications et multiplie leurs chances de s'adresser à des personnes de différents horizons.

Une collaboration peut être aussi simple que de créer une série de mots-clés communs ou d'organiser conjointement un concours. Par exemple, avec Intervalles, nous faisons souvent tirer des numéros de *Continuité*, car ce magazine remplit une mission semblable à celle qui était la nôtre. Ou encore, nous tenions nos réunions dans des lieux patrimoniaux. Cela nous donnait un prétexte pour inclure dans nos publications des liens vers les comptes des organismes gestionnaires de ces sites.

Outil d'éducation et de partage

Au-delà de la logique promotionnelle, les acteurs du patrimoine peuvent utiliser les

médias sociaux pour réaliser leur mission éducative et faire de la médiation culturelle. Par exemple, de nombreux musées diffusent des capsules Web sur les artefacts de leur collection. Dans ces cas, les stratégies de communication peuvent ressembler à celles utilisées dans les expositions physiques, notamment en calquant le contenu de la publication Web sur un cartel d'exposition.

Cependant, les meilleurs projets sont en général ceux conçus spécialement pour le numérique parce qu'ils s'appuient sur les particularités des médias sociaux. Avec Intervalles, nous tirions parti du format



Les blogueuses d'Intervalles ont trouvé un bon moyen de générer des collaborations : organiser des réunions de travail dans des sites patrimoniaux, puis nommer ces lieux dans leurs médias sociaux, photo à l'appui. De gauche à droite : Tanya Lanaville, Jessika Poirier et Bianca Cadieux, à la Maison de nos Aïeux, à l'île d'Orléans

Source : Intervalles — Espace patrimoine

bref des publications Web et du potentiel sériel des mots-clics. Par exemple, chaque mercredi, nous présentons le « #motcre-di », soit la définition d'un mot de vocabulaire lié au patrimoine accompagné d'une image évocatrice.

En plus de diffuser leurs propres projets, les acteurs du patrimoine ont l'option d'agir en tant que relayeurs en publiant des liens menant vers le contenu d'autres partenaires du milieu. La page Facebook d'Intervalles était principalement alimentée ainsi. Nos messages portaient sur une variété de sujets, dans l'objectif de repousser les limites de la définition traditionnelle du patrimoine. Ainsi, une vidéo sur les femmes marquantes en science a servi à illustrer la richesse d'un patrimoine scientifique à saveur féministe. Ou encore, une compilation d'insertions rigolotes du personnage de Mr Bean dans des œuvres d'art connues a représenté une heureuse combinaison de culture populaire et d'histoire de l'art. Nous avons même partagé une vidéo portant sur le legs à un hôpital d'une collection de cerveaux humains en interrogeant nos lecteurs : est-ce du patrimoine? Que la question soit posée directement ou indirectement, ce type de contenu incite le

public à élargir sa vision de notre héritage culturel et renforce l'idée qu'il est intégré au quotidien sous de multiples formes.

Outil d'interaction et d'expression

Autre avantage des médias sociaux : ils sont un lieu de prise de parole où tous les utilisateurs sont libres de publier du contenu, de le commenter ou d'y réagir. Les acteurs du patrimoine doivent profiter de ces fonctionnalités pour créer un dialogue avec le public et susciter son implication.

La popularité d'une publication sur Facebook dépend du taux d'engagement qu'elle génère. Or, le calcul de cet engagement ne se limite pas au nombre de « J'aime » reçus. Il peut s'agir d'interactions sous forme d'anecdotes personnelles qu'une publication inspire et la discussion qui s'ensuit entre inconnus. Ou d'un abonné qui crée un lien vers le profil d'un ami en évoquant une plaisanterie commune. Ou d'une personne qui repartage sur sa page le lien menant à cette publication au bénéfice de son entourage.

Un niveau d'interaction élevé sur un média social entraîne la création d'une communauté dynamique et dévouée. Comme dans tout type de relations, un contact

régulier et une attitude authentique sont nécessaires pour maintenir l'intérêt et le lien de confiance. Surtout, rien n'empêche de transposer ce capital de sympathie dans la vie réelle! En 2017, nous avons organisé un événement pour diffuser en salle une de nos capsules vidéo. Le taux de participation nous a prouvé que les liens tissés avec les membres de notre communauté allaient au-delà du virtuel.

En ce sens, même si l'utilisation des médias sociaux comporte de nombreux avantages pour la visibilité et pour la valorisation du patrimoine en ouvrant la possibilité pour chacun de s'approprier et de transmettre ce qui lui ressemble, la recherche d'un sain équilibre entre le numérique et la réalité demeure la clé du succès. ♦

Bianca Cadieux, Tanya Lanaville et Jessika Poirier sont des professionnelles du milieu du patrimoine et les cofondatrices du blogue Intervalles — Espace patrimoine. Elles ont cessé d'alimenter celui-ci il y a quelques mois pour leur permettre de mettre de l'avant d'autres projets.
