

Public : enfants du millénaire - grandir dans un environnement numérique

Présidé par : Erin McDonagh

Compte rendu de : Jenna Rose

Erin, après s'être présentée, a défini quelques termes et approches :

Qu'est-ce qu'un « enfant du millénaire »?

C'est un terme qui désigne la cohorte démographique née entre les années 1980 et 1990. Ces enfants ont grandi à l'« âge du numérique ». Également connu sous le nom de « génération Y » et de « génération Net », ce groupe est souvent décrit dans les médias comme étant choyé et grandement dépendant des médias sociaux.

Une étude réalisée en 2007 auprès d'étudiants de collèges américains a révélé que :

- 97 % possédaient un ordinateur à la maison
- 94 % possédaient un téléphone cellulaire
- 99 % recouraient à Internet dans le cadre de leurs recherches
- 56 % possédaient un lecteur MP3
- 57 % créaient du contenu média

On décrit la *génération Y* comme étant :

- Technophile, car elle cherche à créer et à concevoir de nouvelles technologies
- Dépendante des moteurs de recherche du Web pour réaliser ses recherches
- Intéressée par le multimédia
- Créatrice de contenu Web
- Polyvalente ou « multitâche »
- Adeptes de la communication visuelle (par exemple, réalité virtuelle et jeux vidéo)
- Adeptes des médias hybrides (par exemple, mixage)
- Ouverte sur le plan émotif et encline à partager des renseignements personnels (Facebook, Twitter, blogues)

- Favorable au travail d'équipe et à la co-création (*Avantageux pour les professionnels des musées, car ils peuvent impliquer plusieurs personnes de la génération Y dans la co-création d'expositions et de programmes)
- Plus à l'aise avec un clavier d'ordinateur qu'avec un crayon (*Si vous souhaitez obtenir la rétroaction de la génération Y sur votre musée, l'idéal serait par le Web.)

Les questions et réponses suivantes sont tirées de deux rencontres qui se sont déroulées avec huit ou neuf participants chacune.

Question : À quel point les musées doivent-ils s'impliquer dans les médias sociaux?

Erin – Il faut éviter la sursaturation. Être trop actif peut vous nuire (par exemple, mises à jour trop fréquentes sur Twitter).

Question : En ce qui concerne les musées, les « enfants du millénaire » préfèrent-ils une approche classique ou novatrice?

Erin – Les enfants du millénaire apprécient peu le milieu muséal classique, tout particulièrement le ton autoritaire souvent associé aux conservateurs de musée. On a beaucoup débattu le mérite relatif de Facebook et de Twitter en tant que véhicules favorisant l'engagement des enfants du millénaire. Il s'agit de deux plateformes fort utiles pour modeler le contenu que l'on veut transmettre au public. Les enfants du millénaire sont de moins en moins sociaux et privilégient de moins en moins la communication face-à-face. Nous sommes plus dépendants des médias. Toutefois, il ne faut pas se leurrer : on n'obtient aucune réaction valable des enfants du millénaire en les bombardant de technologie. La technologie employée doit compléter l'information au lieu de la remplacer. Par exemple, un iPhone peut rehausser la présentation des objets du musée en offrant des renseignements quasi-illimités. Il faut donc mettre l'accent sur la *superposition* de l'information.

Question : Comment les musées peuvent-ils mieux cibler les enfants du millénaire?

Il faut utiliser des médias qui complètent l'exposition de façon appropriée, et trouver une manière de prolonger l'expérience une fois le visiteur sorti du musée. Un site Web bien conçu peut créer de tels résultats. Un blogue sur l'expérience des visiteurs du musée constitue également un outil efficace.

Question : Quel genre de contribution les enfants du millénaire peuvent-ils apporter en tant que collègues dans les musées ou les galeries?

Erin – Nous avons évolué au même rythme que la technologie. Nous sommes capables de manipuler les médias de façon créative (mixage, par exemple). 6 % seulement des personnes issues de la génération Y sont des apprenants auditifs; il faut tenir compte de cette statistique essentielle lors de la création d'expositions et

de programmes dans les musées. Le remue-méninges et le travail d'équipe sont nos spécialités.

Erin McDonagh est originaire de Montréal, au Québec. Depuis l'enfance, elle nourrit une grande passion pour les musées. Elle est titulaire d'une maîtrise ès arts en histoire publique de l'Université Concordia à Montréal, avec une spécialisation en histoire orale et en monuments publics. Depuis la fin de ses études, elle s'implique activement, à titre bénévole, au Centre d'histoire orale et de récits numérisés de l'Université Concordia, assurant la formation des étudiants et des membres du centre sur l'utilisation des différents dispositifs de médias et la création d'archives numériques pour les entretiens d'histoire orale. Erin a également travaillé au Musée d'histoire et du patrimoine de Dorval et agit maintenant à titre de coordonnatrice de projet au sein du Réseau du patrimoine anglophone du Québec, pour lequel elle organise actuellement la conférence « Ways of Memory: the Montreal Experience », qui se tiendra sous peu.
