

Amélioration de l'expérience des jeunes publics au Musée National Boubou Hama du Niger par la médiation numérique : diagnostic et recommandations opérationnelles

Présenté par

Mêhévéna Joelle Clara DEGUENON

pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor

Département Culture

Spécialité **Gestion du Patrimoine Culturel** ▾

Directeur de mémoire : Dr Jean-Paul C. LAWSON

le **30 sept. 2025**

Devant le jury composé de :

Prénom Nom Prof Gihane ZAKI

Professeure associée, Université Senghor

Prénom Nom Dr Ribio NZEZA BUNKETI BUSE

Directeur département Culture, Université Senghor

Prénom Nom Dr Jean-Paul LAWSON

Enseignant-Chercheur, Cergy Paris Université

Remerciements

La rédaction de ce mémoire dont nous portons la responsabilité est le fruit de la participation de plusieurs acteurs à qui nous exprimons ici notre profonde gratitude.

Nous remercions tout d'abord l'Université Senghor, et à travers elle, le Recteur, Professeur Thierry VERDEL, pour son engagement et son soutien tout au long de notre parcours. Nous exprimons également notre profonde gratitude à Monsieur le Directeur du Département Culture, Professeur Ribio Nzeza BUNKETI, ainsi qu'à l'ensemble de l'équipe pédagogique de l'Université Senghor, pour l'opportunité qui nous a été offerte de suivre cette formation enrichissante. Leur accompagnement et leur expertise ont été essentiels à la réussite de ce mémoire.

Nous adressons également nos remerciements à :

Notre Directeur de mémoire, Dr Jean-Paul C. LAWSON, qui a accepté de nous accompagner dans la rédaction de ce mémoire ;

Au Directeur du Musée National Boubou Hama du Niger, Monsieur Abdouramane GABIDAN, ainsi qu'à l'ensemble du Personnel du Musée ;

Au Centre d'Études Linguistiques et Historiques par Tradition Orale (CELHTO), pour nous avoir accueillis et facilité le déroulement de notre stage au Niger, notamment grâce au soutien de son coordinateur, Monsieur Yves TUBLU ;

À Dr Paul AKOGNI, Monsieur Dodé HOUEHOUNHA, Monsieur Mombinou DORICHAMOU, Monsieur Espéra DONOUVOSSI, Monsieur Eugène ABALLO, Monsieur Rodrigue KESSOU et Monsieur Wenceslas ADJOGNON pour leur soutien sans faille et leur présence remarquable ;

À mes frères et sœurs pour leur attention, soutien et conseils ;

À l'ensemble des étudiants de la promotion 19 de l'Université Senghor, pour la solidarité partagée. Une mention spéciale à mes compatriotes béninois, pour leur appui fraternel, ainsi qu'à Bibata BANA BIGA, pour sa précieuse amitié et son accompagnement fidèle tout au long de notre stage au Niger.

Dédicace

À mon Père et à ma Mère.

Résumé

Ce mémoire porte sur l'amélioration de l'expérience de visite des jeunes publics au Musée National Boubou Hama du Niger à travers la médiation numérique. Dans ce contexte, il s'agit d'un public spécifique, les jeunes de 10 à 15 ans, caractérisés par leur familiarité avec les outils numériques et leurs attentes en matière d'expériences interactives et ludiques. Afin d'atteindre le double objectif de valorisation du patrimoine et de fidélisation de ce public, il devient impératif de repenser les dispositifs traditionnels de médiation proposés par le musée.

L'étude débute par une analyse des besoins, réalisée au moyen d'observations, de questionnaires et d'entretiens semi-directifs auprès des jeunes publics et du personnel du musée. Cette analyse met en évidence les limites des pratiques actuelles, centrées sur la visite guidée classique, et révèle les attentes des jeunes en matière de supports et contenus numériques tels que les jeux interactifs, les vidéos explicatives ou les visites autonomes sur tablettes. Elle identifie également les principaux obstacles techniques, humains et financiers qui freinent la mise en place d'une telle innovation, tout en soulignant les opportunités propres au contexte nigérien.

En réponse à ces besoins, des recommandations opérationnelles ont été formulées et un guide pratique de médiation numérique a été élaboré. Celui-ci propose une approche progressive et adaptée, combinant les outils traditionnels avec des dispositifs numériques interactifs, accessibles et durables. Cette démarche vise à renforcer l'attractivité du musée, à faciliter la transmission du patrimoine culturel aux jeunes générations et à favoriser une expérience plus immersive, engageante et personnalisée.

Ce mémoire apporte ainsi une contribution significative à la réflexion sur la transformation numérique des musées africains. Il montre que la médiation numérique, lorsqu'elle est pensée en adéquation avec les réalités locales, a le potentiel de renouveler profondément l'expérience muséale des jeunes publics et de consolider le rôle du musée comme acteur majeur de la préservation et de la valorisation du patrimoine culturel.

Mots-clefs : Médiation culturelle, médiation numérique, expérience visiteur, jeunes publics.

Abstract

This dissertation examines the enhancement of young visitors' experiences at the Boubou Hama National Museum in Niger through the use of digital mediation. The focus is on a specific audience children and adolescents aged 10 to 15, who are characterized by their familiarity with digital technologies and their expectations for interactive and engaging experiences. To meet the dual objective of promoting cultural heritage and strengthening audience loyalty, it has become necessary to think the traditional mediation methods currently offered by the museum in other ways.

The study begins with a needs assessment carried out through observations, questionnaires, and semi-structured interviews with young visitors and museum staff. This analysis reveals the limitations of existing practices, largely centered on traditional guided tours, and highlights the expectations of young audiences for digital tools such as interactive games, explanatory videos or self-guided tours using their tablets. It also identifies the main technical, human and financial challenges to the introduction of such innovations, while emphasizing opportunities specific to the Niger context.

In response to these findings, practical recommendations were developed and a digital mediation guide was designed. This guide proposes a gradual and tailored approach, combining traditional methods with interactive, accessible and sustainable digital solutions. The aim is to enhance the museum's appeal, to support the transmission of cultural heritage to younger generations and to create a more immersive, engaging and personalized visitor experience.

This dissertation therefore makes an important contribution to the ongoing discussion on the digital transformation of African museums. It demonstrates that, when adapted to local contexts, digital mediation has the potential to significantly reshape the museum experience for young audiences and to reinforce the museum's role as a key institution in the preservation and promotion of cultural heritage.

Key-words : Cultural mediation, digital mediation, visitor experience, young audiences.

Liste des acronymes et abréviations

ANSI	Agence Nationale pour la Société de l'Information
AUF	Agence universitaire de la Francophonie
CELHTO	Centre d'Étude Linguistique et Historique par la Tradition Orale
CNPC	China National Petroleum Corporation
EPA	Etablissement Public à caractère Administratif
ICOM	Conseil International des Musées
IFAN	Institut Français d'Afrique Noire
	Ministère de la Refondation, de la Culture et de la promotion des valeurs sociales
OIF	Organisation internationale de la Francophonie
PCI	Patrimoine Culturel Immatériel
UNFPA	Fonds des Nations Unies pour la Population
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization ou Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture

Table des matières

Remerciements	2
Dédicace	3
Résumé	3
Abstract	4
Liste des acronymes et abréviations	6
Introduction	1
1. Cadre théorique et conceptuel de la recherche	3
1.1. Problématique, questions, objectifs et hypothèses de recherche	3
1.1.1. Problématique	3
1.1.2. Questions de recherche	5
1.1.3. Objectifs	5
1.1.4. Hypothèses de recherche	5
1.2. Clarification conceptuelle	5
1.3. Revue de littérature	8
1.4. Présentation du lieu de recherche	12
2. Démarche méthodologique de l'étude	15
2.1 Type de recherche	15
2.2 Technique de recherche	16
2.2.1. Recherche documentaire	16
2.2.2. Observation	18
2.2.3. Entretien	18
2.3. Outils de collecte de données	19
2.4. Technique d'échantillonnage et population cible	19
2.5. Traitement des données de terrain	20
2.6. Difficultés rencontrées	20
3. Présentation, analyse et synthèse des données	21
3.1. Diagnostic des pratiques actuelles de médiation au Musée national du Niger	21
3.1.1. Dispositifs existants et leur fonctionnement	21
3.1.2. Perceptions et attentes du jeune public	22
3.2. Obstacles et opportunités pour la médiation numérique	30
3.2.1. Contraintes techniques, humaines et financières	30
• Contraintes techniques	30
• Contraintes humaines	31
• Contraintes financières	32
3.2.2. Identification des leviers et opportunités spécifiques au contexte nigérien	33
4. Recommandations et élaboration d'un guide pratique de médiation numérique	34
4.1. Recommandations opérationnelles pour le Musée National du Niger	35
4.2. Élaboration d'un guide pratique de médiation numérique	36
4.2.1. Contexte et justification	37
4.2.2. Objectifs du guide	37
4.2.3. Principes directeurs du guide	37

4.2.4 Contenus et formats numériques recommandés	38
4.2.5 Les moyens (matériels et techniques) et partenariat nécessaires à la mise en œuvre de la médiation numérique	40
Conclusion	43
Références bibliographiques	45
Listes des illustrations	49
Liste des tableaux	50
Annexes	51
Annexes 1 : Questionnaire, guide d’entretien et grille d’observation	51
Annexes 2 : Résultat des entretiens	56
Annexes 3 : Images du Musée National Boubou Hama du Niger	57

Introduction

L'Afrique de l'ouest possède un patrimoine culturel riche et diversifié. Ce patrimoine, qui englobe des ensembles architecturaux, des monuments, des sites historiques, des traditions orales, des arts, des musiques et des savoir-faire ancestraux, est le témoin vivant de son histoire et de sa diversité culturelle. En raison de sa valeur inestimable, il constitue un fondement essentiel pour l'identité collective et le développement des sociétés contemporaines. Comme le souligne Antonio Pedro, ancien Secrétaire exécutif par intérim de la Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique, « Le patrimoine culturel reste l'une des principales raisons de voyager vers les grandes destinations, stimulant ainsi l'économie du tourisme » (ECA, 2022). Cette vision est renforcée par la célèbre exhortation de Cheikh Anta Diop qui demande aux africains de se former, de s'armer de sciences jusqu'aux dents et d'arracher leur patrimoine culturel, soulignant ainsi l'importance vitale de cet héritage pour les peuples africains.

Cependant, ce patrimoine est aujourd'hui confronté à de nombreuses menaces. « Les conflits armés et la guerre, les catastrophes naturelles, la pollution, le braconnage, l'urbanisation informelle, le pâturage abusif », le désintérêt des jeunes générations « et le développement incontrôlé du tourisme sont autant de facteurs de ruine des sites du patrimoine mondial » (Moussissa, 2023). Face à ces menaces, la question de sa préservation en vue de sa transmission devient cruciale. Transmettre le patrimoine, c'est non seulement préserver les savoirs et les traditions, mais aussi permettre aux jeunes de se reconnaître dans une histoire partagée et de s'approprier les fondements de leur culture. Parmi les différentes stratégies envisageables pour garantir cette transmission, la médiation culturelle se distingue comme un outil majeur.

La médiation culturelle « regroupe des actions qui mettent en relation le public avec les œuvres, productions artistiques ou objets patrimoniaux, contribuant ainsi à la création de liens entre des publics différents » (Bibliographie sur la médiation culturelle, s. d.). Elle « se voit assignée de multiples fonctions : construction du lien social, outil de la démocratisation culturelle, support de transmission de la culture, lutte contre l'exclusion, accès à l'expression des minorités » (Chabanne, 2018). Elle aide les individus à élargir leurs connaissances culturelles. Néanmoins, à l'ère du numérique, les méthodes traditionnelles de la médiation culturelle montrent leurs limites face à des publics exigeant des expériences interactives, personnalisées et immersives. « Les visites guidées traditionnelles tendent à s'estomper au profit de visites et parcours numériques plus autonomes, laissant le visiteur déambuler et découvrir certains lieux par lui-même, munis de son téléphone intelligent » (MySmartJourney, 2025). Il est donc essentiel de repenser les contenus pour qu'ils correspondent aux pratiques actuelles, de privilégier l'interactivité et l'appropriation personnelle, et d'explorer de nouvelles approches afin d'atteindre des publics éloignés ou peu habitués aux formes traditionnelles de médiation.

Avec l'essor du numérique, de nouvelles opportunités émergent pour valoriser le patrimoine et enrichir la médiation culturelle et en renouveler les pratiques. C'est à juste titre que l'Unesco (2023) souligne que « les technologies digitales peuvent également être exploitées afin de documenter, transmettre et revitaliser le patrimoine culturel immatériel ». Elles élargissent considérablement l'accès à la culture, transforment la manière d'interagir avec les œuvres et les lieux culturels, en particulier pour les jeunes, désormais familiers des technologies numériques. Le numérique devient alors un levier d'innovation pour les musées, en leur permettant de repenser l'accueil, l'accompagnement et l'engagement de leurs publics.

Des plateformes numériques, des applications mobiles, des visites virtuelles de musées ou de sites historiques, des bases de données interactives et même des reconstitutions en réalité virtuelle contribuent à démocratiser l'accès au patrimoine. Aujourd'hui, grâce aux « technologies, les visiteurs ne sont plus des spectateurs passifs, mais des participants actifs dans la découverte des connaissances et des œuvres. Cette interaction dynamique crée une expérience immersive et engageante » (Diego-Siles, 2024).

Si, en occident, le développement du numérique a révolutionné la conservation et la médiation dans les musées notamment, il est intéressant de chercher à comprendre comment les musées africains, eux, s'approprient les différents dispositifs, outils, contenus numériques afin d'atteindre un public plus large et plus diversifié.

C'est dans cette perspective que s'inscrit notre travail de recherche intitulé : Amélioration de l'expérience de visite des jeunes publics au Musée National Boubou Hama du Niger par la médiation numérique : diagnostic et recommandations opérationnelles . Il vise à analyser les pratiques actuelles de médiation au sein du Musée National du Niger, à identifier les attentes spécifiques des jeunes publics, et à proposer des solutions numériques concrètes pour enrichir leur expérience muséale.

Ce travail s'articule autour de quatre grandes parties complémentaires :

La première partie est consacrée à la présentation du cadre théorique et conceptuel de la recherche.

La deuxième partie détaille la démarche méthodologique adoptée pour mener l'étude.

La troisième partie porte sur la présentation, l'analyse et la synthèse des données recueillies.

Enfin, la dernière partie formule des recommandations et propose l'élaboration d'un guide pratique de médiation numérique au Musée National Boubou Hama du Niger.

1. Cadre théorique et conceptuel de la recherche

1.1. Problématique, questions, objectifs et hypothèses de recherche

1.1.1. Problématique

Depuis l'avènement de la pandémie du covid 19, « les technologies numériques ont ouvert de nouvelles perspectives intéressantes pour l'enrichissement de la médiation muséale, propulsant l'expérience des visiteurs vers de nouveaux horizons » (Diego-Siles, 2024). Cette transition numérique a redéfini l'accès au patrimoine culturel, tout en renouvelant les stratégies des musées pour diffuser le patrimoine, fidéliser leur public et en conquérir de nouveaux. « L'intérêt des institutions culturelles pour la technologie immersive est plus élevé que jamais. Ce constat s'explique par plusieurs facteurs, notamment une volonté de rendre les expériences de visites plus mémorables, et d'autre part, le désir de démocratiser l'accès au patrimoine » (Kostyk et al., 2024). Cette tendance mondiale vise également à renouveler les modes de médiation, en s'appuyant sur des outils interactifs et personnalisés adaptés à une génération connectée, en dépassant les limites géographiques ou socio-économiques. Elle crée chez les jeunes « le sentiment d'une certaine familiarité avec le musée et valorise l'expérience muséale » (Nasr et al., 2017). Elle « transforme une visite en une exploration vivante, favorisant une compréhension plus approfondie et personnelle des contenus exposés » (Alexandre, 2024). De plus, comme le souligne Unesco (2025) « la disponibilité croissante des technologies numériques telles que les SIG, les outils de géospatiale et de télédétection, la numérisation 3D, les drones, la photogrammétrie et les applications mobiles offrent de nouvelles opportunités pour la sauvegarde du patrimoine » notamment à la suite de conflits, de catastrophes naturelles et d'autres situations d'urgence.

Toutefois, cette dynamique mondiale de médiation numérique reste encore peu développée en Afrique de l'Ouest. Lawson (2020) souligne dans son mémoire que « les pays en développement et la plupart des pays africains sont toujours à la traîne en ce qui concerne les applications des TIC, en raison du manque d'infrastructures et de l'insuffisance des fonds ». Ainsi donc les musées ouest-africains peinent à intégrer pleinement les outils numériques en raison de contraintes techniques, financières et organisationnelles.

Au Niger, le Musée National joue un rôle central dans la conservation, la valorisation et la transmission du patrimoine culturel et naturel du pays. Pourtant, malgré la diversité et l'importance de ses collections, le musée peine à attirer les jeunes publics. Nous remarquons une faible fréquentation et un manque d'engagement des jeunes. Ces derniers ne se reconnaissent pas toujours dans les modes de médiation proposés. « Il s'agit d'un public qui a des besoins spécifiques, un bagage culturel et expérientiel, des attentes et un comportement différent des adultes. Leur concentration, par exemple, n'est pas constante et nécessite des actions de médiation spécifiques pour maintenir leur attention » Ravazzolo (2017) cité par Massat (2023). Les dispositifs traditionnels de médiation, tels que les visites

guidées classiques ou les panneaux explicatifs, apparaissent souvent peu adaptés à une jeunesse désormais familière des environnements numériques et des expériences interactives. Dans ce contexte, la médiation numérique apparaît incontournable pour attirer et engager les jeunes. Comme le souligne Calmon (2020), elle « séduit un public de plus en plus jeune, ce qui implique d'adapter les contenus ». Cette adaptation des contenus numériques est essentielle pour répondre aux attentes et aux modes de consommation culturelle des jeunes, favorisant ainsi leur implication active. Par conséquent, « les dispositifs consolident l'ambition pédagogique du musée et le rayonnement du patrimoine culturel », comme le souligne (Vidal, 2012).

En effet, au Musée National Boubou Hama du Niger, les publics jeunes méritent une attention particulière, non seulement en raison de leur poids démographique : 49 % selon l'UNFPA, mais aussi parce qu'ils représentent les futurs acteurs de la préservation et de la valorisation du patrimoine. L'adolescence constituant une étape déterminante dans la construction de l'identité, pour se forger, les jeunes ont besoin de s'appuyer sur leur passé, qu'il soit personnel ou collectif. Cette dimension identitaire influence profondément leur rapport au savoir. Dans ce contexte, les musées, par la richesse et la diversité de leurs collections, jouent un rôle essentiel en contribuant à cette quête identitaire et en accompagnant les jeunes dans leur processus de construction de soi. Il devient donc crucial de repenser les dispositifs de médiation muséale pour répondre à leurs attentes, en leur offrant des expériences plus interactives, personnalisées, participatives, et en adéquation avec les usages du numérique. Il est également indispensable « de développer des dispositifs de médiation permettant de séduire et d'attirer de nouveaux jeunes visiteurs, en créant une médiation familière, interactive, ludique et au goût du jour » (Pecque, 2014).

Cependant, le développement de la médiation numérique nécessite une prise en compte des réalités spécifiques des pays d'Afrique de l'Ouest en matière d'infrastructures et de ressources. Comme le soulignent Fred & Nawe (2017) cité par Lawson (2020), « les pays africains sont toujours confrontés à de nombreux défis tels que l'approvisionnement irrégulier en électricité, le manque de compétences en matière de TIC, un régime fiscal hostile et le manque de ressources humaines compétentes dans les États ». Par conséquent, les initiatives technologiques ne peuvent être envisagées de manière uniforme ou calquée sur des modèles exogènes. Elle doit impérativement être adaptée aux spécificités locales, faute de quoi elle risque de se heurter à des réalités incompatibles et de produire des résultats contre-productifs.

Ainsi, dans un contexte nigérien marqué par des défis d'accès, de connectivité et de ressources financières, la question centrale qui se pose est de savoir comment concevoir et mettre en œuvre des outils numériques adaptés qui améliorent l'expérience muséale des jeunes, tout en respectant les spécificités locales et les missions du musée?

1.1.2. Questions de recherche

Les questions spécifiques de cette recherche sont :

- Quelles sont les pratiques actuelles de médiation culturelle au Musée National Boubou Hama du Niger et quels sont les besoins et attentes spécifiques des jeunes publics?
- Quels sont les principaux obstacles techniques, humains, financiers et opportunités pour l'intégration du numérique dans la médiation muséale au Niger?
- Quelles recommandations opérationnelles et adaptées peuvent être formulées pour mettre en place un guide de médiation numérique efficace, inclusive et durable au Musée National Boubou Hama du Niger?

1.1.3. Objectifs

L'objectif général de cette étude est de contribuer à l'adoption d'une stratégie de médiation numérique spécifiquement adaptée au contexte du Musée National Boubou Hama afin d'améliorer l'expérience de visite des jeunes publics.

De façon spécifique, il s'agit de :

- Réaliser un état des lieux des pratiques actuelles de médiation et des besoins spécifiques du jeune public au Musée National Boubou Hama du Niger ;
- Identifier les freins et opportunités pour la mise en place d'outils numériques adaptés au contexte du Musée National Boubou Hama du Niger ;
- Formuler des recommandations concrètes pour la mise en place d'une stratégie de médiation numérique efficace, inclusive et durable au service de la valorisation du patrimoine culturel nigérien.

1.1.4. Hypothèses de recherche

Pour atteindre ces objectifs, les hypothèses suivantes ont été émises :

- Les pratiques actuelles de médiation au musée National du Niger ne répondent pas pleinement aux attentes et besoins spécifiques des jeunes publics, ce qui limite leur engagement et leur intérêt pour le patrimoine culturel présenté ;
- La mise en place d'outils numériques au musée National du Niger est confrontée à des contraintes techniques, humaines et financières ;
- Des recommandations opérationnelles permettront de concevoir des stratégies de médiation numérique efficaces, inclusives et durables, favorisant ainsi la valorisation et l'appropriation du patrimoine culturel nigérien par les jeunes publics.

1.2. Clarification conceptuelle

Les concepts opératoires qui seront définis dans cette section sont : médiation culturelle, médiation numérique, expérience muséale, jeunes publics.

- Médiation culturelle

Selon le Conseil International des Musées et la définition donnée par Raymond Montpetit (2011) dans le Dictionnaire encyclopédique de muséologie, la médiation est définie comme « un ensemble de pratiques et de dispositifs mis en place dans les musées et les institutions culturelles pour favoriser la relation entre les œuvres d'art, les objets patrimoniaux et le public. La médiation vise à rendre les collections et les expositions accessibles, compréhensibles et attractives pour tous les visiteurs, en favorisant leur engagement, leur participation active et leur compréhension ».

Aboudrar et Mairesse (2016) définissent la médiation culturelle comme « un processus de traduction entre des univers symboliques différents, qui vise à faciliter la compréhension et à favoriser l'engagement intellectuel des individus ». Mairesse met l'accent sur le rôle des médiateurs dans la construction de ponts entre les œuvres culturelles et les publics.

Pour Jammet (2003) cité par Paquin & Lemay-Perreault (2016), « la médiation culturelle regroupe l'ensemble des actions qui visent à réduire l'écart entre l'œuvre, l'objet d'art ou de culture, les publics et les populations ».

Enfin, dans la nouvelle version du Dictionnaire de Muséologie, « La médiation culturelle désigne l'ensemble des actions visant, à l'aide d'un agent intermédiaire (médiateur, animateur, éducateur) à créer et à développer une relation entre un individu ou un groupe social et une proposition culturelle (œuvre d'art, spectacle, concert, film) » (ICOM & Mairesse, 2022).

A partir de ces différentes définitions, nous notons que la médiation culturelle désigne l'ensemble des pratiques, dispositifs et actions mises en œuvre par des médiateurs ou agents intermédiaires dans les institutions culturelles, afin de créer un lien dynamique entre les œuvres, objets patrimoniaux ou propositions culturelles et les publics. Elle vise à rendre ces contenus accessibles, compréhensibles et attractifs, en facilitant la compréhension, l'engagement intellectuel et la participation active des individus, tout en réduisant la distance symbolique entre les univers culturels et les visiteurs.

- Médiation numérique

L'analyse de la littérature scientifique montre que le terme médiation numérique présente une certaine ambiguïté sur le plan sémantique. Sandri (2016) cité par Badulescu & de la Ville (2019) souligne qu'« elle peut désigner indistinctement parfois, soit la médiation par les technologies, soit la médiation culturelle à travers les technologies ».

Selon (Alexandre, 2024), la médiation numérique « consiste à intégrer des technologies interactives pour enrichir la médiation. Elle utilise des outils numériques - tels que les sites web, applications mobiles, et dispositifs interactifs - pour faciliter l'interaction entre le public et les contenus culturels ». Il poursuit en soulignant que « contrairement aux approches plus

traditionnelles, la médiation numérique ne se limite pas à une transmission d'informations, mais favorise une immersion et une interaction active avec le patrimoine ».

Quintas et al. (2022) la définissent comme « l'ensemble de moyens numériques mis en œuvre pour répondre aux objectifs et aux intentions de la médiation culturelle. Il s'agit de médiations culturelles qui se font dans les espaces numériques, virtuels ou physiques, à l'aide de technologies numériques et de supports informatiques ».

Pour Geneviève Vidal (2010) cité par Lawson (2020), « la médiation numérique muséale se fonde sur des innovations techniques, culturelles et sociales qui, associée aux notions d'accès, de réception, de transmission et de diffusion, fait l'objet d'usages par le biais de dispositifs numériques aux interfaces mobiles ou fixes, pour engager de nouvelles rencontres avec des contenus scientifiques et patrimoniaux et un partage de références, de savoirs, d'expériences et du sensible ».

Dans la même perspective, le site web MySmartJourney (2022) définit la médiation culturelle numérique comme « un ensemble de technologies numériques et de supports informatiques mis en place dans des lieux physiques ou virtuels pour répondre aux objectifs de la médiation culturelle ».

En somme, nous notons que la médiation numérique désigne l'ensemble des outils et dispositifs technologiques, qu'ils soient matériels ou immatériels, utilisés dans des environnements physiques ou virtuels pour faciliter la rencontre, la compréhension et le partage entre les publics et les contenus culturels.

- Expérience visiteur

Selon le Conseil International des Musées, « l'expérience des visiteurs des musées comprend l'intégralité de l'expérience, immédiate et à plus long terme, celle qu'a un individu ou un groupe de son utilisation d'un musée que ce soit lors d'une visite virtuelle ou sur place, dans le cadre d'un programme, ou par tout autre interaction avec l'établissement. L'expérience visiteur commence dès le moment où cette personne ou ces personnes envisagent d'aller au musée, se poursuit quand ils le visitent ou l'utilisent et se termine avec leurs souvenirs de ce vécu, plusieurs jours, semaines, voire plusieurs années plus tard » (ICOM & Mairesse, 2022).

L'analyse thématique menée par Jarrier & Bourgeon-Renault (2020) met en évidence plusieurs dimensions essentielles qui façonnent l'expérience des visiteurs dans un musée lorsqu'ils utilisent des dispositifs interactifs pour la médiation.

Tout d'abord, la dimension cognitive regroupe l'ensemble des processus mentaux mobilisés par le visiteur, tels que son attention, son intérêt pour les œuvres, ses capacités d'observation, d'analyse, de concentration, ainsi que l'acquisition de connaissances.

Ensuite, la dimension rhétorique, résultant de la combinaison des dimensions cognitives et imaginaires, traduit la manière dont le visiteur construit du sens au cours de sa visite, notamment grâce aux outils interactifs qui influencent son interprétation et sa perception.

La dimension ludo-affective concerne les aspects émotionnels et esthétiques de l'expérience, incluant le plaisir ressenti, le déplaisir, les sensations de divertissement, de surprise, d'évasion, de détente, ainsi que la stimulation sensorielle offerte par les dispositifs.

La dimension temporelle renvoie à la conscience qu'a le visiteur du retour du temps durant sa visite, autrement dit sa perception subjective de la durée passée dans l'espace muséal.

La dimension spatiale englobe les interactions physiques et pratiques du visiteur avec son environnement, y compris tant l'espace matériel du musée que les activités qu'il y réalise, cette dimension étant parfois qualifiée de praxéologique dans le contexte de la consommation culturelle.

Enfin, la dimension sociale désigne l'ensemble des échanges et relations que le visiteur entretient, que ce soit avec ses accompagnants, d'autres visiteurs ou les personnels du musée avec lesquels il interagit directement.

Ainsi, ces différentes dimensions composent une approche globale et multifacette de l'expérience visiteur, qui est enrichie et modifiée par l'usage d'outils interactifs de médiation.

- Jeunes publics

Le concept de public désigne tous les visiteurs réels ou potentiels du musée, selon (Desvallées et Mairesse, 2011).

Dans son article consacré à l'ouvrage de Claire Merleau-Ponty, François Mairesse souligne que « la notion de jeune public apparaît étonnamment vaste. [...] ils sont généralement catégorisés en trois tranches d'âge, allant des plus petits encore incapables de lire, aux enfants de douze ans, et le public jeune idéal se situe entre sept, huit et onze ans. Ces visiteurs sont perméables, ouverts, curieux, actifs, ils maîtrisent la lecture et l'écriture. Ils ont acquis la pensée opératoire, sont capables de symboliser oralement leurs expériences » (Mairesse, 2020).

Si François Mairesse, considère comme jeune public principalement les jeunes de la petite enfance jusqu'à douze ans, il importe de noter que, **dans le cadre de ce mémoire et en référence au document de politique muséale en vigueur au Musée National Boubou Hama du Niger, la notion de jeune public se réfère à la tranche d'âge de 10 à 15 ans.**

1.3. Revue de littérature

La convergence entre patrimoine culturel et technologies numériques représente un champ de recherche émergent, suscitant un intérêt croissant. De nombreux travaux scientifiques, à travers articles et ouvrages, ont exploré cette thématique, soulignant le rôle essentiel des

outils numériques dans les stratégies de conservation, valorisation et de médiation du patrimoine culturel.

En effet, selon PandaSuite (2024), « le numérique est d'abord apparu comme une solution pour attirer et engager un public plus large et diversifié dans les institutions culturelles, notamment un public plus jeune. Avec le Covid-19, les musées n'ont pas eu d'autre choix que de développer des stratégies numériques pour maintenir le lien avec leurs publics alors que leurs portes restaient closes ». Cette publication met en évidence que le numérique s'est non seulement imposé comme un levier indispensable pour maintenir le lien avec les publics lors de la crise sanitaire, mais aussi comme un moyen pour élargir et diversifier les publics. En rendant la culture plus accessible, au-delà des barrières géographiques, sociales ou générationnelles, il a notamment permis de mieux toucher les jeunes publics grâce à des contenus interactifs, immersifs et adaptés à leurs usages quotidiens des technologies.

Dans la même logique, Diego-Siles (2024) souligne que « le numérique a émergé comme un puissant levier pour transformer l'expérience des visiteurs en offrant des approches interactives et immersives. Les dispositifs numériques ont été largement explorés en tant que moyens novateurs d'engager le public avec les collections muséales [...] pour diversifier les expériences des visiteurs, [...] et encourager une interaction active ». Cependant, il signale que le numérique ne doit pas se substituer intégralement aux expériences physiques et interactives classiques, mais venir les enrichir afin de proposer des visites muséales plus variées et approfondies.

Andreacola (2014) quant à elle, soutient que les premiers dispositifs numériques mis en place par les musées offraient la possibilité « d'enrichir et d'adapter pendant et/ou de poursuivre sa visite ailleurs et après. S'ajoutent à ces deux premières possibilités, des modalités d'interactions complexes entre les visiteurs d'un même musée d'abord, entre les visiteurs et l'institution (ou ses représentants) ensuite, et entre les visiteurs et leurs proches enfin, dans des contextes emboîtés dont le média exposition fait partie et dans une temporalité non contrainte au temps de la visite ». Andreacola met en évidence que le numérique ne se limite pas à un simple outil d'accès ou de diffusion de contenus, mais qu'il redéfinit l'ensemble du cadre spatio-temporel et relationnel de l'expérience muséale. L'exposition devient ainsi un point de départ d'un réseau d'échanges et de médiations, qui s'inscrit dans une temporalité élargie, non contrainte à la durée physique de la visite. Cette évolution répond aux attentes des publics contemporains, notamment les jeunes, qui privilégient une consommation culturelle continue, flexible, participative et délinéarisée.

Par ailleurs, Caune (2012), conceptualise la médiation culturelle qu'il définit comme une prise de parole dans la sphère publique, avec une approche alliant démocratisation et démocratie culturelle, dans le but de développer les connaissances des individus et dont les origines et les manifestations sont multiples. Le numérique introduit ici une rupture

épistémologique. Il ne s'agit plus seulement de diffuser des contenus, mais de créer des interfaces interactives favorisant l'appropriation active.

Meherzi (2021) complète cette pensée en insistant sur l'importance de l'aspect ludique de ces dispositifs numériques, capables de mobiliser un public large et intergénérationnel. Elle affirme que « le numérique et les approches ludiques sont incontournables pour attirer non seulement les jeunes, mais aussi les aînés. Il s'agit d'une invitation pour tous les individus, car l'objectif est de partager un savoir culturel ». Dans le contexte du Musée National du Niger, cette approche apparaît particulièrement pertinente pour répondre à la diversité des publics, qu'il s'agisse des élèves, des nationaux ou des touristes internationaux. Le numérique permettrait de créer des parcours adaptés à chaque profil, tout en renforçant le lien entre l'institution et ses visiteurs, dans une logique de partage et d'inclusion culturelle.

Tapsoba (2021) soutient aussi que « le numérique peut être un moyen d'attirer de nouvelles clientèles plus jeunes, ou en tout cas de retenir leur attention par des services numériques comme le jeu ou la virtualisation ». Il met en avant le potentiel du numérique pour attirer de nouveaux publics, notamment les jeunes, grâce à des dispositifs ludiques. Ces outils permettent de rendre l'expérience culturelle plus interactive, engageante et en adéquation avec les usages actuels. Il explique également que les dispositifs numériques contribuent à capter et retenir l'attention d'un public souvent difficile à mobiliser par les moyens traditionnels. Dans le même sens d'idée, Ketelaers (2025) souligne qu'« en intégrant des technologies, telles que la réalité virtuelle, les applications mobiles ou les visites guidées en ligne, les musées élargissent leur accessibilité au-delà des limites géographiques ».

Un article publié par l'ICCROM en 2005, met quant à lui en lumière le rôle crucial des technologies dans la collecte, la sauvegarde et la diffusion des expressions culturelles immatérielles. L'article évoque que les nouvelles technologies fournissent des moyens inédits pour garantir la « chaîne du savoir, de la collecte à la transmission » en recueillant, conservant et diffusant des données relatives aux expressions immatérielles du patrimoine culturel. Il souligne ainsi que le numérique dépasse la simple médiation muséale pour jouer un rôle fondamental dans la pérennisation des cultures vivantes.

La revue MySmartJourney (op.cit), attire l'attention sur la nécessité de « distinguer l'usage du numérique pour créer des objets de présentation classique comme les guides numérisés en format PDF ou les audioguides et les formes qui exploitent le numérique pour créer une interface interactive entre l'utilisateur et le contenu culturel. Dans ce deuxième cas, il s'agit d'une aide à la visite ».

Cependant, dans la plupart des musées africains, les stratégies de médiation numérique sont quasi inexistantes. Eloundou & Abba (2019) dans leur article intitulé "usages des TIC au Musée National du Cameroun : entre balbutiements et pistes de développement" notent « au musée national l'absence de stratégie numérique clairement définie. [...] Les contenus numériques existants restent à développer, afin d'assurer entre autres l'interactivité et

emmener le visiteur à gagner en autonomie ». Ils soulignent ainsi que, dans certains contextes, notamment dans les musées africains comme celui du Cameroun leur cas d'étude, la transition numérique est encore balbutiante. L'absence d'une stratégie numérique clairement définie freine le développement de contenus interactifs et l'autonomisation des visiteurs. Ce manque de développement stratégique est d'autant plus accentué, comme le note Taboo (2023), par « plusieurs défis, notamment le manque de compétences numériques et l'insuffisance des infrastructures technologiques ». Ces contraintes rendent dès lors indispensable une approche réfléchie, adaptée au contexte local, pour permettre une transformation numérique efficace et durable.

Ainsi, la réussite d'une médiation numérique ne repose pas uniquement sur la technologie elle-même, mais aussi sur une planification rigoureuse, une réflexion sur les usages et un investissement dans la formation et la production de contenus adaptés. Pour que le numérique devienne un véritable levier d'attractivité et de renouvellement des publics, les institutions culturelles doivent combiner innovation technique et stratégie institutionnelle solide.

Marta (2023) souligne que dans le monde de l'entreprise « une stratégie de contenu numérique est un plan méticuleusement élaboré pour la création de contenu numérique, qui fournit des indications sur le quoi, le pourquoi et le comment du contenu à développer sur différents canaux numériques, le tout dans le but d'atteindre des objectifs commerciaux ». Si cette définition relève du domaine commercial, elle peut être transposée au champ culturel. Dans le contexte muséal, il s'agira plutôt d'atteindre des objectifs de médiation, d'accessibilité, d'éducation ou de développement de publics. Vlaeminck (2012) cité par Lawson (op.cit), propose une définition adaptée au secteur culturel. Selon lui « la stratégie numérique peut être définie comme la politique de communication adoptée par une organisation sur les différents types de supports numériques : site internet officiel, réseaux sociaux privés et professionnels, applications, communautés, blogs, etc. C'est l'ensemble des éléments nécessaires dans un temps donné pour atteindre un objectif précis, compte tenu des contraintes de l'organisation (moyens financiers, humains, techniques, juridiques...) ». Toutefois, avant toute implémentation, encore faut-il s'assurer que cette stratégie soit pertinente et durable. Baz (2015) précise que l'élaboration d'une stratégie numérique dans les institutions culturelles doit « tenir compte des réalités et des comportements observables dans la société, ainsi que des tendances qui se profilent à l'horizon ». Il s'agit donc d'ancrer la stratégie numérique dans les usages concrets du public tout en anticipant les évolutions technologiques et comportementales afin de proposer des dispositifs pertinents, adaptés et durables. Dans le même esprit, Julien (2013) souligne que si le numérique offre un éventail de possibilités pour les musées, son intégration ne peut se faire sans une réflexion globale préalable. Cette réflexion doit garantir la cohérence entre les outils numériques adoptés et les orientations stratégiques globales de l'institution.

Enfin, Lawson (op.cit) apporte une dimension méthodologique importante. Selon lui, l'élaboration d'une stratégie numérique muséale est comparable à un projet institutionnel et doit suivre plusieurs étapes structurées. Il précise qu'« avant la conception de la stratégie numérique, il importe de définir les objectifs, les moyens et les ressources devant être mobilisés dans le cadre de cette politique ». Il insiste également sur l'importance d'un pilotage spécifique de cette stratégie, affirmant que « l'expertise technique ne peut être utile qu'en comprenant le fonctionnement et l'administration globale des musées ». Par conséquent, « la politique numérique doit donc s'aligner sur la stratégie globale du musée ». Il continue en soulignant que « pour y parvenir, un nouveau profil de poste est apparu comme le plus important au sein du musée, celui de responsable de la stratégie numérique ».

Tous ces ouvrages, articles et mémoires précités, d'une façon ou d'une autre, ont permis de cerner les enjeux, les avancées et les limites de la médiation numérique dans le secteur muséal. Ils ont apporté des éclairages essentiels sur l'évolution des pratiques de médiation ainsi que les attentes des jeunes publics. Ils ont mis en évidence le potentiel des technologies numériques pour renouveler l'expérience muséale et démocratiser l'accès au patrimoine et ont insisté sur la nécessité d'adapter les dispositifs de médiation aux usages contemporains, de tenir compte des contraintes locales (techniques, humaines et financières) et de repenser les stratégies muséales pour attirer et fidéliser les jeunes publics.

Au vu des aspects déjà abordés dans la littérature, notre travail consistera à dépasser l'analyse générale des enjeux de la médiation numérique pour proposer un diagnostic approfondi et contextualisé des pratiques actuelles au Musée National Boubou Hama du Niger. Il s'agira d'identifier précisément les attentes et besoins des jeunes publics nigériens, d'analyser les obstacles et opportunités spécifiques à ce contexte, et de formuler des recommandations opérationnelles adaptées. La particularité de notre démarche réside dans l'élaboration d'un guide pratique de médiation numérique, conçu à partir des réalités locales et des retours du terrain, afin d'offrir au musée des outils concrets pour enrichir l'expérience de ses jeunes publics et valoriser durablement le patrimoine culturel.

1.4. Présentation du lieu de recherche

Le Niger est un vaste pays enclavé d'Afrique de l'Ouest qui couvre une superficie de 1.267.000 km². Situé au sud du Sahara entre les parallèles 11°37 et 23°33 de latitude nord et les méridiens 16° de longitude est et 0°10 de longitude ouest, il partage ses frontières terrestres avec sept pays : l'Algérie, la Libye, le Tchad, le Nigeria, le Bénin, le Burkina Faso et le Mali.

Sa capitale, Niamey, constitue le principal centre administratif, politique, économique et culturel du pays. C'est au cœur de cette ville, au quartier Bodjé, sur le Boulevard de la République dans l'arrondissement de Niamey 1 que se trouve le Musée National Boubou

Hama. Implanté sur un terrain de 24 hectares, ce musée fait partie d'un ensemble plus vaste appelé la « Vallée de la Culture », qui s'étend sur 44 hectares. Véritable institution patrimoniale du pays, il occupe une position stratégique qui lui confère un rôle central dans la préservation, la valorisation et la diffusion du patrimoine culturel et naturel national.

L'histoire du Musée National Boubou Hama remonte à la période précédant l'indépendance du Niger. À l'origine, il s'agissait d'un simple hangar servant de parking, progressivement transformé en salle d'exposition grâce à la volonté de Boubou Hama, premier instituteur et président de l'Assemblée nationale du Niger, et à l'expertise de Pablo Toucet, premier conservateur du musée, assisté de collaborateurs nigériens tels qu'Albert Ferral. Le musée fut inauguré le 18 décembre 1959, date marquant l'anniversaire de la proclamation de la République, par le Président Diori Hamani. D'abord dénommé Centre IFAN (Institut Français d'Afrique Noire), puis Musée National du Niger, il prend officiellement le nom de musée National Boubou Hama en 2008, en hommage à son fondateur, suite à une décision du Conseil des ministres et à la promulgation de la loi 2008-11 du 30 avril 2008. Depuis 1990, il bénéficie du statut d'Établissement Public à Caractère Administratif, doté de la personnalité juridique et de l'autonomie financière, ce qui a permis son développement institutionnel et scientifique.

Le Musée National Boubou Hama s'est progressivement enrichi pour devenir un complexe muséal unique, composé de huit pavillons thématiques, d'un parc zoologique, d'un centre artisanal créé en 1962, d'un jardin des Nations africaines créé en 1962 et rénové en 2021, d'un espace de loisirs pour enfants, d'une école de formation professionnelle créé en 1970. Cette dernière offre des formations professionnelles à des jeunes en difficulté dans des domaines variés tels que l'électricité, la mécanique, la menuiserie, la couture, la plomberie, la maintenance informatique et l'économie familiale.

Les huit pavillons thématiques sont les suivants :

- Le pavillon classique, inauguré en 1959, abrite des collections ethnographiques, entomologiques, ornithologiques, philatéliques et numismatiques, ainsi que des objets illustrant les activités économiques traditionnelles du Niger telles que l'agriculture, l'élevage, l'artisanat, la chasse et la pêche ;
- Le pavillon des costumes traditionnels, ouvert en 1962 et rénové en 2022 grâce à un financement américain, expose des tenues représentatives des principaux groupes ethniques du pays, témoignant de la diversité et de la cohésion sociale nigériennes ;
- Le pavillon des instruments de musique traditionnelle, créé en 1969 et modernisé en 2009, propose une immersion sonore grâce à des dispositifs interactifs permettant d'écouter les instruments exposés ;
- Le pavillon de l'Uranium, réalisé en 1985 avec le soutien des sociétés minières, et le Pavillon du Pétrole, inauguré en 2013 grâce à l'appui de la China National Petroleum Corporation (CNPC). Ces espaces retracent l'histoire de l'exploitation de l'uranium et

du pétrole au Niger, à travers des maquettes, des objets techniques et des panneaux explicatifs ;

- Le Pavillon d'Archéologie, ouvert en 1980, présente les résultats des principales fouilles archéologiques menées dans la vallée du fleuve Niger, le Liptako, l'Aïr et le Ténéré, mettant en valeur des éléments d'art rupestre, d'industrie lithique, de métallurgie ancienne et de sépultures ;
- Le Pavillon de la Paléontologie et Préhistoire, créé en 1973, expose le squelette d'*Ouranosaurus nigeriensis*, premier dinosaure découvert au Niger, ainsi que des objets lithiques et des répliques de crânes d'hominidés, constituant un support pédagogique majeur pour les enseignants et les élèves.

Parmi les autres espaces emblématiques, le Mausolée de l'Arbre du Ténéré, construit en 1979, abrite les restes de l'arbre mythique du désert nigérien, tandis que le Hangar des Dinosaures, inauguré en 2005, expose des spécimens impressionnants tels que le *Sarcosuchus imperator*, le *Jobaria tiguindensis* et le *Suchomimus tenerensis*, découverts dans le désert nigérien. Le musée dispose également d'une salle d'expositions temporaires, d'un espace d'architecture en terre cuite issu d'un concours international, et d'un parc zoologique riche en espèces animales locales, allant des oiseaux aux mammifères et reptiles.

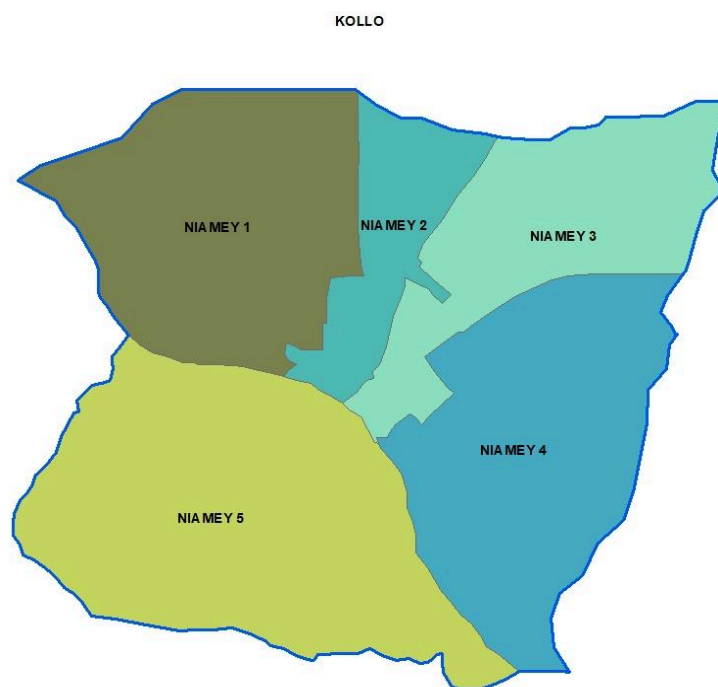


Figure 1 : carte zone de Niamey, Moussa HALADOU, 2025.

Au niveau administratif, le Musée National Boubou Hama est structuré de manière claire et organisée pour assurer son bon fonctionnement. Au sommet se trouve le Conseil

d'Administration, responsable des grandes décisions. La gestion quotidienne est confiée à la direction générale, qui est soutenue par le secrétariat général. Plusieurs services dépendent de cette direction : le service financier et comptable gère les ressources financières, le service du personnel s'occupe des employés, et le service zoo et santé animale veille à la gestion du parc zoologique. La Direction gestion des collections supervise l'acquisition, la documentation, la numérisation, la conservation et l'exposition des œuvres. La Direction Animation et Communication organise les activités culturelles et éducatives tout en assurant la promotion du musée. Enfin, la Direction du centre éducatif regroupe le service pédagogique et des examens, qui propose des activités d'apprentissage dans le centre éducatif du musée, ainsi que le service de surveillance générale.

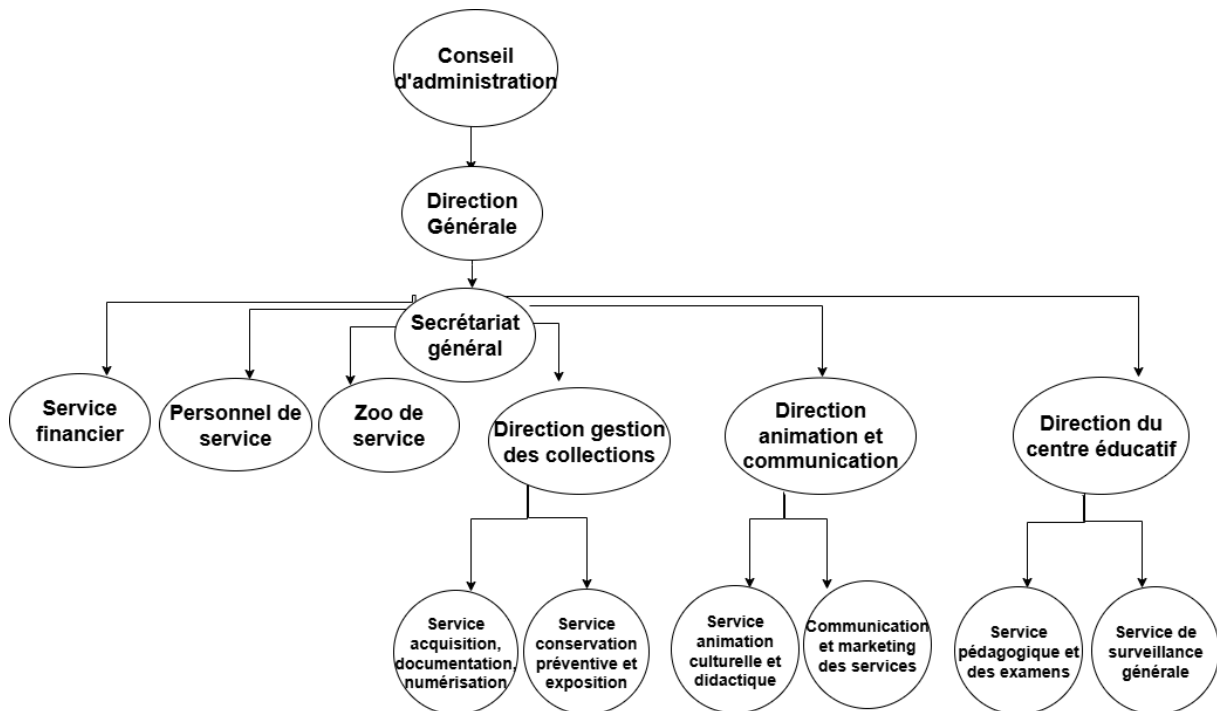


Figure 2 : organigramme du Musée National Boubou Hama, auteur, 2025.

2. Démarche méthodologique de l'étude

2.1 Type de recherche

La présente étude s'inscrit dans une démarche qualitative. Elle s'attache ainsi à explorer les pratiques actuelles de médiation culturelle destinées aux jeunes au Musée National du Niger, en mettant en lumière leurs usages, leurs expériences et leurs attentes. Cette démarche vise à cerner les dynamiques à l'œuvre, à identifier les défis rencontrés et à proposer des pistes d'amélioration adaptées au contexte nigérien. En nous appuyant sur une recherche documentaire approfondie, des observations directes, des enquêtes et des entretiens menés auprès des différents acteurs concernés, nous avons pu recueillir des informations

essentielles pour dresser un état des lieux précis et formuler des recommandations opérationnelles pertinentes.

2.2 Technique de recherche

Pour répondre aux objectifs de cette étude, plusieurs techniques de recherche complémentaires ont été mobilisées afin d'assurer la richesse et la fiabilité des données collectées.

2.2.1. Recherche documentaire

La phase documentaire a constitué la première étape de notre recherche. Elle a été organisée selon une approche thématique afin de faciliter la compréhension et l'analyse. Les thématiques principales abordées ont porté sur le patrimoine culturel matériel, le patrimoine numérique, les outils numériques, les collections muséales, les stratégies de valorisation et les méthodes de médiation. Cette structuration a permis d'identifier les enjeux majeurs liés à la valorisation du patrimoine et à la médiation numérique, de situer notre étude dans le champ scientifique, et de repérer les bonnes pratiques ainsi que les innovations susceptibles d'être adaptées au contexte du Musée National Boubou Hama du Niger.

La recherche documentaire a mobilisé une grande variété de sources : ouvrages spécialisés, articles scientifiques, rapports institutionnels, mémoires universitaires et textes officiels portant sur la médiation culturelle, la muséologie, les jeunes publics et le numérique. Ces documents ont été consultés dans des bibliothèques universitaires, des centres de documentation, des archives nationales, ainsi que sur des plateformes en ligne et les sites web d'institutions culturelles reconnues.

Le tableau ci-dessous présente les principales bibliothèques, centres de documentation et plateformes numériques consultés, ainsi que la nature des informations recueillies dans chacune de ces ressources.

Tableau 1 : Centres de documentation et plateformes numériques consultés (source : auteur, 2025)

Centre de documentation/ Plateforme numérique	Nature des informations
Bibliothèque de l'Université Senghor (Alexandrie, Égypte)	Consultation de mémoires, ouvrages spécialisés et articles portant sur la gestion du patrimoine culturel, la médiation et les industries culturelles en Afrique. Ces documents ont enrichi la compréhension des concepts clés tels que la médiation culturelle, le patrimoine immatériel et l'usage des outils numériques dans la valorisation du patrimoine.
Médiathèque du Centre d'Études Linguistiques et Historiques par la Tradition Orale (CELHTO)	Recherche d'actes de colloques, revues scientifiques et ouvrages sur les patrimoines africains, la tradition orale et les pratiques culturelles. Ces ressources ont permis d'approfondir le cadre théorique lié à la médiation culturelle et aux spécificités des patrimoines immatériels africains.
Bibliothèque Nationale du Niger	Consultation de documents officiels, rapports institutionnels et archives nationales relatives à la politique culturelle, à la conservation du patrimoine et aux stratégies nationales de valorisation culturelle.
Ressource en ligne (bibenligne de l'université senghor, Cairn.info , Google Scholar, ScholarVox, Érudit.fr, MySmartJourney)	La recherche en ligne a constitué un pilier essentiel de notre démarche documentaire, mobilisant diverses bases de données et ressources numériques spécialisées. Parmi les plateformes consultées figurent la bibliothèque en ligne de l'université Senghor, Cairn.info, ScholarVox et Érudit.fr, qui offrent un accès privilégié à des revues académiques en sciences humaines et sociales, couvrant des thématiques telles que la muséologie, les politiques patrimoniales ou les stratégies de médiation culturelle. Nous avons également exploré le site web MySmartJourney, une plateforme spécialisée dans les solutions numériques interactives pour la médiation culturelle, qui propose des outils et des retours d'expérience sur l'usage des technologies mobiles et immersives pour capter l'attention des jeunes publics et enrichir leur parcours muséal

2.2.2. Observation

La phase d'observation a été réalisée à l'occasion d'un stage de quatre mois au Musée National Boubou Hama du Niger. Elle a permis d'analyser sur le site du musée l'organisation des espaces, le fonctionnement des dispositifs de médiation existant, ainsi que les interactions entre les jeunes publics et les différents supports proposés. L'observation a porté sur plusieurs aspects : la fréquentation des espaces, les comportements des jeunes, leur degré d'engagement, les difficultés rencontrées et l'accompagnement proposé par le personnel du musée. Cette approche a fourni des données précieuses pour faire l'état des lieux sur les pratiques actuelles de médiation culturelle.

2.2.3. Entretien

Des entretiens semi-directifs ont été réalisés auprès de plusieurs acteurs clés : responsables et médiateurs du Musée National Boubou Hama du Niger ainsi que des jeunes publics. Ces échanges ont permis de recueillir des témoignages variés sur leurs attentes, besoins, obstacles rencontrés, expériences vécues et propositions d'amélioration concernant la médiation culturelle. L'approche semi-directive a favorisé une expression libre tout en orientant la discussion autour des thématiques centrales de la recherche : perception de la médiation actuelle, attentes des jeunes vis-à-vis du musée, difficultés rencontrées, et suggestions pour enrichir l'expérience des jeunes publics. Les entretiens ont été enregistrés avec le consentement des participants, puis intégralement retranscrits avec l'intelligence artificielle [turboscribe](#) pour garantir la rigueur de l'analyse.

Concrètement, un guide d'entretien structuré autour de ces thématiques a été élaboré afin de recueillir des informations précises auprès des différents interlocuteurs.

Premièrement, nous avons collecté des données sur le cadre organisationnel et les pratiques actuelles de médiation au musée, qui reposent essentiellement sur des dispositifs traditionnels.

Deuxièmement, à partir des entretiens, nous avons obtenu des informations spécifiques auprès de deux groupes principaux :

- Les responsables et médiateurs du musée, ont exprimé leur volonté de moderniser la médiation et d'intégrer à terme des outils numériques, tout en soulignant les contraintes actuelles liées à l'absence de dispositifs numériques et aux ressources limitées ;
- Les jeunes publics ont partagé leurs attentes quant à une médiation plus interactive et adaptée à leurs usages, exprimant un fort intérêt pour l'introduction de supports numériques qui pourraient enrichir leur expérience muséale.

Cette démarche a permis de mettre en lumière les besoins réels et les freins à la mise en place d'une médiation numérique, offrant ainsi une base solide pour formuler des

recommandations et proposer un guide de médiation numérique adapté au Musée National Boubou Hama du Niger.

2.3. Outils de collecte de données

Dans le cadre de cette étude, plusieurs outils de collecte de données ont été mobilisés afin de faire l'état des lieux des pratiques de médiation culturelle au Musée National Boubou Hama et les attentes des jeunes publics. Il s'agit de :

- Grille d'observation : Il a permis d'observer les interactions entre les médiateurs culturels et les visiteurs, les types d'activités proposées, ainsi que le comportement et l'engagement des jeunes publics dans le musée ;
- Guide d'entretien : Il a servi à mener des entretiens semi-directifs avec plusieurs acteurs clés tels que les médiateurs culturels et les responsables du musée ;
- Fiche d'enquête : La fiche d'enquête a été élaborée pour collecter des données quantitatives auprès d'un large échantillon de jeunes publics du musée.

2.4. Technique d'échantillonnage et population cible

Dans le cadre de cette étude, la technique d'échantillonnage adoptée est de nature non probabiliste, ce qui permet de cibler de manière pertinente les groupes directement concernés par la problématique de la médiation numérique au Musée National du Niger.

La population cible se compose principalement de deux groupes :

- Les jeunes publics du Musée National du Niger

Dans le cadre de ce mémoire, et en référence au document de politique muséale en vigueur au Musée National Boubou Hama du Niger, la notion de jeune public est définie comme regroupant les jeunes âgés de 10 à 15 ans. Cette définition diffère légèrement de celle proposée par François Mairesse, qui considère principalement comme jeune public les enfants de la petite enfance jusqu'à douze ans. Il s'agit d'élèves ou de tout autre jeune fréquentant ou susceptible de fréquenter le musée. Leur perception, leurs attentes et leur expérience constituent le cœur de l'analyse.

- Les personnels du musée sont impliqués dans la valorisation des collections auprès du public cible

Ce groupe inclut les médiateurs culturels et les responsables du musée. Leur expertise et leur expérience sont essentielles pour comprendre les pratiques actuelles de médiation, notamment en ce qui concerne l'intégration du numérique.

La taille de notre échantillon est de 57. Ce choix résulte d'un échantillonnage aléatoire portant sur l'ensemble des jeunes publics âgés de 10 à 15 ans présents au musée durant la période de l'enquête, du 23 juin au 25 juillet. Cette méthode nous a permis de constituer un

échantillon représentatif de la population cible, afin d'obtenir des données fiables sur leurs comportements, attentes et expériences muséales.

répartis comme suit :

Tableau 2 : récapitulatif de l'échantillon d'étude (source : auteur, 2025)

Groupe cible	Effectifs enquêtés	Pourcentage
Jeunes de 10 ans à 15 ans	50	87,72 %
Médiateurs et responsable du musée	07	12,28 %
Total	57	100%

2.5. Traitement des données de terrain

Après la collecte de terrain, les questionnaires d'enquête et les guides d'entretien ont été transcrits intégralement, puis dépouillés manuellement en s'appuyant sur les hypothèses de recherche. Cette étape a permis d'identifier des catégories thématiques pertinentes et d'effectuer une première codification des données. Ensuite, les codes ont été saisis dans le logiciel Microsoft excel 2013 afin de faciliter leur analyse.

Par ailleurs, les résultats ont été présentés sous forme de tableaux et graphiques facilitant leur interprétation et leur intégration dans le diagnostic et les recommandations opérationnelles.

2.6. Difficultés rencontrées

La réalisation de ce travail au sein du Musée National Boubou Hama du Niger ne s'est pas faite sans difficultés. La première contrainte a été le manque de ressources financières et logistiques, qui a limité la possibilité d'effectuer des déplacements fréquents et d'assurer une collecte de données au-delà du cadre muséal.

La deuxième difficulté a été la barrière linguistique. Elle a constitué un défi majeur. Bien que le français soit la langue officielle, certains participants maîtrisaient peu cette langue, ce qui a parfois compliqué la compréhension des questions et la qualité des réponses recueillies. N'étant pas d'origine nigérienne, nous avons dû recourir à des interprètes pour communiquer avec les participants, compte tenu de la diversité des langues et dialectes locaux.

Par ailleurs, l'instabilité de la connexion internet a entravé la gestion et la sauvegarde des données numériques, ralentissant ainsi le processus d'analyse. Enfin, les fréquentes coupures d'électricité ont perturbé le travail sur le terrain et en bureau, limitant l'accès continu aux outils informatiques nécessaires.

Malgré ces difficultés, une organisation rigoureuse et une adaptation constante au contexte local ont permis de mener à bien cette recherche, tout en soulignant l'importance de prendre en compte ces contraintes dans la planification des études futures au Niger.

3. Présentation, analyse et synthèse des données

Cette section vise à exposer les résultats de notre enquête, ainsi que leur analyse et leur interprétation, afin de vérifier l'atteinte des objectifs que nous nous sommes fixés et d'évaluer la validité des hypothèses de départ.

Nous commencerons par dresser un état des lieux des pratiques actuelles de médiation culturelle, en nous interrogeant sur leur accessibilité et leur degré d'adaptation aux besoins spécifiques du jeune public. Ensuite, nous analyserons les attentes et les perceptions du jeune public, en particulier en ce qui concerne l'intégration du numérique dans le parcours de visite au Musée National Boubou Hama. Nous identifierons également les principaux freins et les opportunités existantes pour le développement de dispositifs numériques adaptés au contexte nigérien. Enfin, à partir de l'ensemble de ces éléments, nous proposerons des recommandations opérationnelles pour enrichir l'expérience du jeune public au Musée National Boubou Hama du Niger.

3.1. Diagnostic des pratiques actuelles de médiation au Musée national du Niger

L'analyse des pratiques actuelles de médiation culturelle au sein du Musée National Boubou Hama du Niger s'appuie sur les données issues du dépouillement des questionnaires administrés à cinquante (50) jeunes publics ainsi que sur les entretiens semi-directifs menés auprès de 07 membres du personnel du musée.

3.1.1. Dispositifs existants et leur fonctionnement

Les informations recueillies à partir des questionnaires adressés aux jeunes publics, ainsi que les entretiens menés avec les agents du Musée National Boubou Hama, permettent de faire l'état des lieux des dispositifs de médiation culturelle existants et leur fonctionnement.

A l'unanimité, les personnels du musée interrogés ont indiqué que la visite guidée est la seule forme de médiation culturelle actuellement proposée aux jeunes publics au Musée National Boubou Hama du Niger.

Le Directeur général du musée, Gabidan ABDOURAMANE, confirme cette prédominance en précisant que « ici c'est la visite guidée qui est dominante. C'est la médiation de type traditionnel, qu'on pratique ici, chez nous, au niveau du Musée National ». Il explique que ce mode de médiation repose essentiellement sur l'intervention des guides - accompagnateurs et des surveillants présents dans les pavillons. Durant ces visites, des supports classiques tels

que les panneaux indicateurs, les panneaux descriptifs et les cartels explicatifs sont utilisés. Ces outils traditionnels représentent donc la majeure partie des moyens de médiation employés au musée.

Il ajoute toutefois que le musée s'engage progressivement dans un processus d'amélioration et de modernisation des dispositifs. « Vous prenez le pavillon de l'uranium, le pavillon du pétrole, on a des écrans [...], le pavillon de la musique, on va installer des écrans, donc ça va un peu vers la modernisation [...], ça va encore apporter un plus à la méthode traditionnelle qu'on a l'habitude de faire », nous confie-t-il.

Cependant, nos observations directes ont révélé que, bien que les écrans demeurent installés dans certains pavillons, ceux-ci ne sont actuellement pas opérationnels, ce qui limite pour l'instant l'impact de cette modernisation sur l'expérience des visiteurs.

Boubacar Oumarou IBRAHIM, assistant au service de gestion des collections nous souligne également que « le type de médiation au Musée National est une médiation classique ». La cheffe de service gestion des collections, Adamou KADI renchérit en précisant que « C'est le guide qui est censé expliquer ce qu'il y a dans le pavillon ».

Comme le Directeur général, Boubacar Oumarou IBRAHIM a mentionné que les supports d'aide à la médiation utilisés se limitent à « des cartels, des panneaux, des signalétiques ». Maiguichiri Moustapha AMADOU, un autre assistant du même service, relève que le discours lors des visites guidées est adapté à l'âge des visiteurs. Il indique également que, bien que la documentation puisse être utilisée, elle reste peu accessible. « Alors c'est la voie orale qu'on préconise. Par exemple, selon les langues, la compréhension des différentes langues maternelles. Si les enfants comprennent zerma, on explique en Zerma. Si c'est en français, c'est en français on explique », précise-t-il.

En somme, l'analyse croisant les données issues des entretiens et les observations de terrain révèle que la médiation au Musée National Boubou Hama du Niger repose exclusivement sur des visites guidées classiques, appuyées par des panneaux descriptifs, cartels et signalétiques.

Après l'analyse des dispositifs de médiation culturelle existants au sein du Musée National Boubou Hama, l'examen des perceptions et des attentes du jeune public s'avère essentiel pour apprécier pleinement l'adéquation de l'offre de médiation à leurs besoins et aspirations.

3.1.2. Perceptions et attentes du jeune public

Les personnels interrogés affirment, de manière quasi unanime, que les dispositifs de médiation actuellement en place ne répondent que partiellement aux besoins des jeunes publics. Moussa Abdoul Aziz IBRAHIM, Chef du service didactique, souligne que les jeunes ne

sont pas toujours attentifs durant les visites, ce qui peut traduire, les limites de la visite guidée. Il insiste sur l'importance de capter leur intérêt en adaptant le discours au public : « Tout dépend de la manière dont l'information est transmise. Il faut convaincre l'enfant que ce qu'on lui présente a du sens et de la valeur pour lui » souligne t-il. La cheffe du service Gestion des collections, observe que « les enfants [...], dès qu'ils rentrent dans les pavillons, ils prennent des photos. Les enfants sont plus attirés par le portable que par la visite ».

Cette étude, centrée sur l'amélioration de l'expérience de visiteurs de ces derniers, nécessite impérativement la prise en compte de leur point de vue afin de compléter les observations recueillies auprès des professionnels du musée.

L'analyse des données issues des questionnaires administrés aux jeunes publics permet ainsi de mieux cerner leurs perceptions vis-à-vis des dispositifs de médiation actuels, mais aussi leurs attentes en matière de contenus, de supports et de modalités de visite.

Dans le but d'évaluer la perception des jeunes publics à l'égard des dispositifs de médiation culturelle actuellement en place au Musée, une attention particulière a été portée aux réponses relatives aux supports existants ayant facilité la compréhension des objets exposés. Les résultats présentés ci-après permettent d'apprécier à la fois le niveau de compréhension atteint par le jeune public et les outils qu'ils jugent les plus utiles pour appréhender les contenus.

La figure 3 illustre les réponses à la question “avez-vous compris les explications relatives aux objets exposés au musée”.

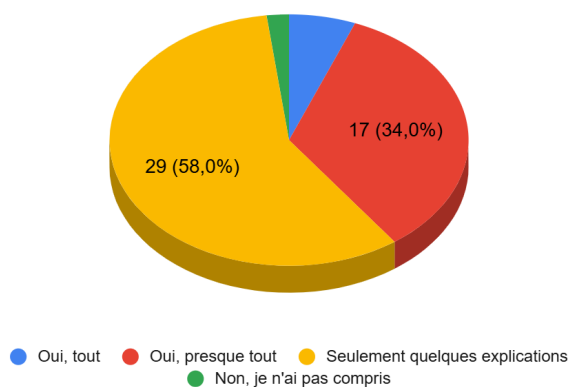


Figure 3 : répartition des réponses des jeunes publics concernant leur compréhension des explications relatives aux objets exposés au Musée.

Il ressort de l'analyse des données que seulement 3 jeunes (6 %) ont tout compris, tandis que 17 jeunes (34 %) déclarent avoir compris la majorité des explications. En revanche, 29 jeunes

(58 %), indiquent n’avoir compris que quelques éléments et 1 jeune (2 %) déclare n’avoir rien compris du tout.

Ces résultats révèlent une compréhension globalement partielle du contenu muséal par les jeunes publics, mettant en évidence les limites des dispositifs de médiation actuels, essentiellement basés sur des supports oraux et textuels peu adaptés à cette tranche d’âge.

La figure 4 illustre les réponses à la question “qu'est-ce qui t'a aidé à comprendre les objets du musée”.

Notons que le jeune public peut faire un choix multiple de dispositif.

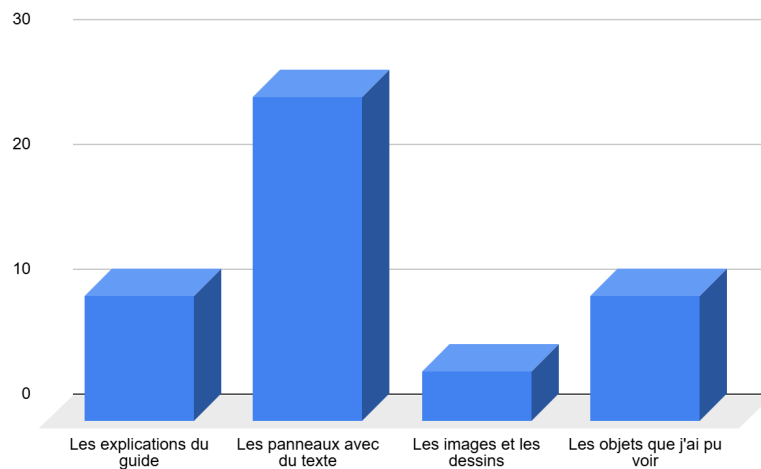


Figure 4 : répartition des réponses des jeunes publics concernant leur compréhension des explications relatives aux objets exposés au Musée.

Sur l’ensemble des 50 jeunes publics interrogés, 10 soit 20 % affirment que les explications orales du guide les ont aidés à comprendre.

Par ailleurs, 26 soit 52% déclarent que ce sont les panneaux avec du texte qui les ont le plus aidés à comprendre les objets présentés.

4 jeunes soit 8 % indiquent avoir été aidés par les images et dessins, bien que leur présence dans les espaces d’exposition soit marginale selon les observations de terrain. Enfin les 10 autres jeunes, 20 % soulignent que l’observation de certains objets ont permis de les comprendre.

Ces résultats traduisent une médiation encore fortement ancrée dans les outils traditionnels, avec une faible diversité de supports et une absence marquée d’interactivité.

Parmi les indicateurs susceptibles d’apprécier la perception des jeunes à l’égard des dispositifs actuels de médiation, la question relative à leur souhait de revenir ou non au musée constitue un indice indirect mais pertinent. Elle permet d’appréhender de manière

synthétique le niveau de satisfaction globale du jeune public, dont l'expérience est étroitement liée à la qualité des supports et des modalités de médiation proposés.

La figure 5 illustre les réponses à la question "aimerais-tu revenir au musée".

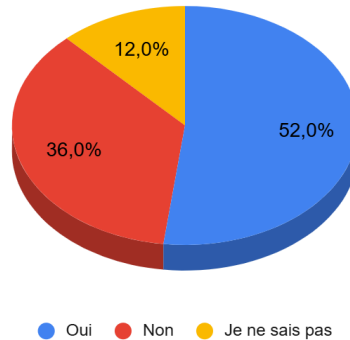


Figure 5 : répartition des réponses des jeunes publics concernant leur désir de revenir au musée ou non

Sur les 50 jeunes interrogés, 26 soit 52 % ont exprimé le souhait de revenir au musée, tandis que 18 soit 36 % ont répondu par la négative et 6 soit 12 % sont restés indécis. Ce taux relativement élevé de non-retour ou d'hésitation 12 % invite à s'interroger sur l'adéquation des dispositifs actuels de médiation avec les attentes spécifiques des jeunes publics. Il est un indicateur qui révèle une expérience perçue comme incomplète, peu engageante ou insuffisamment adaptée à leurs attentes. Cela confirme que l'offre muséale actuelle ne crée pas suffisamment d'engagement durable, ni de plaisir ou curiosité qui pourraient inciter à une fréquentation répétée.

Après avoir analysé la perception des jeunes publics sur l'offre actuelle de médiation muséale au Musée National Boubou Hama, il convient maintenant de s'intéresser à leurs attentes spécifiques.

Dans ce cadre, une attention particulière a été accordée aux réponses reflétant leurs préférences en matière de supports, de contenus et de modalités de visite.

La figure 6 illustre les réponses à la question "aimerais-tu utiliser une tablette ou un téléphone pendant ta prochaine visite au musée".



Figure 6 : répartition des réponses des jeunes à la question aimerais-tu utiliser une tablette ou un téléphone pendant ta prochaine visite au musée.

A L'unanimité quasi totale 94 % des jeunes publics sont en faveur de l'utilisation de tablettes ou téléphones pendant leur prochaine visite. Cette adhésion quasi unanime à l'usage d'outils numériques traduit une attente explicite d'une médiation numérique, interactive, qui rompt avec la passivité imposée par les visites guidées classiques. Cela témoigne non seulement d'une ouverture du jeune public à ces supports, mais aussi d'une attente explicite quant à leur intégration dans le parcours de visite.

Il devient alors pertinent d'examiner plus en détail les usages spécifiques que ces visiteurs projettent, afin d'identifier les types d'activités qu'ils jugent les plus attractives et les mieux adaptées à leurs préférences.

La figure 7 illustre les réponses à la "qu'est-ce que tu aimerais faire avec une tablette ou un téléphone au musée".

Notons que le visiteur peut faire un choix multiple

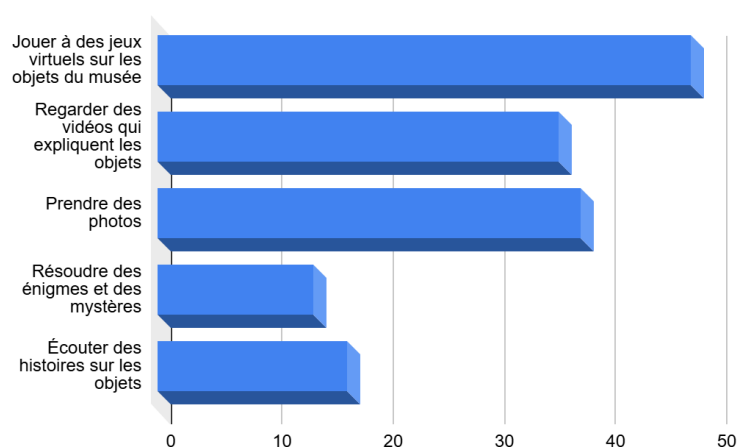


Figure 7 : répartition des réponses des jeunes à la question qu'aimerais-tu faire avec une tablette ou un téléphone au musée

Cette figure illustre la fréquence de sélection de chaque activité par les 50 jeunes interrogés. Comme la question autorise des réponses multiples, un même jeune a pu exprimer plusieurs préférences en termes d'activité pour sa prochaine visite au Musée. Ainsi, les résultats ne représentent pas des parts exclusives, mais des indicateurs d'attractivité de chaque type de contenu.

48 jeunes sur 50 ont exprimé le souhait de jouer à des jeux numériques portant sur les objets du musée, ce qui représente l'activité la plus plébiscitée. 38 jeunes sur 50 souhaitent prendre des photos. 36 jeunes sur 50 souhaitent regarder des vidéos explicatives des œuvres. Des activités à dimension plus narrative ou interactive telles que des histoires contées sont préférées par 17 sur 50 et la résolution des énigmes par 14 sur 50.

Ces résultats mettent en évidence une forte attente des jeunes pour une médiation active, ludique et intégrant les technologies numériques, privilégiant l'exploration interactive au détriment des approches plus traditionnelles.

Suite à l'identification des contenus numériques les plus appréciés, nous nous sommes intéressés aux formats de visite que les jeunes privilégient pour vivre ces expériences.

Ainsi, la figure 8 illustre les réponses à la "comment préfères-tu faire tes prochaines visites au musée"

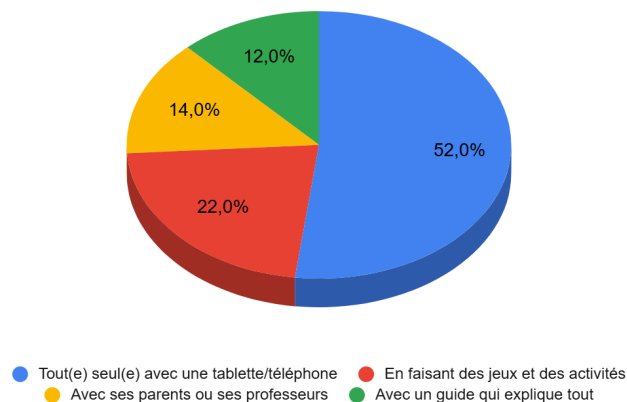


Figure 8 : réponses des jeunes publics concernant la manière dont ils préfèrent faire leur prochaine visite au Musée.

Les données issues de cette question révèlent nettement les attentes des jeunes publics sur la façon dont ils souhaitent effectuer les visites au Musée National Boubou Hama du Niger. 52 % des jeunes publics souhaitent effectuer leurs prochaines visites de manière autonome à l'aide d'un support numérique tel qu'une tablette ou un téléphone. Ce choix majoritaire démontre que les jeunes s'attendent à des outils plus personnalisés, interactifs et numériques qui leur permettent une exploration active et à leur rythme du musée.

Par ailleurs, 22 % des jeunes expriment un intérêt pour une visite axée sur des jeux et des activités, ce qui confirme l'importance du ludique dans l'expérience de visites du jeune public. Ces deux premiers choix, qui totalisent 74 % des réponses, orientent fortement la conception d'une médiation centrée sur l'expérience utilisateur, où le visiteur devient acteur de son parcours.

En comparaison, les options plus traditionnelles sont nettement moins souhaitées. 14 % des jeunes veulent visiter avec leurs parents ou enseignants, et seul 12 % demandent une visite guidée avec des explications. La faible demande en visites guidées classiques est révélatrice d'un rejet des formes passives de transmission. Cela reflète que le jeune public s'attend à une visite plus interactive que d'être dans une posture d'écoute avec la méthode traditionnelle de médiation culturelle.

Pour affiner l'identification des préférences du jeune public en matière de médiation numérique, une question complémentaire les invitait à choisir trois activités préférées parmi une liste d'options numériques susceptibles d'être proposées au musée. Cette question, également à choix multiples, visait à hiérarchiser les attentes en matière de contenus numériques interactifs.

Les résultats, illustrés de la figure 9 ci-dessous, confirment les tendances observées précédemment et permettent de préciser les formats jugés les plus attractifs et souhaités par les jeunes publics.

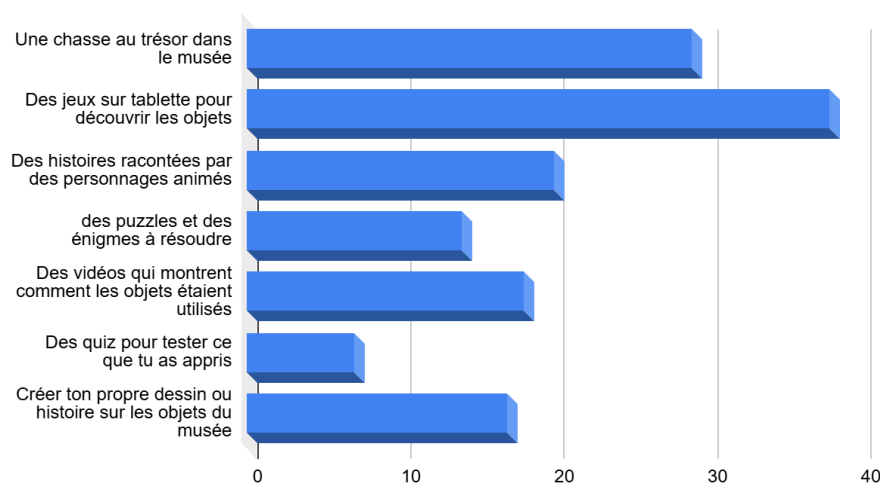


Figure 9 : répartition des préférences d'activités souhaitée par les jeunes publics lors des prochaines visites au musée.

L'activité "jeux sur tablette pour découvrir les objets" a été sélectionnée 38 fois par les jeunes, confirmant ainsi que le jeu constitue un mode d'apprentissage particulièrement apprécié par les jeunes publics. Elle est suivie par "l'activité chasse au trésor dans le musée"

qui a été sélectionnée 29 fois par les jeunes, et “des histoires racontées par des personnages animés”, retenue par 20 jeunes. Ces propositions révèlent une forte attente en faveur d’une médiation immersive, ludique et scénarisée, qui encourage l’exploration autonome tout en captivant l’attention.

En parallèle, des dispositifs davantage orientés vers la compréhension et la logique, tels que “des vidéos montrant comment les objets étaient utilisés ” et “des puzzles et des énigmes à résoudre” , suscitent également de l’intérêt des jeunes interrogés.

Dans l’ensemble, ces résultats traduisent une préférence marquée pour des formes de médiation participatives, interactives et ludiques, capables de stimuler l’engagement actif des jeunes publics. Ils mettent en évidence un besoin d’approches qui allient autonomie, narration et manipulation numérique, et confirment la pertinence d’une orientation vers la gamification et la personnalisation des parcours de visite à l’aide de technologies accessibles.

Enfin, il nous a paru essentiel d’interroger les jeunes publics sur leurs attentes après la visite, afin de mieux comprendre comment ils souhaiteraient prolonger leur découverte du musée et des collections.

Ainsi sur les 50 enfants interrogés, 84 % souhaite continuer à découvrir les objets du musée après leur visite. Ce résultat met en lumière non seulement une curiosité persistante, mais également une réelle disposition à s’inscrire dans un processus d’apprentissage prolongé, à condition que des dispositifs adaptés leur soient proposés. Lorsqu’il leur a été posé la question sur les activités qu’ils souhaitent faire pour approfondir leur découverte du musée depuis chez eux, les jeunes choisissent 26 fois les jeux numériques sur tablette ou ordinateur. Viennent ensuite les vidéos explicatives, citées 24 fois, puis les cahiers d’activités 17 fois, les discussions avec leurs proches 12 fois et enfin le souhait de revenir physiquement au musée, exprimé 16 fois.

De tout ce qui précède, nous pouvons dire que les dispositifs de médiation actuellement en place au Musée National Boubou Hama du Niger reposent essentiellement sur une approche traditionnelle, peu diversifiée et faiblement interactive. Cette configuration, bien que encadrée par un personnel engagé, se révèle insuffisamment adaptée aux attentes, capacités de compréhension et habitudes culturelles des jeunes publics. Cela implique une expérience de visite limitée, marquée par une faible appropriation des contenus patrimoniaux, une compréhension partielle des objets exposés et une baisse potentielle de motivation à fréquenter le musée de manière régulière. D’où notre hypothèse n°1 selon laquelle les pratiques actuelles de médiation ne répondent pas pleinement aux attentes et besoins spécifiques des jeunes publics, ce qui limite leur engagement et leur intérêt pour le patrimoine culturel présenté au Musée est confirmée à ce stade de l’analyse.

3.2. Obstacles et opportunités pour la médiation numérique

Dans cette section, il s'agit d'identifier et d'analyser les principaux freins ainsi que les leviers spécifiques à la mise en place d'une médiation numérique au Musée National Boubou Hama du Niger.

3.2.1. *Contraintes techniques, humaines et financières*

Le développement de dispositifs de médiation numérique au Musée National Boubou Hama se heurte à un ensemble de contraintes structurelles. Celles-ci relèvent à la fois d'un déficit d'équipements adaptés, d'un manque de compétences techniques au sein du personnel, de ressources financières limitées, ainsi que d'une absence de stratégie institutionnelle claire en matière de transition numérique.

L'analyse des entretiens menés avec les personnels du musée met en évidence la persistance d'un modèle de médiation fondé sur la visite guidée traditionnelle, difficilement conciliable avec les attentes actuelles des jeunes publics. Ces freins constituent aujourd'hui les principaux obstacles à une évolution vers des pratiques numériques.

- *Contraintes techniques*

Les résultats de nos entretiens révèlent que l'infrastructure technologique du Musée National Boubou Hama est largement insuffisante et inadaptée. Parmi les huit pavillons que compte le musée, seuls ceux consacrés à la musique traditionnelle, à l'uranium et au pétrole sont partiellement équipés d'écrans. Toutefois, ces installations ne sont pas toutes fonctionnelles. Les équipements numériques du pavillon des instruments de musique sont encore en cours d'aménagement, tandis que ceux des pavillons de l'uranium et du pétrole ne sont pas tous actifs actuellement.

Ces dispositifs non opérationnels, ne permettent pas de répondre aux attentes d'une médiation interactive et innovante, adaptée aux usages des publics jeunes. Bizo Abdoul Rachid ABDOULAYE, assistant au service du personnel, indique que « l'ancien dispositif numérique installé dans le pavillon des instruments de musique n'est plus en service actuellement. Peut-être qu'on va le remettre en service, mais pour l'instant, ce n'est que du traditionnel ».

Ce constat met en lumière l'absence d'un système numérique intégré, pensé pour répondre aux besoins d'une médiation centrée sur l'interaction, la visualisation et l'autonomie du visiteur. De plus, les écrans présents dans certains pavillons ne sont pas reliés à des contenus pédagogiques interactifs et ne sont pas exploités dans une logique de parcours scénarisé.

En outre, l'un des obstacles le plus fréquemment énumérés par la plupart des agents du Musée est la connectivité. Le musée ne dispose pas d'une connexion internet fiable, ce qui constitue un obstacle majeur pour toute solution numérique nécessitant une synchronisation en ligne. L'absence d'un réseau internet stable et performant empêche toute mise en œuvre d'outils numériques connectés, tels que les applications mobiles interactives, les QR codes renvoyant à des contenus en ligne, ou encore les dispositifs de réalité augmentée. Maiguichiri Moustapha AMADOU, assistant au service de gestion des collections, confirme en ces termes, « franchement, il y a un problème avec la connexion, avec l'internet. Nous avons le starlink mais actuellement il n'est pas fonctionnel ».

L'utilisation du numérique au Musée suppose non seulement une infrastructure technique fiable mais aussi une maintenance régulière et des contenus adaptés. Or, le musée ne dispose actuellement ni des moyens pour entretenir les rares dispositifs existants, ni d'un réseau informatique solide, ni de serveurs locaux ou de solutions hors ligne permettant d'offrir une alternative viable à l'instabilité d'internet.

Dans ce contexte, l'insuffisance des équipements disponibles, leur inaccessibilité ou leur inactivité constituent autant de freins majeurs à l'expérimentation de dispositifs de médiation numériques au sein du musée. Ces limites techniques viennent ainsi renforcer l'écart entre les attentes croissantes du jeune public et les possibilités réelles offertes par le musée en termes d'outils pédagogiques modernes.

- *Contraintes humaines*

Outre les limites techniques, le déploiement de dispositifs numériques au Musée National Boubou Hama se heurte à un déficit significatif en ressources humaines qualifiées. Nos entretiens révèlent un manque généralisé de compétences spécifiques en médiation numérique parmi le personnel. La majorité des agents n'a pas bénéficié de formations en lien avec les outils numériques, les logiciels interactifs ou la conception de contenus adaptés aux jeunes publics.

Comme le souligne Maiguichiri Moustapha AMADOU, « On ne peut pas parler de numérique sans formation. Il faut former les agents. Ici, on a un seul informaticien, ce n'est pas suffisant ».

Cette remarque met en évidence le manque de profils techniques spécialisés capables de concevoir, mettre en œuvre et maintenir des dispositifs numériques adaptés au contexte muséal. Même lorsqu'un agent possède des compétences de base, il ne peut suffire à porter un projet global de médiation numérique. Le besoin de renforcement des capacités est clairement exprimé par plusieurs membres du personnel, conscients du retard accumulé dans ce domaine.

De plus, comme le fait remarquer Bizo Abdoul Rachid ABDOULAYE, la majorité des agents du Musée ne sont pas formés au numérique. Il reste beaucoup à faire.

Cette situation freine la possibilité d'appropriation des outils par les équipes internes et limite l'autonomie du musée dans la gestion de contenus numériques. L'absence d'un plan de formation continue adapté aux exigences de la transition numérique est également à noter, ce qui empêche de construire une culture institutionnelle numérique partagée.

- *Contraintes financières*

Le Musée National Boubou Hama fait face à des contraintes budgétaires structurelles qui limitent fortement toute initiative de modernisation, en particulier dans le domaine de la médiation numérique.

Les entretiens avec les agents du musée révèlent que les ressources financières disponibles proviennent essentiellement de l'État, des recettes issues de la billetterie, ainsi que de dons ponctuels ou d'appuis occasionnels provenant de partenaires extérieurs. Comme le précise Maiguichiri Moustapha AMADOU, « nous sommes dans une période un peu difficile, on n'a pas de partenaires. Il n'y a que l'État ». Bizo Abdoul Rachid ABDOULAYE renchérit sur la faiblesse des financements disponibles. Il précise que le « côté financier aussi, il faut un peu rehausser. On a des dons, des gratifications, et aussi des ambassades qui financent à travers des dons au musée ». Ce cadre budgétaire restreint empêche non seulement l'acquisition de matériel numérique adapté mais freine également les possibilités de formation continue du personnel.

Par ailleurs, plusieurs interlocuteurs ont évoqué le besoin de nouer des partenariats technologiques avec des acteurs spécialisés du numérique. Un projet de collaboration avec l'Agence Nationale pour la Société de l'Information (ANSI) a été mentionné, mais reste à l'état d'intention. « Il y a un projet avec ANSI. On cherche encore un partenariat pour voir comment ils peuvent nous aider. Mais rien n'est encore concret », nous confie Maiguichiri Moustapha AMADOU.

Ce constat met en évidence l'absence de mécanismes de collaboration durables entre le musée et les acteurs du secteur technologique, qu'il s'agisse d'entreprises locales, d'universités techniques, ou de partenaires internationaux. En l'état actuel, aucune stratégie de levée de fonds, de mécénat numérique ou de co-construction avec des start-ups culturelles ne semble avoir été formalisée.

Ainsi, la fragilité du modèle de financement du musée constitue un obstacle majeur au déploiement d'une médiation numérique ambitieuse. Elle contraint le Musée à fonctionner dans une logique de subsistance, qui ne lui permet pas de s'engager pleinement dans la

transition numérique, pourtant de plus en plus nécessaire pour répondre aux attentes du jeune public et aux standards internationaux.

En somme, l'analyse des données issues des entretiens menés auprès du personnel du Musée met en évidence une série de contraintes structurelles qui freinent significativement l'intégration du numérique dans les dispositifs de médiation. Les infrastructures techniques, à la fois obsolètes et peu fonctionnelles, ne permettent pas une expérience interactive adaptée aux attentes des publics jeunes. Ce déficit est aggravé par une absence de connectivité fiable et une incapacité à maintenir ou renouveler les équipements existants.

Sur le plan humain, le manque de personnel formé aux outils numériques et à la création de contenus interactifs limite fortement les initiatives internes. Bien que des compétences techniques soient présentes de manière ponctuelle, elles ne s'inscrivent pas dans une stratégie globale de développement numérique.

Les contraintes financières, quant à elles, sont structurelles. Le musée repose sur des financements publics limités, des dons et de rares partenariats non consolidés. Ce manque de ressources compromet non seulement l'acquisition de matériel, mais aussi la mise en œuvre de formations et d'actions innovantes.

3.2.2. Identification des leviers et opportunités spécifiques au contexte nigérien

Malgré les contraintes structurelles telles que le manque d'équipements adaptés, l'insuffisance de compétences techniques et le manque de ressources financières, l'analyse croisée des entretiens menés auprès des professionnels du musée et des questionnaires administrés aux jeunes publics révèle l'existence de plusieurs leviers favorables à l'introduction progressive de dispositifs de médiation numérique au Musée National Boubou Hama du Niger.

D'abord, les données issues des entretiens témoignent d'un engagement réel de certains membres du personnel en faveur de la modernisation des pratiques muséales. Le chef du service didactique, Moussa Abdoul Aziz IBRAHIM, évoque par exemple la production de contenus audiovisuels, dont une vidéo pédagogique retraçant l'histoire de la monnaie, destinée à être diffusée dans les pavillons d'exposition. Bien que ces initiatives demeurent limitées par le manque de moyens techniques et financiers, elles constituent un socle opérationnel sur lequel bâtir des projets plus ambitieux.

De même, le scénographe Adamou Abdoul Karim ELHADJ, impliqué dans la rénovation du pavillon des instruments de musique, souligne l'intégration de dispositifs de médiation innovants, tels que des guides audio associant sons des instruments et commentaires explicatifs. Ces expérimentations locales démontrent la faisabilité d'une médiation enrichie par le numérique, même dans un environnement aux ressources limitées.

Sur le plan technique, le musée dispose déjà de certains équipements qui, bien qu'en grande partie obsolètes ou non fonctionnels à ce jour, pourraient être réparés ou réhabilités pour soutenir une médiation numérique. L'existence du réseau Starlink, malgré sa connectivité encore instable, représente une opportunité concrète pour améliorer l'accès à Internet, condition indispensable à l'implémentation de dispositifs numériques interactifs ou connectés.

Les résultats des questionnaires administrés aux jeunes publics montrent également une adhésion marquée à l'idée d'utiliser des supports numériques dans le cadre de leur visite. En effet, 94 % des répondants déclarent souhaiter utiliser un téléphone ou une tablette au musée. Parmi les activités numériques les plus plébiscitées figurent les jeux interactifs en lien avec les objets du musée, le visionnage de vidéos explicatives, la prise de photos et les chasses au trésor.

Cette familiarité avec les outils numériques, déjà intégrés dans les pratiques quotidiennes des jeunes, constitue un levier central. Elle reflète un potentiel élevé d'adhésion à des formes de médiation numérique à condition que celles-ci soient conçues de manière ludique, participative et adaptée à leurs capacités de compréhension.

De même, le contexte local se montre globalement favorable au développement d'une médiation culturelle renouvelée. La fréquentation régulière du musée par des groupes scolaires, des familles et des jeunes publics en quête de découvertes pédagogiques et ludiques, offre un terreau propice à l'expérimentation de formats numériques innovants. L'ancrage éducatif et culturel fort du Musée, constitue un atout stratégique pour la mise en œuvre d'outils numériques qui viendraient enrichir l'expérience de visite.

En somme, bien que les obstacles soient nombreux, plusieurs opportunités concrètes et le contexte socio-culturel nigérien, marqué par une fréquentation régulière du musée par des groupes scolaires et une forte demande de médiation ludique et interactive, renforce la pertinence d'une stratégie numérique ciblée. Toutefois, la concrétisation de cette dynamique repose sur la mise en œuvre d'un cadre institutionnel structurant, le renforcement des compétences internes, et la mobilisation de ressources matérielles et financières durables.

D'où notre hypothèse n°2 selon laquelle la mise en place d'outils numériques au Musée National Boubou Hama du Niger est freinée par des contraintes techniques, humaines et financières est vérifiée à ce stade de l'analyse.

4. Recommandations et élaboration d'un guide pratique de médiation numérique

Dans ce chapitre, nous proposerons un ensemble structuré de recommandations issues de l'analyse des données des questionnaires et de l'entretiens, en vue de favoriser l'implémentation d'une médiation numérique adaptée aux besoins spécifiques du jeune

public. Ces recommandations s'inscrivent dans la continuité des constats formulés au chapitre précédent et visent à répondre aux insuffisances relevées dans les pratiques actuelles.

4.1. Recommandations opérationnelles pour le Musée National du Niger

À la lumière des résultats issus de l'enquête de terrain et des entretiens qualitatifs, il apparaît essentiel de proposer des recommandations concrètes, tenant compte à la fois des contraintes humaines, techniques et financières et des attentes spécifiques du jeune public.

Le premier levier pour assurer la réussite d'un projet de médiation numérique au Musée National Boubou Hama réside dans la montée en compétences des ressources humaines. Le personnel du musée joue un rôle central dans la conception, la mise en œuvre et l'entretien des dispositifs. Il convient donc de :

- Organiser des formations ciblées sur la médiation numérique notamment sur la conception de contenus pédagogiques multimédia, techniques de narration interactive, gamification, manipulation d'outils numériques ;
- Former aux outils techniques de base, spécialement sur les logiciels de montage audio et vidéo, de création de questions interactives et gestion de bornes numériques ;
- Mettre en place une cellule interne de médiation numérique, composée de référents issus des différents services ;
- Collaborer avec le centre éducatif interne spécialisé en maintenance informatique pour impliquer les jeunes apprenants dans la production ou le suivi des contenus ;
- Impliquer les stagiaires et partenaires extérieurs dans les expérimentations de dispositifs.

En raison de la connectivité instable et du manque d'équipements, les outils choisis pour une médiation numérique au Musée National Boubou Hama du Niger doivent être accessibles et utilisables hors ligne :

- Développer une application mobile utilisable sans internet, intégrant des contenus narratifs, des jeux, des capsules audio ou vidéo ;
- Mettre à disposition des tablettes préchargées à l'accueil, avec des interfaces adaptées au jeune publics ;
- Installer des bornes interactives à énergie autonome dans les pavillons ;
- Privilégier des QR codes renvoyant à des contenus stockés localement sur serveur ou réseau intranet interne.

Pour assurer la viabilité des dispositifs proposés, un cadre de soutien institutionnel et partenarial est nécessaire. Il convient de :

- Mobiliser des partenariats avec des structures nationales spécialisées telles que ANSI et des organismes de coopération comme l'UNESCO, les ambassades, les ONG culturelles pour un appui financier, technique et logistique ;
- Mettre en place une stratégie de partenariats durable et structurés ;
- Explorer des solutions de mécénat pour équiper le musée en matériel de base tels que les écrans tactiles, les tablettes, les bornes interactives ;
- Mettre en place un comité de pilotage interne au musée, chargé de coordonner les projets numériques et d'assurer le suivi de leur mise en œuvre ;
- Élaborer une feuille de route stratégique pour la médiation numérique, intégrée à la vision globale du développement du musée.

Pour susciter l'intérêt du jeune public, les formats proposés doivent être à la fois interactifs, immersifs, ludiques et pédagogiques. Pour ce faire, il est important de :

- Intégrer la dimension ludique et participative dans les parcours de visite, en s'inspirant du Musée des Civilisations Noires à Dakar, qui a introduit une [Micro-Folie](#), ainsi que du projet [Digital Bénin](#) dirigé par le Dr Felicity Bodenstein, avec sa plateforme interactive Eyo Otɔ. Ces dispositifs permettent aux jeunes publics d'explorer les collections de manière immersive et multisensorielle, grâce à des supports visuels, audio et éducatifs favorisant l'interaction et l'apprentissage ludique ;
- Concevoir des jeux numériques autour des collections, comme l'Africa Museum de Tervuren avec "[AfricaMuseumQuest](#)", un jeu interactif qui invite les visiteurs à résoudre des énigmes tout en explorant les salles du musée ;
- Produire des vidéos animées ou des histoires contées par des personnages virtuels, en lien avec les objets du musée ;
- Favoriser des contenus multilingues avec options audio pour les jeunes non-lecteurs ;
- Mettre en œuvre un système d'évaluation post-visite, via des questionnaires numériques ou stations interactives, afin de recueillir les impressions des jeunes publics et d'améliorer l'expérience muséale, comme le fait le [Musée des Civilisations Noires à Dakar](#) ;
- Intégrer les retours des jeunes publics et des enseignants d'école dans une démarche d'amélioration continue.

4.2. Élaboration d'un guide pratique de médiation numérique

Ce guide pratique de médiation numérique au Musée National Boubou Hama du Niger vise à doter l'institution d'un cadre méthodologique et opérationnel permettant d'intégrer, de manière progressive et durable, les technologies numériques dans ses dispositifs de médiation, en tenant compte des réalités techniques, humaines et financières locales.

4.2.1. Contexte et justification

Le développement d'outils de médiation numérique dans les musées ouest africain, constitue aujourd'hui un enjeu stratégique pour faciliter l'accès au patrimoine. Au Musée National Boubou Hama, le diagnostic a révélé que les dispositifs traditionnels tels que les visites guidées classiques et panneaux explicatifs peinent à susciter l'engagement des jeunes publics, lesquels privilégient des interactions immersives et personnalisées.

Selon la définition donnée par Raymond Montpetit dans le Dictionnaire encyclopédique de muséologie 2011, la médiation culturelle est un ensemble d'actions visant à faciliter l'accès aux œuvres. Aujourd'hui, elle connaît une déclinaison numérique. Celle-ci, selon Vidal (2012), ne doit pas se limiter à un transfert de contenus, mais constituer un espace d'interaction, de dialogue et de co-construction du savoir.

Dans ce cadre, l'élaboration d'un guide pratique de médiation numérique s'impose comme une réponse méthodologique et stratégique au Musée National Boubou Hama afin de répondre aux attentes exprimées par les jeunes publics. Ce guide a pour objectif de doter le musée d'un outil opérationnel capable de planifier, concevoir, déployer et évaluer des dispositifs numériques engageants, pour renforcer l'engagement des jeunes publics et mettre en valeur le patrimoine dans une démarche innovante et inclusive.

4.2.2. Objectifs du guide

Ce guide de médiation numérique a pour objectifs de :

- Valoriser le patrimoine culturel du Musée National Boubou Hama ;
- Fournir au Musée National Boubou Hama un cadre méthodologique pour planifier et mettre en œuvre des dispositifs interactifs ;
- Faciliter l'utilisation d'outils numériques adaptés et accessibles pour améliorer l'expérience de visite des jeunes publics ;
- Assurer une médiation interactive et personnalisée, en renforçant l'engagement des visiteurs ;
- Soutenir les personnels du musée dans leurs activités de médiation culturelle grâce à des ressources numériques structurées.

4.2.3. Principes directeurs du guide

En référence aux résultats issus d'enquêtes auprès des jeunes publics et du personnel, et conformément à la définition révisée de l'ICOM (2022) qui positionne le musée comme une institution inclusive, accessible, éthique et durable, le présent guide préconise cinq principes directeurs que sont :

- Accessibilité : assurer la disponibilité des contenus en mode hors ligne et leur compatibilité avec des smartphones, des tablettes et des bornes interactives afin de

lever les barrières technologiques, géographiques et économiques, conformément aux recommandations de l'UNESCO pour la démocratisation de l'accès au patrimoine ;

- Pertinence culturelle : concevoir des contenus intégrant des références patrimoniales locales, valorisant le patrimoine culturel nigérien et présentés dans un langage adapté aux jeunes publics ;
- Interactivité : développer une scénarisation qui favorise l'action, la découverte et la participation active des jeunes publics, suivant les travaux de (Jarrier et Bourgeon-Renault, 2020) et en accord avec les approches participatives prônées par l'UNESCO dans le domaine du patrimoine numérique ;
- Soutenabilité : privilégier des solutions techniques robustes, à faible coût et simples à maintenir, conformément à la volonté de l'ICOM de promouvoir des pratiques muséales durables et à l'appel de l'UNESCO (2023) à utiliser des technologies adaptées aux contextes locaux ;
- Inclusivité : prendre en compte la diversité linguistique, cognitive et socio-économique des publics, afin de garantir à chacun une expérience équitable et enrichissante.

4.2.4 Contenus et formats numériques recommandés

Ce guide propose une sélection d'outils numériques et d'activités alignées sur les préférences exprimées par les jeunes publics lors de nos enquêtes et sur les ressources déjà disponibles au Musée National Boubou Hama. L'objectif est de développer des dispositifs à la fois attractifs, participatifs et techniquement réalistes, en suivant les cinq phases du cycle de vie de projet définies par le Project Management Institute (2021) : initiation, planification, exécution, suivi et clôture. Ce cadre méthodologique permet de structurer le projet en cinq phases interdépendantes, depuis l'analyse initiale des besoins jusqu'à la validation et la diffusion des dispositifs.

Tableau 3 : contenus et formats numériques recommandés par le présent guide de médiation numérique (source : auteur, 2025)

Etape	Actions clés	Outils recommandés	Activités adaptées	Livrables
Sélection des outils adaptés	Identifier les outils numériques pertinents en fonction des attentes du public et des ressources disponibles (bornes interactives, tablettes du musée, espaces d’animation)	Benchmark d’outils muséaux, consultation participative des jeunes	Séances de co-crédation avec des groupes de jeunes publics pour prioriser les fonctionnalités (ex : quiz, parcours gamifiés)	Liste validée des outils numériques prioritaires
Conception des contenus	Élaborer des scénarios immersifs intégrant les collections existantes du musée (objets ethnographiques, pièces archéologiques et le Zoo)	Applications mobiles/tablettes, QR code, réalité augmentée légère	Parcours thématiques interactifs basés sur les oeuvres, reconstitution virtuelle d’artefacts endommagés, visites virtuelles des pavillons d’exposition	Cahier des charges détaillé des contenus
Production multimédia	Créer des supports multimédias courts et engageants, en exploitant les ressources visuelles et sonores du musée	Vidéos immersives, podcasts, jeux éducatifs	Capsules vidéo présentant les coulisses du musée, missions culturelles gamifiées, enregistrements audio racontant l’histoire des objets	Contenus numériques prêts à être intégrés
Intégration et test	Installer les dispositifs dans les espaces existants (salles permanentes, espace pédagogique) et tester avec un panel de jeunes publics	Smartphones, tablettes, bornes interactives	Séances de test avec feedback en direct, vote pour les contenus préférés, ajustements immédiats	Dispositifs numériques opérationnels et documentés
Validation et déploiement	Ajuster les dispositifs selon les retours, lancer officiellement avec une stratégie de communication interne et externe	Affichage dans le musée, réseaux sociaux	Organisation d’événements de lancement (journée spéciale jeunes publics), concours mensuels en ligne	Dispositifs numériques opérationnels

4.2.5 Les moyens (matériels et techniques) et partenariat nécessaires à la mise en œuvre de la médiation numérique

La mise en œuvre d'une médiation numérique performante au Musée National Boubou Hama nécessite des moyens matériels, techniques et partenariaux soigneusement planifiés à l'avance. Ces ressources doivent être adaptées au contexte local et intégrées dans une stratégie progressive afin d'assurer la pérennité des dispositifs.

❖ Moyens matériels

La réussite d'un projet de médiation numérique repose en partie sur la disponibilité d'équipements adaptés, accessibles et faciles à utiliser :

- Équipements mobiles (tablettes et smartphones) :

Un lot restreint de 5 à 8 appareils (1 par pavillon) suffit pour des activités en petits groupes, ce qui réduit les coûts et facilite la gestion. Les appareils doivent être protégés par des housses anti-chocs et accompagnés de batteries externes (power banks) pour pallier les coupures électriques fréquentes.

- Ordinateur de gestion central :

Utilisé par le médiateur ou le responsable technique pour stocker, mettre à jour et organiser les contenus numériques (capsules vidéo, quiz, supports pédagogiques).

- Supports hybrides imprimés :

Fiches, cartes ou livrets intégrant des QR codes, permettant une articulation fluide entre supports papier et numérique. Ces supports constituent également une solution de repli en cas de panne technique.

- Connexion Internet minimale :

Même si pendant les visites, la connexion n'est pas indispensable parce que les contenus sont préchargés, elle reste indispensable pour mettre à jour les outils, télécharger de nouveaux contenus et partager les productions des jeunes sur les réseaux sociaux.

❖ Moyens techniques et organisationnels

L'intégration réussie de la médiation numérique exige également une organisation adaptée et des solutions techniques simples mais efficaces.

- Pour la production et la gestion des contenus, le musée peut utiliser des outils de création accessibles tels que :
 - les applications de montage vidéo gratuites ([InShot](#), [CapCut](#)) ;
 - les plateformes de quiz ([Kahoot](#), Quizizz) ;
 - les applications et logiciels gratuits pour la création de jeux ([Superpowers](#), [Godot Engine](#))
 - les générateurs de QR codes ([QR Code Generator](#), [QR code.io](#)).

Les contenus doivent être conçus pour être courts, ludiques et adaptés au public cible.

- Maintenance et mise à jour :

Un plan de suivi doit être établi pour vérifier régulièrement le fonctionnement des QR codes, actualiser les quiz et renouveler les vidéos.

Cette maintenance légère peut être confiée à un médiateur formé ou à un volontaire ayant des compétences numériques de base.

- Solutions énergétiques :

Étant donné les coupures électriques fréquentes, il est nécessaire de prévoir des batteries externes, voire des panneaux solaires portatifs pour assurer l'autonomie des équipements.

- Partenariats techniques :

Des collaborations avec des universités, des start-up locales et des ONG actives dans le domaine numérique ou éducatif peuvent fournir un soutien technique, de la formation, voire du matériel en prêt ou en don.

❖ Partenariats

La médiation numérique ne repose pas uniquement sur la technologie, mais aussi sur les compétences et l'engagement des personnes qui la mettent en œuvre.

La mobilisation partenaire est déterminante.

Tableau 4 : matrice valeur partenaires (source : auteur, 2025)

MATRICE VALEUR PARTENAIRES			
Partenaires	Apports	Valeur pour le Musée	Bénéfices pour le partenaire
Médiateurs culturels du Musée Boubou Hama	Animation des visites, sensibilisation des jeunes publics	Transmission du patrimoine par des approches interactives, mise en valeur des collections	Renforcement des compétences numériques, reconnaissance professionnelle
Enseignants (écoles publiques et privées)	Mobilisation des classes, articulation avec le programme scolaire	Augmentation de la fréquentation scolaire du musée	Outils numériques complémentaires pour l'enseignement
Étudiants et stagiaires	Production de contenus (capsules vidéo, quiz), appui logistique	Tarif forfaitaire	Apport de créativité et compétences numériques
Agence Nationale pour la Société de l'Information	Expertise technique	Soutien institutionnel, légitimation des initiatives numériques du musée	Visibilité accrue comme acteur clé du numérique au Niger
Incubateurs et start-up numériques	Appui technique, co-crédation d'applications simples,	Innovation locale adaptée au contexte nigérien	Débouchés pour leurs solutions numériques, visibilité
Ambassades et instituts culturels	Formations, ateliers numériques, prêts de matériel audiovisuel	Renforcement de la diplomatie culturelle	Visibilité diplomatique et rayonnement culturel
Organisations internationales (UNESCO, UNICEF...)	Financement de projets, production de ressources pédagogiques, accompagnement technique	Légitimité et inscription dans les standards internationaux de médiation culturelle	Mise en œuvre concrète de leur mandat éducatif et patrimonial

Conclusion

En conclusion de ce mémoire consacré à l'amélioration de l'expérience de visite des jeunes publics au Musée National Boubou Hama du Niger par la médiation numérique, il ressort clairement que la question de l'adaptation des dispositifs de médiation à ce public revêt une importance cruciale. Les résultats obtenus grâce aux observations, aux questionnaires et aux entretiens semi-directifs menés auprès des jeunes publics et du personnel du musée ont permis d'éclairer les besoins spécifiques des jeunes en matière de médiation culturelle, tout en mettant en évidence les limites des dispositifs traditionnels actuellement en place.

La déduction selon laquelle la médiation numérique constitue une solution optimale pour répondre à ces besoins s'appuie sur une compréhension approfondie des attentes des jeunes publics, de leur rapport au numérique et des contraintes institutionnelles et techniques du musée. Cette approche, combinant outils traditionnels et dispositifs numériques interactifs (jeux éducatifs, vidéos explicatives, parcours autonomes), offre une flexibilité et une attractivité essentielles pour enrichir l'expérience muséale, tout en favorisant l'engagement, l'apprentissage et l'appropriation du patrimoine.

L'introduction d'un guide pratique de médiation numérique, élaboré à partir des réalités locales et des attentes exprimées, représente un pas significatif vers une transformation progressive et durable des pratiques du musée. Cette démarche permet d'assurer une meilleure structuration des contenus, une diversification des supports et une implication accrue des jeunes publics dans le processus de découverte culturelle.

L'application concrète de ces recommandations ouvre des perspectives prometteuses pour le Musée National Boubou Hama du Niger, tout en constituant un modèle inspirant pour d'autres musées d'Afrique confrontés aux mêmes défis. Les retours d'expérience et les enseignements tirés de cette étude offrent ainsi des bases solides pour la mise en œuvre et la pérennisation d'une stratégie de médiation numérique adaptée, inclusive et durable.

En somme, ce mémoire a contribué à la résolution d'une problématique complexe en offrant des réponses concrètes et opérationnelles aux défis rencontrés par le Musée National Boubou Hama dans sa mission de valorisation et de transmission du patrimoine auprès des jeunes. L'approche proposée démontre la valeur de la recherche académique dans la création de solutions innovantes au service du patrimoine et ouvre la voie à de futures explorations dans le domaine de la médiation numérique muséale en Afrique.

Tout mémoire ayant des limites, le présent travail n'a pas manqué d'en avoir. Il convient de souligner que l'échantillon était restreint à un seul musée et à une tranche d'âge spécifique, ce qui pourrait ne pas refléter la diversité des jeunes publics dans d'autres contextes. De plus, les contraintes de temps et de moyens n'ont pas permis d'expérimenter les outils numériques recommandés. Dans cette perspective, il serait bénéfique d'élargir l'étude à

d'autres institutions muséales, à différents profils de publics et d'examiner la durabilité des dispositifs numériques recommandés sur le long terme.

Références bibliographiques

- Ouvrages

Aboudrar, B. et Mairesse, F. (2016). La médiation culturelle. Presses Universitaires de France.

Caune, J. (2012). Préface La médiation culturelle. Le sens des mots et l'essence des pratiques (pp. VII-XV). Québec : Presses de l'Université du Québec.

Desvallées, A. et Mairesse, F. (dir.). (2011). Dictionnaire encyclopédique de muséologie. Paris : Armand Colin.

Mairesse, F. (Éd.). (2022). Dictionnaire de muséologie. Armand Colin/ Dunod.

Montpetit, R. (2011). Dictionnaire encyclopédique de muséologie. Définition de Médiation. ICOM

Vidal, G. (2012). 3. La médiation numérique et les musées : Entre autonomie et prescription. In X. Galaup (Éd.), Développer la médiation documentaire numérique (p. 59-66). Presses de l'enssib. <https://doi.org/10.4000/books.pressesenssib.694>

- Articles de revue scientifique

Andreacola, F. (2014). Musée et numérique, enjeux et mutations. Revue française des sciences de l'information et de la communication, 5, Article 5. <https://doi.org/10.4000/rfsic.1056>

Badulescu, C., & de la Ville, V.-I. (2019). La médiation muséale au prisme du numérique. Revue française des sciences de l'information et de la communication, 16, Article 16. <https://doi.org/10.4000/rfsic.5581>

Baz, A.-L. (2015). La stratégie numérique du musée de la Civilisation. La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques, 162, Article 162. <https://doi.org/10.4000/ocim.1583>

Chabanne, J.-C. (2018). Jean Caune, La Médiation culturelle. Expérience esthétique et construction du Vivre-ensemble. Questions de communication, 33, Article 33. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.12856>

Eloundou, M. S. M. A., & Abba, O. M. (2019). Usages des TIC au musée national du Cameroun: Entre balbutiements et pistes de développement. Les Cahiers du numérique, 15(1), 145-179.

Jarrier, E., & Bourgeon-Renault, D. (2020). L'enrichissement de l'expérience de visite muséale par l'utilisation d'outils interactifs de médiation: Décisions Marketing, N° 97(1), 87-101. <https://doi.org/10.7193/DM.097.87.101>

Lettre du Comité national français (2005). Le patrimoine immatériel, quels enjeux pour les musées ? Lettre de l'ICOM, n° 29.

Mairesse, F. (2020). Claire Merleau-Ponty. Le Jeune Public au musée. Culture & Musées. Muséologie et recherches sur la culture, 35, Article 35. <https://doi.org/10.4000/culturemusees.5261>

Nasr, I. B., Hallem, Y., & Lagier, J. (2017). Quel est le rôle de l'application mobile dans la valorisation de l'expérience muséale ? Management & Avenir, 92(2), 87-108. <https://doi.org/10.3917/mav.092.0087>

Paquin, M., & Lemay-Perreault, R. (2016). Typologie des médiations muséales : Des logiques d'intervention au registre d'actions culturelles. Muséologies: Les cahiers d'études supérieures, 8(2), 121. <https://doi.org/10.7202/1050764ar>

Quintas, E., Lagueux, S., Fortant, E., Strauss, H., Hamel, A., Martet, S., & Calderón, F. (2022). ÉQUIPE DE RÉALISATION.

Tapsoba, L. (2021). Technologies de l'information et valorisation du patrimoine culturel et touristique africain : Le cas du site classé UNESCO des « ruines de Loropéni » au sud-ouest du Burkina Faso. Téoros : revue de recherche en tourisme, 40(2). <https://doi.org/10.7202/1084556ar>

- Mémoires et Thèses

Diego-Siles, C. (2024). Le numérique dans la médiation des musées d'histoire et des lieux patrimoniaux : Une étude comparative entre Montréal et Paris.

Massat, A. (2023). Médiations à destination du jeune public : Quel levier pour penser un musée plus inclusif à destination de tous les publics ?

Meherzi, P. K. (2021). Art et médiation numérique : Dispositif de diffusion et de création pour atelier de calligraphie arabe.

Lawson, J. (2020). La valorisation du patrimoine matériel dans les musées ouest-africain : conception d'une stratégie d'e-médiation culturelle.

Lawson, Jean-Paul C. (2024). Digital conservation, valorization and circulation of European and African heritage : perspectives on civilization museums and West Africa. PhD thesis, University of Warwick.

Pecque, A. (2014). La médiation culturelle pour les jeunes publics au sein des musées d'art : Un outil d'affirmation identitaire et d'individualisation.

- Webographie

Alexandre. (2024). Le guide ultime de la médiation culturelle numérique [Blog]. Blober. <https://blober.app/blog/le-guide-ultime-de-la-mediation-culturelle-numerique-34> . Consulté le 05 juillet 2025 à 12:28:35

Bibliographie sur la médiation culturelle. (s. d.). Consulté le 25 août 2025, à l'adresse <https://edutheque.philharmoniedeparis.fr/bibliographie-sur-la-mediation-culturelle.aspx?lg=fr-FR>

Calmon, H. (2020, mars 6). La médiation numérique : Origine et enjeux - Nell & Associés. Nell & Associés. <https://nell-associés.com> . Consulté le 10 mai 2025 à 22:25:11

ECA. (2022). Le patrimoine culturel africain, une opportunité pour stimuler la croissance économique | Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique. <https://www.uneca.org/stories/africa%E2%80%99s-cultural-heritage,-an-opportunity-to-boost-economic-growth> . Consulté le 12 mai 2025 à 08:36:36

ICOM. (2022). L'ICOM approuve une nouvelle définition de musée. International Council of Museums. <https://icom.museum/fr/news/licom-approuve-une-nouvelle-definition-de-musee/> . Consulté le 13 août 2025 à 20:53:05

Julien, D. (2013). Les Stratégies Numériques Des Musées PDF | PDF | Musée | Technologies de l'information et de la communication. Scribd. <https://fr.scribd.com/doc/183506376/Les-Strategies-Numeriques-des-Musees-pdf> . Consulté le 20 mai 2025 à 11:02:24

Ketelaers, Q. (2025, février 14). Pourquoi et comment digitaliser la visite d'un musée ? Qweekle. <https://www.qweekle.com/blog/digitalisation-musees/> . Consulté le 19 mai 2025 à 13:54:37

Kostyk, A., Cowan, K., Dessart, L., & Schyns, M. (2024, novembre 25). Musées et réalité virtuelle : Une nouvelle ère pour la culture ? The Conversation. <http://theconversation.com/musees-et-realite-virtuelle-une-nouvelle-ere-pour-la-culture-232080> . Consulté le 11 mai 2025 à 10:43:36

Marta. (2023, juin 1). Comment créer une stratégie de contenu numérique ? Publuu. <https://publuu.com/fr/knowledge-base/strategie-de-contenu-numerique/> . Consulté le 19 mai 2025 à 13:32:59

Moussissa, N.-W. (2023). Sites touristiques africains en péril. L'Unesco s'inquiète – DW – 27/09/2023. dw.com. <https://www.dw.com/fr/sites-touristiques-africains-en-p%C3%A9ril-lunesco-sinqui%C3%A8te/a-66943019> . Consulté le 13 mai 2025 à 19:45:40

MySmartJourney. (2022). Comment intégrer la médiation culturelle dans les musées. MySmartJourney. [https://mysmartjourney.com//post/\[blogPost\]](https://mysmartjourney.com//post/[blogPost])]. Consulté le 12 mai 2025 à 11:27:06

MySmartJourney. (2025). Capter l'attention des visiteurs durant un parcours ludique | MySmartJourney.

<https://mysmartjourney.com/fr-fr/post/capter-lattention-des-visiteurs-durant-un-parcours> .

Consulté le 13 mai 2025 à 18:24:07

PandaSuite. (2024). Réinventer l'expérience muséale avec la médiation numérique.

PandaSuite. <https://pandasuite.com/fr/blog/mediation-numerique-musee/> . Consulté le 17

mai 2025 à 15:08:07

Taboo, creative. (2023, décembre 2). La stratégie digitale : Clé de voûte de la promotion culturelle en Afrique.

<https://taboo-creative.com/carnet-de-voyage/la-strategie-digitale-cle-de-voute-de-la-promotion-culturelle-en-afrique/> . Consulté le 20 mai 2025 à 00:40:36

Unesco. (2023). À L'HORIZON | UNESCO. <https://www.unesco.org/fr/articles/lhorizon-0>

. Consulté le 12 mai 2025 à 12:33:03

Unesco. (2023). L'UNESCO lance un appel urgent en faveur d'une utilisation judicieuse.

<https://www.unesco.org/fr/articles/lunesco-lance-un-appel-urgent-en-faveur-dune-utilisation-judicieuse-des-technologies-dans-leducation>. Consulté le 14 août 2025 à 16:29:59

Unesco. (2025). Workshop : Digital Technologies to Empower World Heritage in Africa.

UNESCO World Heritage Centre. <https://whc.unesco.org/en/events/1802/>. Consulté le 13 mai 2025 à 18:38:30

Listes des illustrations

Figure 1 : carte zone de Niamey, Moussa HALADOU, 2025.	14
Figure 2 : organigramme du Musée National Boubou Hama, auteur, 2025.	15
Figure 3 : répartition des réponses des jeunes publics concernant leur compréhension des explications relatives aux objets exposés au Musée.	23
Figure 4 : répartition des réponses des jeunes publics concernant leur compréhension des explications relatives aux objets exposés au Musée.	24
Figure 5 : répartition des réponses des jeunes publics concernant leur désir de revenir au musée ou non	25
Figure 6 : répartition des réponses des jeunes à la question aimerais-tu utiliser une tablette ou un téléphone pendant ta prochaine visite au musée.	26
Figure 7 : répartition des réponses des jeunes à la question qu'aimerais-tu faire avec une tablette ou un téléphone au musée	26
Figure 8 : réponses des jeunes publics concernant la manière dont ils préfèrent faire leur prochaine visite au Musée.	27
Figure 9 : répartition des préférences d'activités souhaitée par les jeunes publics lors des prochaines visites au musée.	28
Figure 10 : image du plan du Musée National Boubou Hama du Niger	57
Figure 11 : collections ethnographiques au pavillon classique du Musée National Boubou Hama du Niger	58
Figure 12 : costume ethnie Haoussa	59
Figure 13 : costume ethnie Zarma	60
Figure 14 : costume ethnie Touaregue	60
Figure 15 : costume ethnie Gourmantché	61
Figure 16 : costume traditionnel porté par le premier Président de la République du Niger Diori Hamani	61
Figure 17 : instrument de musique au Musée National Boubou Hama du Niger	62
Figure 18 : ossement de dinosaure au Musée National Boubou Hama du Niger	63
Figure 19 : collections archéologiques découvertes au nord et au niveau de la vallée moyenne du Niger.	65

Liste des tableaux

Tableau 1 : Centres de documentation et plateformes numériques consultés (source : auteur, 2025)	17
Tableau 2 : récapitulatif de l'échantillon d'étude (source : auteur, 2025)	20
Tableau 3 : contenus et formats numériques recommandés par le présent guide de médiation numérique (source : auteur, 2025)	38
Tableau 4 : matrice valeur partenaires (source : auteur, 2025)	41
Tableau 5 : grille d'observation (source : auteur)	54

Annexes

Annexes 1 : Questionnaire, guide d'entretien et grille d'observation

A- Questionnaire à l'endroit des publics jeunes

Bonjour

Dans le cadre de la rédaction de notre mémoire de fin de master à l'Université Senghor à Alexandrie (Egypte), nous faisons un travail spécial sur le musée et nous aimerions beaucoup avoir ton avis.

Tes réponses vont nous aider à rendre le musée encore plus amusant et intéressant pour les enfants comme toi.

Quel âge as-tu? (coche ta réponse)

- ☐ 10 ans
- ☐ 11 ans
- ☐ 12 ans
- ☐ 13 ans
- ☐ 14 ans
- ☐ 15 ans

Es-tu un garçon ou une fille? (coche ta réponse)

- ☐ Garçon
- ☐ Fille

1- Es-tu déjà venu(e) au Musée National Boubou Hama avant aujourd'hui?

- ☐ Oui
- ☐ Non

2- Avec qui es-tu venu(e) au musée aujourd'hui?

- ☐ Seul
- ☐ Avec mon école
- ☐ Avec mes parents
- ☐ Avec d'autres membres de ma famille
- ☐ Avec des amis

Autre

:

.....
.....

3- Comment te sens-tu pendant ta visite au musée? (coche la réponse qui correspond le mieux à ce que tu ressens)

- ☐ Très content(e)
- ☐ Content(e)
- ☐ Ni content(e), ni pas content(e)
- ☐ Pas content(e)
- ☐ Pas du tout content(e)

4- As-tu compris les explications sur les objets du musée? (coche ta réponse)

- ☐ Oui, tout
- ☐ Oui, presque tout
- ☐ Seulement quelques explications
- ☐ Non, je n'ai pas compris

5- Qu'est-ce qui t'a aidé à comprendre les objets du musée? (Tu peux cocher plusieurs réponses)

- ☐ Les explications du guide
- ☐ Les panneaux avec du texte
- ☐ Les images et les dessins
- ☐ Les objets que j'ai pu voir

Autre :

.....
.....

6- Peux-tu me dire une chose que tu as apprise au musée?

.....
.....
.....
.....
.....

7- Aimerais-tu revenir au musée? (coche ta réponse)

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Je ne sais pas

8- Aimes-tu utiliser des tablettes, des téléphones ou des ordinateurs? (coche ta réponse)

- ☐ Oui, beaucoup
- ☐ Oui, Un peu
- ☐ Non, pas vraiment

9- Aimerais-tu utiliser une tablette ou un téléphone pendant ta visite au musée? (coche ta réponse)

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Je ne sais pas

10- Qu'est-ce que tu aimerais faire avec une tablette ou un téléphone au musée? (Tu peux cocher plusieurs réponses)

- ☐ Jouer à des jeux sur les objets du musée
- ☐ Regarder des vidéos qui expliquent les objets
- ☐ Prendre des photos
- ☐ Résoudre des énigmes et des mystères
- ☐ Écouter des histoires sur les objets

Autre :

.....
.....

11- Comment préfères-tu faire tes prochaines visites au musée? (coche ta réponse)

- ☐ Avec un guide qui explique tout
- ☐ Avec tes parents ou tes professeurs
- ☐ Tout(e) seul(e) avec une tablette ou un téléphone
- ☐ En faisant des jeux et des activités

12- Si le musée proposait ces activités avec une tablette, lesquelles aimerais-tu faire? (coche tes 3 préférées)

- ☐ Une chasse au trésor dans le musée
- ☐ Des jeux sur tablette pour découvrir les objets
- ☐ Des histoires racontées par des personnages animés
- ☐ Des puzzles et des énigmes à résoudre
- ☐ Des vidéos qui montrent comment les objets étaient utilisés
- ☐ Des quiz pour tester ce que tu as appris
- ☐ Créer ton propre dessin ou histoire sur les objets du musée

13- Aimerais-tu en apprendre plus sur les objets du musée après ta visite? (coche ta réponse)

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Je ne sais pas

14- Si oui, comment aimerais-tu continuer à découvrir le musée après ta visite? (Tu peux cocher plusieurs réponses)

- ☐ Avec un jeu sur l'ordinateur ou la tablette à la maison
- ☐ Avec un livre ou un cahier d'activités
- ☐ En regardant des vidéos
- ☐ En parlant avec tes amis ou ta famille
- ☐ En revenant au musée

Autre :
.....
.....

B- Guide d'entretien pour le personnel du musée

Madame, Monsieur,

Dans le cadre de la rédaction de notre mémoire de fin de master à l'Université Senghor à Alexandrie, intitulé « Amélioration de l'expérience des jeunes publics au Musée National Boubou Hama du Niger par la médiation numérique : diagnostic et recommandations opérationnelles », nous sollicitons votre collaboration.

Nous vous serions reconnaissants de bien vouloir répondre aux questions suivantes, qui visent à mieux comprendre les pratiques actuelles, les besoins et les perspectives de développement de la médiation numérique au sein de votre institution.

1. Pouvez-vous vous présenter et me parler de votre rôle au sein du Musée National Boubou Hama?
2. Depuis combien de temps travaillez-vous dans ce musée et quelles sont vos

principales responsabilités?

3. Quelle formation avez-vous suivie en lien avec la médiation culturelle ou muséale?
4. Pouvez-vous décrire les différentes activités de médiation que vous proposez actuellement aux jeunes publics (10-15 ans)?
5. Quels sont les dispositifs ou supports que vous utilisez pour faciliter la compréhension des collections par les jeunes publics?
6. Comment adaptez-vous votre discours et vos activités en fonction de l'âge des enfants, notamment pour les 10-15 ans?
7. Quels sont les thèmes ou les objets des collections qui suscitent le plus d'intérêt chez les jeunes publics?
8. Comment évaluez-vous l'efficacité de vos actions de médiation auprès des jeunes publics?
9. D'après votre expérience, quelles sont les principales attentes des jeunes publics (10-15 ans) lorsqu'ils viennent au musée?
10. Quelles sont les principales difficultés que vous observez chez les jeunes publics dans leur compréhension des collections?
11. Comment percevez-vous l'évolution des comportements et des attentes des jeunes publics ces dernières années?
12. Quels sont, selon vous, les facteurs qui favorisent l'engagement et l'intérêt des jeunes publics pendant leur visite?
13. Utilisez-vous actuellement des outils numériques dans vos activités de médiation? Si oui, lesquels et comment?
14. Quelle est votre perception du potentiel des outils numériques pour améliorer l'expérience de visite des jeunes publics?
15. Quels types de dispositifs numériques vous sembleraient les plus adaptés au contexte du Musée National Boubou Hama et aux jeunes publics nigériens?
16. Selon vous, quels contenus numériques seraient les plus pertinents pour valoriser les collections auprès des jeunes publics?
17. Quels sont les principaux obstacles ou contraintes que vous identifiez pour la mise en place d'outils de médiation numérique au sein du musée?
18. Ces obstacles sont-ils d'ordre technique, financier, humain ou organisationnel? Pouvez-vous préciser?
19. Quelles sont les opportunités ou les ressources existantes sur lesquelles le musée pourrait s'appuyer pour développer la médiation numérique?
20. Avez-vous connaissance d'initiatives de médiation numérique dans d'autres institutions culturelles au Niger ou en Afrique de l'Ouest qui pourraient servir d'inspiration?
21. Vous sentez-vous suffisamment formé(e) pour utiliser des outils numériques dans vos activités de médiation?
22. Quels seraient vos besoins en termes de formation pour vous approprier ces nouveaux outils?
23. Comment envisagez-vous l'évolution de votre métier avec l'intégration du numérique dans les pratiques de médiation?
24. Si vous aviez carte blanche et des ressources illimitées, quels dispositifs de médiation numérique mettriez-vous en place pour les jeunes publics?
25. Quelles recommandations feriez-vous pour une intégration réussie du numérique dans les pratiques de médiation du musée?

26. Comment imaginez-vous le Musée National Boubou Hama dans 5 ans en termes de médiation pour les jeunes publics?
27. Souhaitez-vous ajouter quelque chose concernant la médiation numérique ou l'expérience des jeunes publics au musée?

C- Grille d'observation

Tableau 5 : grille d'observation (source : auteur)

Critère observé	Indicateur/Description	Oui/Non/NA	Commentaires/Exemples
Accueil des jeunes	Les enfants sont-ils accueillis de façon adaptée?		
Compréhension des consignes	Les enfants comprennent-ils facilement les explications?		
Intérêt pour les objets	Les enfants montrent-ils de la curiosité pour les objets?		
Interaction avec les supports	Les enfants utilisent-ils les supports numériques proposés?		
Participation active	Les enfants posent-ils des questions ou participent-ils?		
Attention/Concentration	Les enfants restent-ils attentifs pendant la visite?		
Comportement en groupe	Les enfants échangent-ils entre eux sur les contenus?		
Satisfaction apparente	Les enfants semblent-ils satisfaits ou enthousiastes ?		
Difficultés rencontrées	Des obstacles ou incompréhensions sont-ils observés?		
Suggestions/Observations libres	Autres remarques utiles pour améliorer l'expérience		

Annexes 2 : Résultat des entretiens

Dans le cadre de ce mémoire, sept (07) personnels du musée ont été interviewés. Ce [lien](#) donne accès à la retranscription de l'ensemble des entretiens.

Annexes 3 : Images du Musée National Boubou Hama du Niger



Figure 10 : image du plan du Musée National Boubou Hama du Niger

Source : Musée National Boubou Hama, 2023

PAVILLON CLASSIQUE



Figure 11 : collections ethnographiques au pavillon classique du Musée National Boubou Hama du Niger

Source : Musée National Boubou Hama, 2023

PAVILLON DES COSTUMES TRADITIONNELLES



Figure 12 : costume ethnique Haoussa

Source : Musée National Boubou Hama, 2023



Figure 13 : costume ethnique Zarma

Source : Musée National Boubou Hama, 2023



Figure 14 : costume ethnique Touaregue

Source : Musée National Boubou Hama, 2023



Figure 15 : costume ethnique Gourmantché

Source : Musée National Boubou Hama, 2023



Figure 16 : costume traditionnel porté par le premier Président de la
République du Niger Diori Hamani

Source : Musée National Boubou Hama, 2023

PAVILLON DES INSTRUMENTS DE MUSIQUE



Figure 17 : instrument de musique au Musée National Boubou Hama du Niger

Source : Musée National Boubou Hama, 2023

PAVILLON DE LA PALEONTOLOGIE



Figure 18 : ossement de dinosaure au Musée National Boubou Hama du Niger

Source : Musée National Boubou Hama, 2023

MAUSOLEE DE L'ARBRE DU TENERE



PAVILLON DE L'ARCHEOLOGIE



Figure 19 : collections archéologiques découvertes au nord et au niveau de la vallée moyenne du Niger.

Source : Musée National Boubou Hama, 2023

PAVILLON DE L'URANIUM



PAVILLON DU PETROLE



PAVILLONS D'ARCHITECTURE EN TERRE

