

Les outils numériques et les réseaux sociaux au service de la médiation

L'usage actuel des réseaux sociaux conduit les professionnels du secteur culturel à repenser leurs pratiques de médiation et à interroger la manière dont ils entrent en relation avec leurs publics.

En s'appuyant sur l'étude de nombreux exemples, cette formation proposera un état des lieux des pratiques actuelles de la médiation numérique.

Elle apportera des repères méthodologiques pour concevoir des projets et des outils répondant efficacement aux modalités de fonctionnement des plateformes numériques, tout en demeurant respectueux des spécificités de chaque structure, du sens et de l'intention de ses projets.

Bulletin d'inscription
sur www.cipac.net
Renseignements :
formation@cipac.net
01 44 79 10 85

Siret 415 293 208 00054
Organisme de formation
no 11 75 39734 75
Référéncé au Datadock
TVA non applicable
en vertu de l'article 261-4°-4°-a
5° alinea du CGI

PUBLICS

La formation s'adresse à toute personne en charge ou associée au développement des publics et à la médiation d'un projet ou d'un établissement.

DOMAINES DE COMPÉTENCES

PROFESSIONNELLES

- Médiation
- Communication
- Multimédia / réseaux sociaux

PRÉ-REQUIS

Professionnels d'au moins un an d'expérience dans les domaines de compétences précités.

FORMACODE® : 44527

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- Transmission de documents pédagogiques (déroulé de formation, références bibliographiques, outils de travail...).
- Observation de cas concrets et de sujets d'actualités.
- Ateliers et exercices de mise en pratique.
- Supports vidéo projetés.

ATTESTATION DE FORMATION

Il sera demandé au stagiaire de signer une feuille d'émargement par demi-journée. Une attestation de formation lui sera remise à l'issue du programme s'il en a suivi l'intégralité avec assiduité.

MÉTHODE D'ÉVALUATION

Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances ou les gestes professionnels précisés par les objectifs du programme, il complètera une évaluation des acquis de la formation. Un questionnaire de satisfaction lui sera également soumis.

EFFECTIFS FORMÉS

Cette formation est organisée pour un effectif maximal de 15 stagiaires.

CONTENU

1/ Publics, lieux et médiation

- Repères pour une typologie des publics et des lieux culturels.
- Chiffres clés des usages numériques et lecture critique des données.
- Médiation physique versus médiation numérique : continuités et ruptures.

2/ Spécificités actuelles de la médiation numérique

- Temporalités numériques : immédiateté, asynchronie, durée.
- Plateformes et logiques des algorithmes : visibilité, rythme, attention.
- Sobriété numérique et cohérence éditoriale.

3/ Méthodologie de conception d'un projet de médiation numérique

- Panorama des formats de médiation : texte, image, son, vidéo et formats.
- Les réseaux sociaux comme espaces éditoriaux : usages, contraintes et opportunités.
- L'articulation entre l'événement, la programmation et la médiation numérique.

4/ Nouveaux relais et collaborations éditoriales

- Panorama des créateurs de contenus culturels.
- Pertinence des collaborations : au-delà des indicateurs de visibilité.
- Modalités de collaboration : éthique, attentes, temporalité...

5/ Les enjeux émergents

- Responsabilité, accessibilité, inclusion, fatigue informationnelle.

6/ Rôle et posture du médiateur face aux technologies émergentes : Intelligence artificielle (IA), chatbots, réalités immersives

- Panorama des usages actuels de l'intelligence artificielle dans le champ culturel.
- Chatbots et agents conversationnels : bénéfiques, limites et enjeux.
- Réalité virtuelle, augmentée et dispositifs immersifs : apports et pertinence.
- IA générative : usages possibles, limites et vigilance critique.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de :

- Concevoir une stratégie de médiation numérique adaptée à l'identité de sa structure et de ses publics.
- Déployer des outils numériques de médiation pertinents, sobres et efficaces.
- Améliorer ses collaborations avec les créateurs de contenu humains, ou virtuels.

FORMATRICE

Annabelle Oliveira • Consultante en communication.

INFORMATIONS PRATIQUES

Dates : mercredi 3, jeudi 4 et vendredi 5 juin 2026
Durée : 3 jours, soit 21 heures de formation au total
Frais de formation : 990 euros coût net
Horaires : 10h-13h et 14h-18h
Lieu : Paris - République