



HAL
open science

L'utilisation du numérique dans le spectacle vivant : l'appropriation de l'œuvre à partir d'un dispositif de médiation culturelle

Monica Paredes

► To cite this version:

Monica Paredes. L'utilisation du numérique dans le spectacle vivant : l'appropriation de l'œuvre à partir d'un dispositif de médiation culturelle. Art et histoire de l'art. Université Rennes 2, 2023. Français. NNT : 2023REN20044 . tel-04468938

HAL Id: tel-04468938

<https://theses.hal.science/tel-04468938>

Submitted on 20 Feb 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

THÈSE DE DOCTORAT DE

L'UNIVERSITE RENNES 2

ECOLE DOCTORALE N° 595

Arts, Lettres, Langues

Spécialité : *Arts du spectacle*

Par

Monica PAREDES

**L'utilisation du numérique dans le spectacle vivant :
l'appropriation de l'œuvre à partir d'un dispositif de médiation culturelle.**

Thèse présentée et soutenue à Rennes, le 8 décembre 2023

Unité de recherche : Arts : Pratiques et Poétiques

Rapporteurs avant soutenance :

Marie-Christine BORDEAUX Professeure, Université Grenoble Alpes
Hervé GUAY Professeur, Université du Québec à Trois-Rivières

Composition du Jury :

Examineurs : Marie-Christine BORDEAUX Professeure, Université Grenoble Alpes
Hervé GUAY Professeur, Université du Québec à Trois-Rivières
Sophie LUCET Professeure, Université Rennes 2
Christine PETR Professeure, Université de Bretagne Sud
Pascal PLANTARD Professeur, Université Rennes 2

Dir. de thèse : Marion DENIZOT Professeure, Université Rennes 2

THÈSE DE DOCTORAT DE

L'UNIVERSITÉ RENNES 2

ECOLE DOCTORALE N° 595

Arts, Lettres, Langues

Spécialité : *Arts du spectacle*

Par

Monica PAREDES

**L'utilisation du numérique dans le spectacle vivant :
l'appropriation de l'œuvre à partir d'un dispositif de
médiation culturelle.**

Thèse présentée et soutenue à Rennes, le 8 décembre 2023

Unité de recherche : Arts : Pratiques et Poétiques

Rapporteurs avant soutenance :

Marie-Christine BORDEAUX Professeure, Université Grenoble Alpes
Hervé GUAY Professeur, Université du Québec à Trois-Rivières

Composition du Jury :

Examineurs : Marie-Christine BORDEAUX Professeure, Université Grenoble Alpes
Hervé GUAY Professeur, Université du Québec à Trois-Rivières
Sophie LUCET Professeure, Université Rennes 2
Christine PETR Professeure, Université de Bretagne Sud
Pascal PLANTARD Professeur, Université Rennes 2

Dir. de thèse : Marion DENIZOT Professeure, Université Rennes 2

REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à remercier ma directrice de recherche Marion Denizot pour avoir accepté de suivre ce projet. Sa sincérité, son soutien et la confiance qu'elle m'a accordée m'ont permis de mener à bien mes recherches tout au long de ces années de thèse.

Je souhaite également exprimer mes remerciements aux membres du comité de suivi individuel (CSI), Sophie Lucet et Christine Petr, pour leurs conseils pertinents qui ont été d'une aide précieuse.

Cette thèse n'aurait pu voir le jour sans la coopération des acteurs de structures du spectacle vivant. Je remercie Chrystel Folcher du Théâtre des Champs Élysées, Perrine Cadiou du Théâtre national de Bretagne, Rozenn Chambard et Marion Etienne de l'Opéra de Rennes, Margaux Licois du Phénix - scène nationale de Valenciennes. Mes remerciements vont également à l'équipe de l'unité de recherche Arts: Pratiques et Poétiques, ainsi qu'à Gwendoline Landais, doctorante à l'Université de Rennes 2, pour sa contribution à la construction de mon corpus à travers ses projets de recherche.

Je tiens à exprimer ma gratitude envers les professionnels du spectacle vivant avec lesquels j'ai eu l'occasion d'échanger au cours de ces années de thèse. Leurs expertises et leurs expériences pratiques sur le terrain ont grandement enrichi mes réflexions.

Un grand merci également aux participants des activités de médiation, qui ont partagé leurs expériences en tant que spectateurs et leurs regards sur les dispositifs numériques.

Je tiens à exprimer ma reconnaissance envers toutes les personnes qui ont contribué de quelque manière que ce soit à cette thèse et qui m'ont encouragée à surmonter mes doutes pour enfin aboutir à ce travail achevé. Mes amies Alizée, Laetitia, Manon, Xiomara qui ont lu une partie de cette thèse et qui m'ont fait profiter de leurs remarques et conseils. Merci à Guillaume Fortin qui a gentiment accepté d'effectuer les dernières relectures et corrections du texte ainsi qu'à Valérie de Montvallon.

Enfin, mes pensées vont naturellement à ma famille qui, malgré la distance qui nous sépare, m'a encouragée, écoutée et accompagnée durant mes moments de joie comme d'angoisse.

TABLE DE MATIÈRES

REMERCIEMENTS.....	3
TABLE DE MATIÈRES.....	5
INTRODUCTION.....	9
La digitalisation de la société.....	9
La médiation culturelle à l'ère du numérique : enjeux et mutations des pratiques culturelles	11
Le numérique dans les institutions culturelles du spectacle vivant : interrogations et perspectives de développement des publics.....	13
Les mutations de la médiation culturelle : nouvelles pratiques, nouveaux liens avec les publics.....	17
Hypothèses.....	22
Terrain d'étude.....	25
Comprendre l'interprétation et l'appropriation d'une œuvre dans la médiation culturelle numérique.....	26
Plan.....	30
PARTIE I	
LES MUTATIONS DES PRATIQUES CULTURELLES ET DE LA MÉDIATION CULTURELLE À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE.....	33
Chapitre 1	
LE DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS : VERS LA MÉDIATION CULTURELLE... 35	
1.1 Introduction.....	35
1.2 La revendication d'un théâtre d'art.....	36
1.2.1 Le développement de la culture comme service public.....	40
a) Pour un élargissement des publics.....	40
b) Des études des publics à la sociologie de la réception.....	48
1.3 Repenser la démocratisation culturelle : le rôle essentiel de la médiation culturelle...51	
1.3.1 Contexte d'apparition de la médiation culturelle : pour un développement de la culture.....	55
1.3.2 Les enjeux de la médiation culturelle.....	60
1.3.3 La construction d'un espace pour la médiation culturelle.....	65
Conclusion.....	67
Chapitre 2	
CULTURE DU NUMÉRIQUE : DES PRATIQUES CULTURELLES MODIFIÉES ?.. 71	
2.1 Introduction.....	71
2.2 De l'Internet à la culture numérique : quels changements pour la médiation culturelle ?	72
2.3 Usages et pratiques culturelles bouleversés.....	78
2.4 La médiation culturelle à l'ère numérique : les enjeux des dispositifs numériques.....	90
Conclusion.....	97

PARTIE II

FORMES D'INTERPRÉTATION ET D'APPROPRIATION DE L'ŒUVRE, DES ESPACES MODIFIÉS POUR LA MÉDIATION CULTURELLE..... 103

Chapitre 1

LES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES COMME OUTILS DE MÉDIATION CULTURELLE..... 105

1.1 Introduction.....	105
1.2 Le transmédia, une stratégie de médiation culturelle à partir de la participation.....	108
1.2.1 Deux cas d'étude de transmédia dans l'univers de l'opéra.....	113
1.2.2 Mise en place des projets.....	114
a) Projet transmédia L'Odyssee de Pénélope.....	114
b) Projet transmédia Katia Kabanovà.....	118
1.2.3 Méthodologie et protocole d'enquête des projets transmédia.....	121
1.2.4 L'enjeu théorique de la participation : le double rôle, créateur et participant... 123	
1.3 L'expérience d'immersion en 360° dans le cadre de l'observation d'un processus de création : entre le réel et le virtuel.....	140
1.3.1 Les dispositifs autour du processus de création.....	143
a) Casque de réalité virtuelle (Immersion en 360°).....	143
b) Dispositif de médiation (Pause théâtre).....	144
1.3.2 Méthodologie et protocole d'enquête du projet Argos/Mednum.....	145
1.3.3 Découvrir le processus de création d'une œuvre via un outil numérique.....	148
a) La relation au théâtre (lieu et pratique artistiques), à l'artiste et à son univers	150
b) La relation au dispositif d'immersion en 360° et aux dispositifs numériques en général.....	150
c) La relation de l'expérience en immersion en lien avec l'œuvre.....	153
d) La relation entre les dispositifs et la pratique artistique.....	157
Conclusion.....	158

Chapitre 2

LES EFFETS DES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES DANS L'APPROPRIATION DE L'ŒUVRE.....163

2.1 Introduction.....	163
2.2 De l'interprétation à l'appropriation de l'œuvre via un dispositif numérique.....	167
2.3 Des espaces modifiés : entre le réel et le virtuel.....	179
Conclusion.....	185

PARTIE III

LE DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS EN LIGNE..... 189

Chapitre 1

LA CAPACITÉ DES INSTITUTIONS À RENOUVELER LES PUBLICS PAR LE NUMÉRIQUE..... 191

1.1 Introduction.....	191
2.1 Le spectacle vivant connecté : étude de cas du Phénix de Valenciennes.....	195
2.2 Analyse de l'étude de cas du Phénix.....	204
a) Pratique culturelle en général (avant le confinement).....	204
b) Relation avec la structure.....	208

c) Propositions numériques et captations de spectacles.....	217
3.1 Résultats principaux de l'enquête.....	241
Chapitre 2	
LES ENJEUX DE LA PARTICIPATION ET DE LA DÉMOCRATISATION.....	247
4.1 Introduction.....	247
4.2 L'illusion d'élargissement des publics grâce au numérique.....	249
4.3 Des propositions en ligne pendant et après le confinement. Les captations de spectacles comme option pour élargir le public.....	254
4.3.1 Vers un développement de captations de spectacle vivant.....	255
4.3.2 Quelle stratégie pour accompagner les structures culturelles ?.....	258
Conclusion.....	260
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	265
Réinventer la médiation culturelle à l'ère numérique.....	268
Une meilleure appropriation de l'œuvre.....	270
La création d'espaces hybrides.....	274
Accompagner la transition numérique dans le spectacle vivant : l'importance d'une évaluation systématique des dispositifs.....	276
Défis et opportunités de la médiation culturelle numérique dans le spectacle vivant : implication des équipes, obstacles et perspectives.....	277
Pistes de recherche.....	278
BIBLIOGRAPHIE.....	281
GLOSSAIRE.....	301
ANNEXES.....	303
Table des annexes.....	303
Annexe 1 - Grille d'entretien des projets transmédia.....	304
Annexe 2 - Entretien participants des projets transmédia.....	305
Annexe 3 - Entretien par questionnaire participants des projets transmédia.....	306
Annexe 4 - Grille d'entretien projet Argos/Mednum.....	307
Annexe 5 - Questionnaire distribué par le Phénix – scène nationale de Valenciennes.....	309

INTRODUCTION

L'objet de cette thèse est d'explorer la création de nouveaux dispositifs culturels liés au numérique et d'évaluer leur pertinence pour le développement des publics. Nous avons le sentiment que dans les établissements du spectacle vivant, nous faisons face à une résistance au changement et à la mise en place d'actions culturelles novatrices et numériques qui visent la sensibilisation des publics. Ces craintes se fondent sur le sentiment que, l'art étant vivant, viscéral et dionysiaque, l'outil numérique nuirait à la relation avec les publics et à la réception de l'œuvre car il n'y aurait pas un contact direct avec les artistes, la salle ou la création. Néanmoins, Patrice Pavis¹ estime que l'exposition quotidienne aux médias (téléphone, télévision, vidéo, ordinateur...) influe notre manière de percevoir et de conceptualiser la réalité. Il rappelle que « nos habitudes de perception ont changé, d'autant plus que la manière de produire et de recevoir le théâtre a évolué »². C'est pourquoi l'usage du numérique amène à créer de nouvelles pratiques culturelles et de nouvelles relations avec les œuvres et l'expérience théâtrale. Cette thèse nous permet de faire un parallèle avec les craintes ou les attentes qui peuvent s'exprimer dans les établissements de spectacle vivant vis-à-vis du numérique et d'observer comment les dispositifs numériques viennent questionner la médiation culturelle dite *traditionnelle* dans l'univers des arts vivants. Nous considérons qu'il est essentiel d'observer également les transformations et les effets que le numérique peut avoir sur le métier de médiateur.

La digitalisation de la société

Le développement des technologies du numérique modifie en profondeur nos modes de vie et de communication et introduit de nouveaux usages dans nos interactions quotidiennes. Que ce soit pour le divertissement, l'apprentissage, le travail, ou l'envie de partager et d'échanger avec d'autres utilisateurs de la « toile », le digital a un impact significatif sur la façon dont nous communiquons, travaillons, achetons et vivons en général : smartphones, tablettes, ordinateurs. Selon l'étude *Digital report 2022*³, 4,95 milliards de personnes ont utilisé Internet dans le monde l'an dernier. De plus, le développement des nouvelles technologies de

¹ PAVIS Patrice, *L'analyse des spectacles*, Paris, Nathan, 1996, p. 51.

² *Idem.*

³ Digital Report 2022, étude réalisé par We are social et Hootsuite, [<https://wearesocial.com/fr/blog/2022/01/digital-2022-une-nouvelle-annee-de-croissance-exceptionnelle/>], (consulté le 26 janvier 2023).

l'information et de la communication (TIC), tels que les réseaux sociaux, les jeux vidéo, les applications mobiles, les plateformes, la réalité virtuelle et augmentée a permis à de nouveaux médias de voir le jour. Les utilisateurs ont désormais accès à une grande variété de contenus en ligne, qu'il s'agisse, entre autres, de films, de séries, de musique, d'œuvres d'art ou de livres numériques.

De profonds changements ont été engendrés par l'avènement de la technologie numérique, comme en atteste Rémy Rieffel. Selon lui, la révolution numérique a eu un impact majeur sur tous les aspects de notre vie : travail, éducation, loisir, communication et même notre manière de penser et de comprendre le monde. Nous nous appuyerons sur ce que qu'il appelle « une révolution numérique et culturelle »⁴ pour nourrir nos réflexions sur les usages de la technologie et de la communication ainsi que sur la définition de la culture numérique. Pour l'auteur le numérique constitue en effet une « véritable rupture, non seulement technologique, mais encore anthropologique et culturelle »⁵. La révolution numérique et culturelle qu'il décrit est une transformation profonde de notre société qui affecte tous les aspects de notre vie et de notre culture et qui ne cesse de s'intensifier avec l'apparition de nouvelles technologies telles que les NFT⁶, l'intelligence artificielle⁷, les applications et la sophistication toujours plus grande des jeux vidéo. Ainsi, selon les secteurs touchés par cette révolution, l'emploi du terme numérique peut susciter des réactions très différentes. Par exemple, dans certains secteurs de la culture comme le spectacle vivant ou l'édition, ce terme suscite des inquiétudes car il est associé à la mise en ligne sur Internet d'informations et d'œuvres qui échappent à toute maîtrise, ce qui soulève le problème du droit à la propriété intellectuelle ou la question du déclin de l'art vivant.

Le numérique modifie les normes et les valeurs de la société, il affecte les sociabilités et les pratiques culturelles, il remet en cause la légitimité de certaines normes culturelles bien ancrées dans la société et ouvre un champ de possibles qu'il reste à inventer. Le numérique transforme les modes d'accès aux connaissances, les usages mais aussi les identités grâce aux nouvelles formes de présence qu'il suscite. Il a également une incidence sur le rapport à

⁴ RIEFFEL Rémy, *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, Paris, Gallimard, coll. Folio actuel, 2014.

⁵ *Ibid.*, p. 15.

⁶ Le NFT est défini ainsi : « NFT signifie en anglais *non-fungible token*, soit jeton non fongible en français. Un objet non fongible est un objet unique qui n'est pas interchangeable. Un NFT désigne un fichier numérique auquel un certificat d'authenticité numérique a été attaché. », source [<https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/tech-non-fungible-token-19205/>], (consulté le 15 mars 2023).

⁷ L'intelligence artificielle (IA) : est un ensemble de théories et de techniques visant à réaliser des machines capables de simuler l'intelligence humaine. Les applications de l'IA incluent notamment moteurs de recherche, systèmes de recommandation, compréhension du langage naturel, voitures autonomes, chatbots, outils de génération d'images, outils de prise de décision automatisée et programmes compétitifs dans des jeux de stratégie, [https://fr.wikipedia.org/wiki/Intelligence_artificielle], (consulté le 27 juillet 2023).

l'écriture, à l'espace et au temps. Les progrès générés par le développement d'Internet « conduisent à une dématérialisation des contenus comme des œuvres, et favorisent l'approvisionnement d'offres (téléchargement gratuit ou payant, accès à des catalogues, à des liens supplémentaires, à des réseaux sociaux, etc.) »⁸. De plus, Internet permet la circulation des œuvres sur tout type de support, et notamment via les réseaux sociaux, ce que Rémy Rieffel nomme « l'économie de l'information en réseau »⁹.

Dans son ouvrage *Révolution numérique, révolution culturelle ?*¹⁰, Rémy Rieffel analyse cette situation au prisme de l'économie, du marketing et des sciences cognitives. Il souligne que les réseaux sociaux donnent à chacun la possibilité de partager des informations, des opinions, des idées avec une audience beaucoup plus large qu'auparavant. Les modalités de partage et d'échange entre les utilisateurs de la « toile » ont profondément modifié les interactions sociales et les outils numériques occupent une place de plus en plus importante dans les modes de vie. Les nouveaux canaux de diffusion numérique ont déstabilisé les filières culturelles traditionnelles, provoquant une remise en cause du fonctionnement habituel et du sens qui leur est attribué puisqu'ils affectent les modes de distribution de contenus¹¹.

La médiation culturelle à l'ère du numérique : enjeux et mutations des pratiques culturelles

La sphère culturelle n'échappe pas au développement du numérique. Les transformations liées au développement numérique entraînent ainsi « un déplacement du centre de gravité des enjeux artistiques et culturels en transformant radicalement les conditions de production, de conservation, de diffusion et d'appropriation des œuvres »¹². Par conséquent, l'usage des dispositifs numériques vient interroger les projets de médiation culturelle *in situ* et en ligne, développés par les institutions culturelles.

C'est précisément ce qui se passe dans le domaine de la médiation culturelle et du numérique, quand ce dernier vient en complément de la médiation traditionnelle. Les nouveaux dispositifs numériques comme les plateformes, les applications immersives ou les immersions en 360°, invitent le spectateur à n'être plus simplement en situation de réception mais en situation d'appropriation. L'analyse de ces dispositifs nous aidera à réfléchir à la manière dont circulent

⁸ RIEFFEL Rémy, *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, *op.cit.*, p. 50.

⁹ *Idem.*, p. 50.

¹⁰ *Idem.*

¹¹ *Idem.*

¹² DONNAT Olivier, « Démocratisation de la culture : fin... et suite ? », in Jean-Pierre Saez (dir.), *Un lien à recomposer*, Éditions de l'Attribut, 2012, p. 68.

les informations sur les réseaux sociaux et à la façon dont les utilisateurs interagissent lorsqu'ils sont confrontés à la création de personnages fictifs ou de contenus créatifs qui ont pour objectif de générer une relation différente entre le public, l'œuvre et la structure culturelle.

Les enquêtes statistiques commandées par le ministère de la Culture intitulées *Pratiques culturelles des Français* analysent et proposent des suggestions sur les comportements des publics dans les domaines de la culture et des médias. Il y est fait référence à la forte potentialité d'une culture consommée à domicile, ouvrant ainsi, comme nous l'avons écrit, un nouveau champ d'intervention aux structures culturelles. Ces enquêtes permettent de comprendre les habitudes et les pratiques culturelles des Français ainsi que leur évolution au fil du temps. Les observations et analyses qu'elles révèlent concourent à l'enrichissement et à l'amélioration des connaissances en matière de pratiques culturelles et d'appréhension des publics. Dans l'enquête réalisée en 2008, Olivier Donnat montre que la consommation française des offres culturelles reste quasiment inchangée depuis 1997 - date de la précédente enquête - et il pointe la persistance des obstacles à l'accès à la culture et, de fait, le poids du déterminisme lié à la question de l'héritage que Pierre Bourdieu a mis en lumière. Une autre donnée particulièrement intéressante ressort également de l'enquête : l'observation d'une dynamique générationnelle due à l'essor des pratiques numériques. En effet, l'arrivée de l'Internet à haut débit et des appareils nomades plurifonctionnels influent, à différents degrés, sur le comportement de l'ensemble des générations. Cependant, les plus jeunes générations sont celles qui s'emparent le mieux des nouvelles technologies. L'auteur souligne que l'introduction du baladeur dans les années 1980 ou des consoles de jeux et des ordinateurs dans les années 1990 - qui offrent dorénavant la possibilité de trouver des contenus dématérialisés, de jouer à des jeux vidéo en ligne, d'échanger et de partager de façon quotidienne sur la toile - avait déjà permis de faire ce constat. Olivier Donnat invite à prendre en compte les spécificités de chaque génération pour mieux comprendre l'évolution de ces pratiques culturelles : « Le recours à la perspective générationnelle apparaît par conséquent indispensable pour analyser les évolutions des pratiques culturelles et médiatiques dont les dynamiques sont souvent liées à des innovations technologiques ou des mutations structurelles antérieures à la dématérialisation des contenus et à la diffusion de l'Internet. »¹³

Pour comprendre ces dynamiques, il est essentiel de prendre en compte, comme le souligne Olivier Donnat, les différences générationnelles dans les modes de consommation et les

¹³ DONNAT Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, Enquête 2008, La Découverte / Ministère de la Culture et de la Communication, 2009, p. 28.

attentes. Les changements technologiques ont un impact considérable sur la manière dont les gens consomment et interagissent avec les contenus culturels et médiatiques. Il est indéniable que l'exposition quotidienne aux médias, au travers des smartphones, de la télévision ou de l'ordinateur, influe sur notre manière de percevoir et de conceptualiser la réalité. Cette réalité est de plus en plus numérique, notamment pour les adolescents qui sont très présents sur la toile et qui interagissent avec leurs pairs sur Internet. Chantal Dahan¹⁴ écrit qu'Internet est devenu une scène de jeu, de transformation et d'apprentissage pour les adolescents, qui peuvent, avec leurs pairs, apparaître, disparaître et aussi créer. Ce nouvel environnement social semble constituer l'un des enjeux des structures culturelles du spectacle vivant qui souhaitent, à partir de dispositifs numériques, « toucher » les publics et développer une nouvelle manière de s'approprier la culture.

La dernière enquête sur les pratiques culturelles des Français¹⁵ révèle la constitution d'un nouvel univers de pratiques dites du « tout numérique », caractérisé par un recul des pratiques de sortie dans les nouvelles générations nées entre 1995 et 2004. Cet univers du tout numérique est le propre de personnes qui font un usage intensif des technologies numériques (réseaux sociaux, vidéos, jeux vidéos) et qui fréquentent peu ou pas du tout les lieux culturels. Pour ces personnes, les pratiques numériques entrent en concurrence avec les pratiques de fréquentation de lieux culturels. C'est un constat que partagent Philippe Lombardo et Loup Wolff. Confrontées à un tel environnement, les politiques culturelles doivent pouvoir s'adapter car il est fort possible qu'on assiste à une baisse de fréquentation des lieux culturels et donc à une raréfaction des publics, les pratiques culturelles ayant elles-même évolué vers le numérique.

Le numérique dans les institutions culturelles du spectacle vivant : interrogations et perspectives de développement des publics

Ces constats viennent aussi interroger la façon dont nous travaillons sur le développement des publics. Les études de théâtre que nous avons menées en Colombie¹⁶ et notre expérience professionnelle en tant que comédienne et chargée de développement des publics au sein de la compagnie de théâtre « El presagio » ainsi que l'enseignement que nous avons prodigué au

¹⁴ DAHAN Chantal, « Les adolescents et la culture », *Cahiers de l'action*, n°38, 2013, p. 9-20.

¹⁵ LOMBARDO Philippe et WOLFF Loup, « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », *Culture études*, n° 2, 2020.

¹⁶ Licence en Art Théâtral, au Conservatoire de Beaux-Arts en Colombie, 2007. Cofondatrice de la Compagnie «El presagio» à Cali, Colombie, de 2007 à 2009.

sein de l'Unicef¹⁷ nous ont amenée à vouloir nous professionnaliser dans le développement des publics et à faire un Master en études théâtrales à l'université Paris 3 - Sorbonne Nouvelle. Suite à nos études, nous avons pu travailler dans différents milieux culturels en France (compagnies de théâtre, établissements culturels) et occuper des postes de relations publiques, relations avec les publics, billetterie et marketing. Lors de nos expériences professionnelles, nous nous sommes confrontée à la question suivante : comment susciter l'envie du plus grand nombre de venir au théâtre et comment faire connaître les œuvres théâtrales ? Nous avons remarqué que des changements s'opèrent au sein des structures culturelles en lien avec la transition numérique. Le numérique semble avoir envahi tous les milieux culturels et les établissements de spectacle vivant, comme en témoigne l'organisation des Rencontres Culture Numérique¹⁸ qui rassemblent des professionnels du monde de la culture depuis plus de dix ans. Organisé en France par le ministère de la Culture, ce rendez-vous annuel a pour but d'observer et d'interroger les transformations et les usages des technologies de l'information et de la communication dans la création, la diffusion et la consommation d'œuvres et de produits culturels¹⁹. Par le biais des Rencontres Culture Numérique²⁰, nous nous sommes intéressée aux usages croissants du numérique dans les musées et au développement des dispositifs numériques pour la médiation culturelle, ce qui nous a amenée à nous questionner sur la place du numérique dans les établissements du spectacle vivant et sur son impact potentiel sur la relation entre les publics et l'œuvre, en particulier dans le domaine de la médiation culturelle. Notre intérêt s'est aussi porté sur ce qui fait médiation culturelle avec l'utilisation numérique. Il est courant d'entendre dire que le numérique viendrait en remplacement de la médiation culturelle dite *traditionnelle* et que le rôle du médiateur serait déplacé vers les outils numériques alors qu'il serait plus judicieux de le considérer comme un outil de développement de la médiation culturelle. Ces questions nous ont aussi conduites à nous interroger sur les stratégies de relation avec les publics au sein des institutions culturelles du spectacle vivant, en lien avec les outils numériques mais surtout sur le lien entre le dispositif numérique, l'œuvre et les publics.

Pour nourrir notre recherche, nous nous sommes appuyées sur des travaux de recherche en sciences de l'information et de l'informatique réalisés autour de l'utilisation des dispositifs numériques et de la médiation culturelle, notamment dans l'univers muséal. La thèse d'Eva

¹⁷ Projet avec l'Unicef réalisé entre 2007 et 2009.

¹⁸ Rencontres culture numérique, *Médiation & numérique dans les équipements culturels*, [<http://www.rencontres-numeriques.org/2009/>], (consulté le 20 mai 2021).

¹⁹ Nous avons assisté à certaines de ces rencontres entre 2015 et 2019 pour nous informer sur ces expériences culturelles et artistiques liées au numérique et pour nourrir notre réflexion autour de l'utilisation du numérique dans la médiation culturelle.

²⁰ Rencontres culture numérique, *op.cit.*

Sandri, *L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie*²¹ interroge l'imaginaire des dispositifs numériques dans les musées, avec comme point focal la façon dont les professionnels des musées anticipent les usages des dispositifs qu'ils ont développés dans un contexte social précis. Le concept d'imaginaire, choisi par Eva Sandri, englobe les attentes, les appréhensions et les représentations liées à la technologie numérique au sein des musées.

Nous nous sommes appuyées également sur la thèse de Florence Andreacola, intitulée *Nouvelles modalités d'appropriation et de partage au musée : les pratiques multiples de l'expérience de visite à l'époque de la culture numérique*²² centrée sur les usages des publics. Celle-ci interroge les nouvelles pratiques des visiteurs assidus ou potentiels des musées et développe une approche théorique et méthodologique des expériences et des pratiques numériques des visiteurs lors de leurs déambulations à l'aide d'outils numériques. Elle interroge la façon dont ceux-ci construisent leur participation en naviguant d'un espace physique à un espace numérique. Florence Andreacola aborde également la question des nouvelles formes d'appropriation et de partages constituées par l'usage des appareils numériques et du Web dans le cadre de la visite d'un espace muséal : ces nouvelles formes ont une temporalité longue qui dépasse le temps de la visite elle-même et se développent dans divers espaces et sur des durées qui ne sont pas seulement physiques mais aussi numériques.

Nathalie Montoya aborde, quant à elle, la grammaire d'action de la médiation culturelle. Au cours de son travail de thèse²³, la chercheuse a observé un grand nombre de dispositifs de médiation culturelle permettant ainsi d'interroger les actions de médiation, le métier et l'activité du médiateur dans différentes structures culturelles.

Du côté du spectacle vivant, nous constatons que très peu de recherches ont été faites autour d'une telle utilisation du numérique en France. Cependant, dès 2013, l'association le Laboratoire théâtre et médiations numériques²⁴ (TMNlab) s'est penchée sur la transition

²¹ SANDRI Eva, *L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, en cotutelle entre l'université d'Avignon et des Pays de Vaucluse et l'université du Québec à Montréal, sous la direction de Cécile Tardy (UAPV) et de Catherine Saouter (UQAM), soutenue le 5 décembre 2016.

²² ANDREACOLA Florence, *Nouvelles modalités d'appropriation et de partage au musée : les pratiques multiples de l'expérience de visite à l'époque de la culture numérique*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, sous la direction de Marie-Sylvie Poli, soutenue le 2 décembre 2015.

²³ MONTOYA Nathalie, *Médiateurs et dispositifs de médiation culturelle : contribution à l'établissement d'une grammaire d'action de la démocratisation de la culture*, thèse de doctorat en Sociologie, Université de la Sorbonne nouvelle-Paris III, sous la direction de Bruno Péquignot, soutenue le 13 janvier 2009.

²⁴ Le projet, [<http://www.tmnlab.com/projet-tmnlab/>], (consulté le 5 mars 2023).

numérique. Elle propose des rencontres entre professionnels et des ressources autour de la médiation culturelle, de la transition numérique²⁵ et de l'évolution des métiers. Au sein de cette association, les professionnels ont développé une réflexion autour de l'usage du numérique par les institutions du spectacle vivant et ont mis en lumière la transformation des pratiques professionnelles par la transition numérique, à partir de l'organisation de rencontres, de groupes de travail issus de ces rencontres, de publications mais aussi de la constitution d'une communauté. L'étude, *Le numérique dans les théâtres en France : état des lieux 2016*²⁶, a permis pour la première fois de rendre compte de l'effet de la transition numérique sur les théâtres en France. Cette étude s'est intéressée aux pratiques des publics, à la question des équipements numériques et aux usages d'un point de vue organisationnel. Elle a permis de dresser un panorama de l'utilisation du numérique au sein des structures du spectacle vivant. Depuis, l'association a mené une deuxième étude intitulée *Etat des lieux du numérique 2021*²⁷ qui constate les avancées réalisées ces dernières années dans la transition du numérique dans ces structures. Nous aborderons ce point plus en détail dans la deuxième partie de cette thèse.

Au Canada, un partenariat entre l'université du Québec à Trois rivières, l'Université du Québec à Montréal et l'Université Concordia - ainsi que trois regroupements en arts de la scène - le Conseil québécois du théâtre, le Regroupement québécois de la danse et En piste - a permis de mener une enquête sur l'état des lieux des pratiques actuelles de médiation culturelle et numérique dans les disciplines de la danse, du théâtre et du cirque²⁸. Cette enquête dirigée par Hervé Guay et son équipe de collaborateurs a conduit à l'instauration d'un Observatoire des médiations culturelles²⁹ dont le but est de rassembler les contributions universitaires et professionnelles sur les pratiques de médiation culturelle et les enjeux sociopolitiques qui y sont liés. Les études menées par l'observatoire associent différentes disciplines comme la sociologie, la communication, l'éducation, l'histoire de l'art, les pratiques des arts et l'anthropologie. Ce projet a donné aussi lieu à la création d'un guide de bonnes pratiques en médiation culturelle numérique pour les arts de la scène³⁰. Ces travaux

²⁵ TMNlab, Penser le numérique dans les lieux de spectacle vivant, [<https://gaite-lyrique.net/cycle/tmnlab>] (consulté le 5 mars 2023).

²⁶ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *Le numérique dans les théâtres en France : État des lieux 2016*, étude réalisée par DENIZOT Marion et PETR Christine, [<http://www.tmnlab.com/2016/11/21/letat-lieux-numerique-theatres-2016-infographie-rapport-complet/>], (consulté le 18 décembre 2022).

²⁷ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, étude réalisée par l'agence L'Œil du public, [<http://www.tmnlab.com/etudes/etat-des-lieux-du-numerique-2021#75>], (consulté le 20 novembre 2022).

²⁸ Ressources, [<https://lrpc.ca/activites/ressources/>], (consulté le 2 décembre 2022).

²⁹ Observatoire des médiations culturelles (OMEC), [<https://omec.inrs.ca/>], (consulté le 11 novembre 2022).

³⁰ GUAY Hervé, PRONOVOST Marco, BEAULIEU Julie et LIEUTIER Prune, « Guide des bonnes pratiques en médiation culturelle numérique pour les arts de la scène », *Laboratoire de recherche sur les publics de la culture*, [<http://www.tmnlab.com/2023/03/07/guide-des-bonnes-pratiques-en-mediation-culturelle-numerique-pour-les-arts-de-la-scene-publications/>], (consulté le 23 mars 2023).

ont été une source d'inspiration pour la réflexion sur l'usage du numérique dans la médiation culturelle dans le milieu français.

Les mutations de la médiation culturelle : nouvelles pratiques, nouveaux liens avec les publics

Pour comprendre les changements dans la médiation culturelle et dans la relation avec les publics, nous avons commencé par définir la médiation culturelle. Nous pourrions dire qu'aujourd'hui le terme de médiation culturelle est un nom commun. Néanmoins, c'est un terme qui suscite des incompréhensions car, bien qu'il s'agisse ici de médiation culturelle (liée à la culture), il ne relève pas spécifiquement du champ culturel et sa définition change selon les champs d'activité et les disciplines. Par exemple, la médiation culturelle au sein des sciences de l'information porte sur la gestion, la conservation et la valorisation des informations et des patrimoines culturels, dans un but de partage et d'accès aux connaissances. Elle se concentre sur les pratiques de communication (lien entre l'énonciateur et le récepteur³¹), la médiation et les techniques de diffusion des connaissances ainsi que sur l'étude des publics et de leurs besoins en matière de culture.

En revanche, la médiation d'une œuvre au sens des disciplines artistiques est davantage axée sur la mise en valeur de l'œuvre elle-même en tant que création artistique. Elle peut prendre diverses formes : expositions, spectacles, installations, performances, etc., et vise à créer une expérience esthétique, émotionnelle ou intellectuelle pour le public. La médiation culturelle d'une œuvre implique souvent une réflexion sur le contexte de création, sur les techniques et les choix artistiques, ainsi que sur la réception et l'interprétation de l'œuvre par le public.

Dans leur ouvrage *La Médiation culturelle*³², Serge Chaumier et François Mairesse rappellent que le mot médiation ne vient pas précisément du champ de la culture. Ils se réfèrent d'abord au sens épistémologique du terme pour ensuite parler de la notion de médiation culturelle : comment elle a été introduite pour expliquer ou pour décrire les pratiques de médiation entre les offres culturelles et les publics. Ainsi, la médiation culturelle évoque « un ensemble de pratiques plus au moins reconnues, entre certaines offres culturelles et une partie du public à qui elles sont destinées ».³³ Au cours des ans, d'autres termes sont apparus dans le milieu de la culture qui font aussi référence à la médiation culturelle : animation culturelle, action culturelle, développement des publics, relations avec les publics.

³¹ LIQUETE Vincent, « Présentation générale. Formes et enjeux de la médiation », in LIQUETE Vincent (coord.), *Médiations*, CNRS Éditions, coll. « Les Essentiels d'Hermès », 2010, p. 11.

³² CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation culturelle*, Paris, Armand Colin, 2013.

³³ *Ibid*, p. 6.

Paul Rasse, pour sa part, considère que « comme toute notion à la mode, le terme de médiation culturelle devient difficile à cerner. Sa définition oscille entre deux extrêmes : d'un côté, une approche théorique très générale, de l'autre, des descriptions, des comptes rendus d'expériences très pragmatiques, centrés sur des réalisations novatrices du moment ». ³⁴

La médiation culturelle peut ainsi avoir un rôle de transformation sociale où le travail mis en œuvre par le médiateur serait un processus :

« Si le médiateur peut avoir un rôle de transformation sociale, c'est au sens où l'entendent Kant (1985), à propos des Lumières, ou plus tard Habermas, avec le concept d'espace public. Là, ce ne sont plus des tribuns qui engagent la foule dans une révolution, mais un long et imperceptible travail du corps social sur lui-même, parce qu'il invente des lieux publics, les salons, les cafés, les salles de théâtre et de concert, où il se découvre petit à petit en capacité de mettre en question la culture des élites, et où il fait l'apprentissage du sens critique, jusqu'à mettre en débat et en question la société de son époque (Rasse, 1999). La médiation serait alors cet espace où le public se fixe l'exigence de participer à la polis, parfois comme ignorant confronté à des sujets qu'il ne connaît pas, mais toujours en mesure de les discuter à partir de ce qu'il est lui-même. La médiation, considère alors que la personne est différente, étrangère au lieu ou au sujet. Elle s'efforce de l'accueillir, d'expliquer, de traduire, dans un processus de négociation à partir de ce que chacun est, de ses capacités cognitives, de sa propre culture, de ses aspirations, de ses angoisses, de sa propre histoire, de son statut social. La médiation consiste alors à créer des espaces où le public se sente respecté et reconnu dans sa différence, d'abord pour l'attention dont il est l'objet, pour cet effort d'hospitalité de l'institution ou de la communauté qui l'accueille, qui tente d'expliquer, d'informer, de traduire » ³⁵.

Dans ce sens, pour le chercheur, la médiation culturelle apparaît alors comme un moyen pour favoriser la participation des individus et la production de sens en créant des espaces d'échange et de dialogue autour d'expériences partagées face à des œuvres d'art.

Ainsi la notion de médiation culturelle se construit à partir de pratiques et de praticiens, raison pour laquelle elle est complexe à appréhender. Le terme regroupe des activités diverses : visites guidées d'ateliers, rencontres artistiques, programmations théâtrales ou musicales à destination des publics en situation de handicap ou d'autres publics spécifiques, création de dispositifs, mise en place d'ateliers, etc.

Bernard Lamizet propose une autre définition de la médiation culturelle. Elle aurait pour fonction de constituer des formes culturelles d'appartenance et de sociabilité :

³⁴ RASSE Paul, « La Médiation, entre idéal théorique et application pratique », *Recherche en communication*, n°13, 2000, p. 38.

³⁵ RASSE Paul, « La Médiation, de l'utopie à la transformation sociale », *Hermès La Revue*, n° 70, 2014, p.46-49.

« La médiation représente l'impératif social majeur de la dialectique entre le singulier et le collectif, et de sa représentation dans des formes symboliques. La société ne peut exister que si chacun de ses membres a conscience d'une relation dialectique nécessaire entre sa propre existence et l'existence de la communauté : c'est le sens de la médiation, qui constitue les formes culturelles d'appartenance et de sociabilité en leur donnant un langage et en leur donnant les formes et les usages par lesquels les acteurs de la sociabilité s'approprient les objets constitutifs de la culture qui fonde symboliquement les structures politiques et institutionnelles du contrat social. »³⁶

Pour l'auteur, les modalités de la médiation permettent un ensemble d'activités de représentations et de significations dans la société. Les modalités de la médiation seraient essentielles pour rendre visible et compréhensible notre appartenance à une société et à une communauté afin de construire un meilleur *vivre ensemble*.

La médiation culturelle n'est pas non plus un auxiliaire externe à l'institution qui viserait seulement à la rencontre entre l'œuvre et les publics. Pour Jean Caune, la médiation culturelle est au centre du processus culturel. L'auteur souligne que « le processus de médiation se déroule dans l'instance du présent [...], la médiation intervient dans une situation de manque, de déficit de contact, de lien ... tout comme le contemporain, elle a, avec son propre temps, une relation de distance : elle a pour finalité de mettre en lumière ce qui demeure obscur ou qui reste inachevé en suspens. »³⁷ Pour lui, « se focaliser sur le phénomène de médiation, c'est mettre l'accent sur la relation plutôt que sur l'objet ; c'est s'interroger sur l'énonciation, plutôt que sur le contenu de l'énoncé ; c'est privilégier la réception plutôt que la diffusion. »³⁸ Pour comprendre l'appropriation de l'œuvre à partir d'un dispositif de médiation culturelle numérique, notre attention se portera sur la relation établie entre l'œuvre et le spectateur, ce que Jean Caune appelle une « médiation esthétique »³⁹. Jean Caune propose de repenser les principes fondateurs de l'expérience culturelle en mettant au centre de ses réflexions l'individu et sa relation à l'autre. Les nouvelles pratiques culturelles numériques témoignent aujourd'hui d'un changement culturel où les publics ne se contentent plus seulement de voir le spectacle mais où ils souhaitent aussi connaître l'auteur, les artistes, le processus de création, différents éléments qui mettent en place les conditions de la rencontre.

³⁶ LAMIZET Bernard, *La Médiation culturelle*, Paris, L'Harmattan, 1999, p. 9.

³⁷ CAUNE Jean, « La Médiation culturelle : une notion *mana* ou l'usure du sens », in Cécile Camart, François Mairesse, Cécile Prévost-Thomas et Pauline Vessely (dir.), *Les mondes de la médiation culturelle. Vol. 1 : Approches de la médiation*, Paris, L'Harmattan, coll. « Les cahiers de la médiation culturelle », 2016, p. 35.

³⁸ CAUNE Jean, *La Démocratisation culturelle, une médiation à bout de souffle*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2006, p. 132.

³⁹ *Ibid.*, p. 134.

Comprendre le rôle que joue la médiation culturelle et son évolution en lien avec les publics, nous permettra d'étudier et d'analyser le processus d'appropriation de l'œuvre lorsque les publics utilisent un outil numérique dans les actions de médiation culturelle proposées par les structures du spectacle vivant. La problématique s'articule autour de la question suivante : dans quelle mesure l'utilisation des dispositifs numériques favorise-t-elle l'appropriation de l'œuvre ?

Pour répondre à cette problématique, nous allons prendre en compte les changements que l'utilisation du numérique peut induire dans la pratique culturelle. Quand nous parlons de pratique culturelle, nous faisons référence à la pratique que chaque personne construit à partir de ses fonctions cognitives. Cette pratique culturelle peut être développée à partir de la mise en place de dispositifs de médiation culturelle visant à faciliter l'accès des publics à la culture. Ces dispositifs devraient susciter des rencontres et permettre le développement de la pensée, le questionnement et l'analyse d'une œuvre mais aussi la découverte d'un univers artistique, d'un artiste, d'un lieu.

Pour parler de médiation culturelle numérique, il convient donc de définir dans un premier temps la notion de médiation culturelle, pour ensuite mieux spécifier ce qu'est la médiation culturelle numérique⁴⁰ mais aussi de clarifier ce que l'on entend par numérique. La médiation culturelle numérique utilise les technologies numériques (Internet, applications mobiles, réseaux sociaux, réalité augmentée, etc.) comme des outils pour mettre en œuvre des actions culturelles. Les technologies numériques sont employées « comme soutien[s] à la médiation et à l'interprétation d'une œuvre, comme outils de création collective ou comme supports à l'expression artistique. Le numérique [...] permet de repenser le contact avec une œuvre à partir de ces divers champs d'application. »⁴¹ Nous explorerons ces notions plus en profondeur dans la première partie de notre recherche car, en effet, la question spécifique du numérique est en train de devenir essentielle dans les projets de médiation culturelle des institutions culturelles. Les propositions des structures de spectacle vivant que nous avons pu suivre tout au long de notre recherche, montrent que la médiation se fait à la fois en ligne et *in situ*. De même, la question de la création de dispositifs numériques et de leur utilisation est

⁴⁰ Nous préférons utiliser le terme de « médiation culturelle numérique » pour éviter toute confusion avec le terme de médiation numérique, dont la définition est la suivante : « La "Médiation numérique" désigne la mise en capacité de comprendre et de maîtriser les technologies numériques, leurs enjeux et leurs usages, c'est-à-dire développer la culture numérique de tous, pour pouvoir agir dans la société numérique », [<https://lamednum.coop/quest-ce-que-la-mediation-numerique/>], (consulté le 3 décembre 2022).

⁴¹ Observatoire des médiations culturelles (OMEC), [<https://www.culturepourtous.ca/accompagnement-numerique/wp-content/uploads/sites/31/2019/08/De%CC%81finition.pdf>], (consulté le 11 janvier 2023).

elle aussi cruciale : elle demande de la part des personnes qui développent les projets une connaissance et des compétences numériques et du côté des publics une connaissance du numérique qui leur permette de se servir et de profiter des dispositifs créés pour les projets.

Par dispositif, Michel Foucault entend un mode de description d'un ensemble de relations de pouvoir qui organisent le comportement des individus et des groupes dans une société donnée. Selon lui, le dispositif est :

« Un ensemble résolument hétérogène, comportant des discours, des institutions, des aménagements architecturaux, des décisions réglementaires, des lois, des mesures administratives, des énoncés scientifiques, des propositions philosophiques, morales, philanthropiques, bref : du dit aussi bien que du non- dit, voilà les éléments du dispositif. Le dispositif lui-même c'est le réseau qu'on établit entre ces éléments. »⁴²

Il s'appuie sur cette définition lorsqu'il analyse diverses institutions comme les prisons, les hôpitaux, les écoles, les asiles et les gouvernements mais aussi quand il interroge les pratiques sociales au travers des classifications et des catégories de pensée. Selon l'auteur, ces dispositifs ne sont pas simplement des structures physiques mais des configurations complexes de relations de pouvoir et de savoir.

Geneviève Jacquinet-Delaunay et Laurence Monnoyer⁴³ rappellent que la notion de dispositif continue à s'employer dans différents domaines, entre autres, dans la communication, l'art, la médiation culturelle, le droit et la technologie. Les auteurs soulignent que l'usage du terme *dispositif* renvoie à des pratiques sociales très diverses qui ont tendance à mettre en avant le caractère d'opérativité mais qui sont rarement clairement définies ou expliquées théoriquement. Pour les auteurs :

« Le “ dispositif ” est bien au centre de la relation homme-machine et c'est incontestablement avec le développement des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication – qui relèvent, techniquement de la numérisation – qu'on a vu cette notion sortir du champ délimité de ses origines pour proliférer dans d'autres sphères d'activités humaines, avec ou sans machines, et désigner des pratiques qui ont toutes, pour particularité, de se dérouler au sein d' environnements aménagés. »⁴⁴

Dans le contexte du numérique, la notion de dispositif peut être utilisée pour analyser la façon dont les technologies numériques et les pratiques culturelles concourent à produire des effets

⁴² FOUCAULT Michel, *Dits et écrits, Tome II*, Paris, Gallimard, 1977, p. 299.

⁴³ JACQUINET-DELAUNAY Geneviève et MONNOYER Laurence, « Avant-propos. Il était une fois », *Hermès, La Revue*, 1999/3, n° 25, p. 9-14.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 10.

d'appropriation et de savoir. Dans ce travail de thèse, nous nous intéressons au dispositif numérique comme outil pour créer le lien entre l'œuvre et le public.

« Le dispositif se situe entre des concepteurs qui le pensent et des usagers qui l'utilisent. Il les contraint mais participe également à la construction de leur identité grâce à l'effort d'appropriation qu'il nécessite. C'est cette articulation qui peut amener à concevoir le dispositif comme une médiation, en incitant les différents acteurs à développer une part d'initiative partagée, créatrice de sens. Le dispositif, en permettant cette forme de médiation, ouvre un espace particulier qui offre des possibilités d'échange et favorise ainsi la construction de sens. »⁴⁵

En prenant en compte toutes ces acceptions de la notion de dispositif, nous serons plus à même d'analyser les projets de médiation culturelle numérique présentés dans notre étude et leur effet sur l'appropriation de l'œuvre. En effet, les objets doivent être considérés comme faisant partie d'un ensemble plus large de supports, d'instruments et de médias utilisés pour faciliter l'action d'une personne. Par conséquent, dans le cas de dispositifs participatifs, par exemple, la participation active des individus est une nécessité car ce sont eux qui construisent les liens entre ces trois différents éléments : l'œuvre, les actions de médiation, le dispositif.

Hypothèses

Ce travail est construit à partir de trois hypothèses principales :

- Notre première hypothèse est que l'usage du numérique est un nouvel outil pour développer les relations avec les publics à travers la création de contenus numériques. Le premier enjeu concerne les dispositifs numériques qui interpellent les institutions culturelles du spectacle vivant. En effet, ces dernières souhaitent, par la voie du numérique (dispositifs de réalité augmentée, réalité virtuelle, applications, plateformes, réseaux sociaux, entre autres), « toucher » un public plus large et proposer de nouvelles manières de s'approprier l'œuvre avant, pendant et après un spectacle. Notre étude consistera à analyser *via* les dispositifs de médiation culturelle ainsi que nos observations, questionnaires et entretiens ces nouvelles pratiques culturelles liées au numérique ainsi que l'apparition de nouveaux usages dans une culture numérique en constante évolution pour connaître l'impact du numérique dans la relation entre la structure et les publics.

⁴⁵ GARDIES Cécile et FABRE Isabelle, « 2. Définition et enjeux de la médiation numérique documentaire », in Xavier Galaup, *Développer la médiation documentaire numérique*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2012.

- Notre deuxième hypothèse consiste à penser que l'utilisation de dispositifs numériques pour faire de la médiation culturelle génère de nouvelles modalités d'appropriation et de réception grâce au partage, à la création et à l'interaction entre les usagers. Dans ce cadre, notre objectif sera d'analyser l'appropriation de l'œuvre par le biais du numérique, en nous appuyant sur des enquêtes, des entretiens et l'observation de deux projets transmédia. À partir de l'analyse de ces projets, nous chercherons à identifier les étapes clés du processus d'appropriation et à en comprendre les enjeux tant pour les spectateurs que pour les acteurs culturels. L'enjeu est d'explorer les possibilités offertes par le numérique pour transformer les modalités d'appropriation et de réception d'une œuvre culturelle, et d'identifier les défis et les opportunités que cela représente pour les spectateurs et les acteurs culturels. Il est aussi important de comprendre comment l'utilisation des dispositifs numériques pour la médiation culturelle peut influencer les modalités d'appropriation et de réception d'une œuvre. En effet, le numérique offre de nouvelles possibilités pour partager, créer et interagir autour d'une œuvre, ce qui peut transformer la façon dont les publics la perçoivent et l'appréhendent. La transformation des perceptions et des définitions de l'espace par l'usage du numérique a permis l'émergence de nouvelles pratiques culturelles qui se développent soit dans un espace numérique soit dans un espace hybride où réalité et virtualité se combinent. La création de contenus numériques peut contribuer à interroger les codes et les préjugés qui traversent le spectacle vivant et à en désamorcer les effets délétères, notamment grâce à l'accent mis sur l'intuition que procure le numérique et à la transformation de l'espace. Il s'agira de comprendre comment ces espaces hybrides peuvent influencer l'interprétation et l'appropriation d'une œuvre.
- La troisième hypothèse suppose que la mise à disposition des dispositifs de médiation culturelle numérique en ligne suffit pour générer un processus d'appropriation de l'œuvre et maintenir ou créer de nouveaux liens entre les personnes et les structures culturelles. Le troisième enjeu porte donc sur la façon dont on peut articuler une médiation dite *traditionnelle* et une médiation culturelle numérique. Le potentiel que représente l'accès à la culture à partir de son domicile et sans avoir à se déplacer ouvre un nouveau champ d'intervention pour les structures culturelles et une nouvelle voie d'accès à de nouveaux publics. Grâce à ses appels à la spontanéité et à la participation, le numérique est vu comme une réelle opportunité pour rendre la culture accessible au plus grand nombre. C'est donc un enjeu pour les politiques culturelles qui sont

confrontées à une baisse de fréquentation des lieux culturels plus ou moins pérenne. Selon la dernière enquête sur les pratiques culturelles des Français⁴⁶, les pratiques numériques seraient en forte augmentation et auraient été amplifiées dès le mois de mars 2020, par l'usage intensif des outils numériques pendant la pandémie⁴⁷. La transmission de la culture en présentiel en a été grandement affectée. L'obligation de fermeture des établissements culturels et l'annulation, dès le printemps, d'une partie de la saison 2019/2020 ont modifié la manière de travailler des équipes mais aussi la relation avec les publics. Puisqu'en raison de la crise sanitaire, les personnes ont été contraintes de rester confinées chez elles, leur rapport à la culture a été très particulier. Les structures culturelles se sont alors saisies des réseaux sociaux pour tenter de pallier la désertion des lieux de culture et maintenir le lien avec leurs publics. La plupart des propositions de maintien du contact avec le public, si ce n'est toutes, ont été proposées *via* des plateformes telles que Facebook, YouTube, Instagram, Twitter et TikTok. Facebook a été et reste l'un des réseaux sociaux les plus utilisés pour la diffusion de captations et la publication de posts en lien avec une programmation « confinée ». Les structures culturelles du spectacle vivant ont donc fait preuve de créativité et développé nombre de propositions numériques au travers de captations de spectacles, d'ateliers, de podcasts, d'échanges téléphoniques, d'ateliers de danse, d'accès à des ressources numériques, etc. Le ministère de la Culture a aussi mis en place une plateforme appelée « culture chez nous »⁴⁸. Elle a été créée afin de regrouper les propositions de différentes structures culturelles, tous univers confondus. Dans les jours, voire les mois suivant le début de la pandémie, Internet occupa une place importante comme moyen de distraction, de communication et d'épanouissement ; c'est plus que jamais un lieu de partage, de création artistique mais aussi de création de liens et de communications interpersonnelles.

Les questions que soulèvent les nouveaux usages du numérique dans la relation avec les publics et le développement des propositions liées à la crise sanitaire nous amènent à vouloir penser plus en profondeur ces nouvelles pratiques culturelles dites du tout numérique. Pour ce faire, nous avons analysé les propositions mises en ligne par la scène nationale du Phénix de Valenciennes.⁴⁹

⁴⁶ LOMBARDO Philippe et WOLFF Loup, « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », *op.cit.*, 1-92.

⁴⁷ Crise sanitaire due à la diffusion du virus Covid-19.

⁴⁸ Plateforme mise en place par le ministère de la Culture, [<https://www.culturecheznous.gouv.fr/search>], (consulté le 10 juillet 2022).

⁴⁹ À partir d'un questionnaire et d'observations, nous avons évalué les dispositifs et leur efficacité dans le maintien de la relation des publics avec l'œuvre et avec la structure culturelle. Nous nous sommes penchés sur l'articulation entre la médiation culturelle *présentielle* et la médiation culturelle numérique et nous avons cherché

Enfin, pour répondre à ces hypothèses, il nous sera nécessaire de préciser les notions de culture numérique, d'appropriation, d'interprétation et de médiation culturelle.

Terrain d'étude

Notre terrain d'observation se compose de quatre projets de médiation culturelle numérique.

Le premier est un projet transmédia intitulé « L'Odyssée de Pénélope » réalisé au Théâtre des Champs-Élysées.

Le deuxième, « Katia Kabanova », également un projet transmédia, a été créé dans le cadre du Master 2 *Médiation du spectacle vivant à l'ère du numérique* à l'Université de Rennes 2 et en collaboration avec l'Opéra de Rennes.

Le troisième projet⁵⁰ est une expérimentation portée par le projet européen Argos de l'Université de Rennes 2 qui s'est déroulée au Théâtre National de Bretagne à l'occasion du spectacle *Rothko Untitled #2*. Celle-ci proposait une immersion en 360° dans le processus de création de l'œuvre à l'aide d'un casque de réalité virtuelle.

Enfin, le dernier projet analyse les propositions créées durant la crise sanitaire par Le Phénix – scène nationale de Valenciennes. Nous avons choisi ces terrains d'observation parce qu'ils permettaient d'observer ou de mettre en œuvre les actions suivantes : la création d'un dispositif numérique en lien avec une œuvre, l'utilisation d'un dispositif numérique dans la médiation culturelle, la possibilité de voir l'œuvre dans son intégralité (en présentiel ou en ligne).

Pour l'analyse de notre terrain, nous avons observé les différents projets de médiation culturelle numérique, l'utilisation de l'outil numérique par les participants, le lien avec l'œuvre, la structure. Ces observations ont été réalisées *in situ* dans les structures culturelles et/ou en ligne selon le projet. Le temps d'observation a été modulé selon la durée des différents projets et la mise en exploitation des spectacles. À l'exception du projet du Phénix, pour lequel l'observation a eu lieu après le développement du projet. De plus, nous avons réalisé des entretiens et proposé des questionnaires aux différents participants après qu'ils ont répondu à un protocole d'enquête développé spécifiquement pour chaque projet. Nous avons

à savoir comment le dispositif numérique pouvait modifier l'organisation des structures culturelles et, plus important encore, comment il affectait la relation des publics avec les œuvres et leur appropriation.

⁵⁰ Ce projet s'inscrit dans le cadre du projet Argos (Actes de Créations et Dynamiques de Collaboration croisées, projet Europe Créative 2018-2021), cofinancé par l'Union européenne. Un partenariat a été construit avec le projet MedNum (Pour un observatoire des dispositifs numériques de médiation du spectacle vivant), financé par la Maison des Sciences de l'Homme de Bretagne.

également mené des entretiens avec les professionnels chargés de la mise en place de projets dans les structures lorsque cela était nécessaire.

Comprendre l'interprétation et l'appropriation d'une œuvre dans la médiation culturelle numérique

Pour mener une réflexion approfondie sur la médiation culturelle numérique, il est crucial de comprendre le processus d'appropriation qui se produit lorsque le public interagit avec une œuvre et de saisir le rôle que joue le médiateur dans cet accompagnement.

A quoi faisons-nous référence lorsque l'on parle d'appropriation ? Antonella Carú et Bernard Cová abordent cette notion d'appropriation en s'appuyant sur les recherches en psychosociologie de l'espace menées par Gustave Fischer. Il s'agit d'« un processus psychologique fondamental d'action et d'intervention sur un espace pour le transformer et le personnaliser ; ce système d'emprise sur les lieux englobe les formes et les types d'intervention sur l'espace qui se traduisent en relations de possession et d'attachement »⁵¹.

Pour les auteurs,

« L'appropriation, individuelle ou collective, se manifeste comme l'exercice d'une autorité, d'un contrôle, d'un pouvoir (physique et/ou psychologique) sur un lieu. Au niveau individuel, l'appropriation est ainsi considérée, comme le fait de faire sien quelque chose, et plus particulièrement l'appropriation de l'espace apparaît comme la construction et la délimitation d'un chez-soi. »⁵²

Dans leurs travaux sur l'immersion du consommateur en marketing, Antonella Carú et Bernard Cová ont identifié trois types de pratiques d'appropriation utilisées dans le cadre théorique de l'appropriation de l'espace, pour les retraduire dans le cadre d'une expérience de consommation : la nidification, l'exploration et le marquage. Ces trois pratiques ont lieu tout au long de l'expérience vécue, créant un cycle à l'issue duquel la personne s'approprie l'expérience en imprimant sa signature. Selon les auteurs, à l'issue de ces trois opérations, le consommateur a eu un accès total ou partiel à l'expérience et se trouve en ainsi en situation d'immersion. Celle-ci peut être partielle ou complète car l'expérience est constituée d'un enchaînement de moments vécus avec différents degrés d'intensité. Les auteurs partent du principe que toute appropriation est possible grâce à la métaphore qui permet de « construisons [construire] le monde et donnons [donner] un sens à la réalité quand il n'existe

⁵¹ CARÙ Antonella et COVA Bernard, « Approche empirique de l'immersion dans l'expérience de consommation: les opérations d'appropriation », *Recherches et applications en Marketing*, vol. 18, n° 2, 2003, p.49.

⁵² *Idem.*

pas encore de concepts assez développés pour le faire précisément »⁵³. Ils considèrent que le consommateur peut être le co-créateur de l'expérience de consommation « au travers de la construction d'un chez-soi multidimensionnel : pas seulement physique mais aussi mental, affectif, spirituel. »⁵⁴

Le terrain étudié par les auteurs est celui des concerts de musique classique qui ont comme objectif de faciliter l'appropriation de cette musique par un public non connaisseur⁵⁵. Ils ont analysé les récits de consommateurs impliqués dans des expériences artistiques. Dans les expériences de marketing, les auteurs font référence à l'expérience artistique justement par l'immersion qu'elle implique mais ils se sont rendu compte que l'immersion n'est pas évidente dans la réalité quotidienne et qu'elle demande un travail d'appropriation de la part des participants à l'expérience. L'analyse des trois opérations (nidification, exploration et marquage) nous permettent de réfléchir au processus de l'accès à l'expérience et par la suite à l'appropriation d'une œuvre. Les auteurs soulignent que le guide (ou maestro) joue un rôle important dans l'exploration et la découverte de l'expérience : « Le maestro prend ici la figure de guide pour aider au parcours de découverte, un guide très proche, quasiment intime avec le consommateur et qui fait toujours un large usage de référents pour permettre au consommateur d'acquérir des compétences l'aidant à mieux comprendre la musique. »⁵⁶ Le médiateur serait pour nous le "guide" qui accompagne les publics pendant les actions culturelles. Comprendre la place qu'occupe le médiateur culturel est tout aussi important dans le processus d'appropriation d'une œuvre par les publics. Les apports de cette étude nous semblent pertinents pour notre propre recherche puisque pour comprendre et analyser l'appropriation de l'œuvre, nous nous intéressons également aux récits de participants. Parmi ces apports, observons la façon dont est défini le concept d'immersion :

« Le concept d'immersion tel qu'il est utilisé en marketing expérientiel : c'est un moment fort vécu par le consommateur et résultant d'un processus partiel ou complet d'appropriation de sa part. L'expérience de consommation est constituée d'une succession de ces moments forts entrecoupée de nombreux moments vécus beaucoup moins intensément. Ce n'est donc pas toujours un plongeon unique instantané et total du consommateur ».⁵⁷

⁵³ *Ibid.*, p. 50.

⁵⁴ *Idem.*

⁵⁵ Cycle de concerts classiques intitulé Discovery de l'Auditorium de Milan.

⁵⁶ *Ibid.*, « Approche empirique de l'immersion dans l'expérience de consommation: les opérations d'appropriation », p. 58.

⁵⁷ *Ibid.*, p. 60-61.

Pour comprendre le rôle de la médiation culturelle numérique, nous pouvons nous appuyer sur ce concept d'immersion tel qu'il est utilisé en marketing expérientiel parce qu'il met en valeur les points suivants :

- L'immersion est un moment fort vécu par le consommateur.
- Elle résulte d'un processus d'appropriation partielle ou complète de sa part.
- L'expérience de consommation est composée d'une succession de moments forts, entrecoupée de moments moins intenses.

De même, la compréhension du concept d'immersion en marketing expérientiel peut éclairer notre réflexion sur le processus d'appropriation dans le cadre de la médiation culturelle numérique. Notre analyse repose sur l'étude de projets de médiation culturelle numérique et sur la lecture d'ouvrages qui définissent les pratiques d'interprétation qui peuvent émerger dans le cadre d'une interaction qui génère un processus d'appropriation. Ainsi nous devons interroger les modalités qui ont été privilégiées dans la mise en œuvre de dispositifs numériques pour faire de la médiation culturelle : grâce au partage, à la création et à l'interaction entre les usagers.

Ces nouveaux dispositifs générant eux aussi de nouvelles manières d'appropriation et de réception, nous souhaitons proposer un cadre interprétatif pour mieux comprendre le processus d'appropriation qui se produit entre le public et l'œuvre. Un cadre interprétatif se réfère à la manière dont un public interprète et comprend un objet symbolique particulier. L'objectif de ce cadre est de fournir une clé d'interprétation pour analyser les projets de médiation culturelle numérique et comprendre comment le public s'approprie l'œuvre grâce aux dispositifs numériques.

Pour construire ce cadre, nous allons nous appuyer sur les études de Jean-Pierre Esquenazi, qui propose un schéma de compréhension globale du cadre d'interprétation de l'espace social où le public est confronté à l'objet, schéma nécessaire pour comprendre le moment requis à l'appropriation :

« un cadre interprétatif apparaît quand un objet symbolique est proposé à un des publics. Les diffuseurs (les médiateurs) de l'objet y proposent une définition qui implique un mode de lecture proposé. Les communautés d'interprétation se déterminent à l'intérieur du cadre par leur choix d'une définition et d'un mode de lecture, qui peuvent ou non être identiques à ceux proposés par les diffuseurs. [En fin], des interprétations sont construites, résultant des analyses sémiotiques de l'objet suivant la méthode choisie. »⁵⁸

⁵⁸ ESQUENAZI Jean-Pierre, *Sociologie des publics*, Paris, La Découverte, 2009, p. 112.

Les apports de Jean-Pierre Esquenazi rejoignent ceux d'Antonella Carù et de Bernard Cova puisque tous trois attirent notre attention sur le moment de l'immersion. Le sociologue insiste sur le fait que l'interprétation n'est pas un acte isolé. L'interprétation ne devient légitime aux yeux de l'interprète que lorsque l'objet est évalué à partir de ses attentes qui reposent sur un ensemble de connaissances partagées. Si l'interprète ne peut découvrir pour lui-même aucune clé de lecture de l'objet, il le rejettera, comme « c'est encore le cas de publics contemporains découvrant l'art abstrait »⁵⁹. Le travail d'interprétation est un acte complexe et pluriel qui dépend à la fois de l'objet étudié, du contexte dans lequel il est présenté, des connaissances et des attentes du public. Il doit être compris comme faisant partie d'un processus plus large de construction du sens. L'interprétation est donc un processus qui a pour résultat l'appropriation : « chaque nouvelle interprétation découvre en elle une nouvelle structuration : elle est sémiotiquement multiple [...] dans un contexte où l'œuvre apparaît à de nouveaux publics et est appréciée, interprétée d'une façon renouvelée son statut, sa valeur, son sens seront différents. »⁶⁰

L'analyse de l'interprétation et du ressenti de la personne est une étape essentielle pour identifier, dans notre recherche, le processus qui amène à l'appropriation de l'œuvre. C'est pourquoi nous aborderons cette notion à partir de l'élaboration de trois fonctions interprétatives : l'interprétation de l'univers artistique (liée aux perceptions et aux expériences vécues précédemment), la réinterprétation de l'œuvre (liée à l'imaginaire des personnes et à l'acquisition de nouveaux éléments tels que la connaissance de l'artiste et de l'œuvre, une pratique artistique etc.) et la contextualisation de l'œuvre (liée au sens donné à l'œuvre par l'expérience vécue, l'imaginaire etc). Ces fonctions seront détaillées plus largement dans la deuxième partie de cette thèse.

C'est en analysant un dispositif numérique et en identifiant les fonctions d'interprétation qui permettent l'appropriation d'une œuvre que nous pourrions évaluer les projets de médiation culturelle numérique en tant que dispositifs offrant la possibilité pour les publics d'aborder, de découvrir et de se confronter à une œuvre par le biais du numérique. Ces analyses et identifications nous permettront d'affirmer ou d'infirmer la pertinence de l'utilisation d'un dispositif numérique pour faire de la médiation culturelle. En effet, si un dispositif numérique ne parvient pas à proposer des fonctions d'interprétation, il risque de ne pas répondre aux attentes des utilisateurs et de ne pas permettre une appropriation de l'œuvre. Il s'agit d'un élément clé de la médiation culturelle, qui doit être étudié attentivement pour évaluer

⁵⁹ *Ibid.*, p. 12.

⁶⁰ ESQUENAZI Jean-Pierre, *Sociologie des œuvres, de la production à l'interprétation*, Paris, Armand Colin, 2007, p. 87.

l'efficacité de tout dispositif numérique. Celui-ci ne doit pas être considéré comme un élément moteur de la médiation mais comme un support.

Plan

Cette recherche est composée de trois parties. Une première partie vise à présenter les enjeux du numérique pour la médiation culturelle dite traditionnelle et le développement de publics à partir de dispositifs numériques.

Nous commencerons par présenter le contexte de la médiation culturelle pour ensuite montrer les enjeux du numérique dans les établissements culturels du spectacle vivant, en abordant la notion de culture numérique et l'apparition de nouvelles pratiques culturelles par le biais de l'utilisation du numérique. Il s'agira ensuite de définir ce qu'est ou pourrait être la médiation culturelle numérique.

La deuxième partie nous permettra d'analyser les notions d'interprétation, d'appropriation et de participation culturelle, à partir des deux projets transmédia et du projet d'immersion en 360° avec un casque de réalité virtuelle. Il s'agira également d'analyser la transformation de l'espace à partir de ces différents projets. Cette deuxième partie consiste à analyser l'appropriation de l'œuvre *via* des dispositifs de médiation culturelle en tâchant d'établir un cadre interprétatif pour avoir des éléments du processus d'appropriation qui puisse nous permettre d'analyser les projets de médiation culturelle numérique mis en place par les structures du spectacle vivant.

La troisième et dernière partie explore les résultats de notre enquête de terrain réalisée au Phénix – scène nationale de Valenciennes pendant la période de fermeture des structures culturelles durant les deux périodes de confinement. Nous aborderons la création de dispositifs numériques mis en place par les établissements culturels durant la crise sanitaire. Il s'agira d'analyser les effets de la relation avec les publics et le développement des publics à partir des propositions développées. La consommation à domicile de la culture, intensifiée par les périodes de fermeture des structures culturelles, interroge la pérennité de la fréquentation des publics *in situ* et les effets que ce nouveau mode de consommation peut avoir sur les publics futurs. De la même manière, l'utilisation « forcée » du numérique durant la période du Covid au sein des établissements du spectacle vivant a accéléré la transition du numérique. Il nous faudra alors réfléchir aux attentes des professionnels du spectacle vivant dans le domaine du développement de publics et aux enjeux de la continuation et du maintien des propositions de médiation culturelle numérique réalisées pendant la crise sanitaire au sein des structures.

Nous avons initialement prévu d'élargir notre terrain d'étude avec deux autres projets. Cependant, la situation sanitaire liée à la crise de la Covid 19 a eu une répercussion sur notre travail de thèse : l'annulation de la programmation dans les structures du spectacle vivant nous a empêchée de poursuivre l'exploration de ces deux terrains d'étude. Au-delà de cette contrainte, nous avons rencontré de nombreux problèmes pour constituer un terrain d'étude plus conséquent tout au long de notre travail de recherche. Tout d'abord, les projets étaient peu nombreux lorsque nous avons commencé notre travail de thèse. Certains projets n'ont jamais vu le jour faute de soutien au sein des équipes des structures, de compétences ou de financement. Nous avons dû abandonner l'observation de certains projets car les données n'étaient pas exploitables et suffisantes pour permettre une analyse approfondie. En effet, l'utilisation de certains dispositifs numériques demande aussi aux utilisateurs d'avoir accès ou d'être en possession de l'outil numérique (ordinateur, tablette) pour accéder aux dispositifs en dehors d'une utilisation *in situ*. Par exemple pour l'usage de plateformes numériques⁶¹, il est nécessaire de disposer d'un ordinateur et d'une connexion Internet. Certaines personnes, qui agissent en tant que relais au sein des structures, ont abandonné l'idée d'utiliser ces plateformes car elles ne possèdent pas d'ordinateur ou n'ont pas accès à des ordinateurs pour les utiliser lors de moments de partage avant ou après le spectacle avec d'autres personnes. Enfin, bien que les structures manifestent un intérêt pour la réalisation d'évaluations des dispositifs numériques, elles ne donnent pas les moyens à une personne externe pour les mettre en place, certains justifiant cette décision par un manque de temps.

⁶¹ Plateforme tels que : Datadanse ou Numéridanse.

PARTIE I

LES MUTATIONS DES PRATIQUES CULTURELLES ET DE LA MÉDIATION CULTURELLE À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

Chapitre 1

LE DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS : VERS LA MÉDIATION CULTURELLE

1.1 Introduction

Ce premier chapitre a pour objectif de présenter les moments clés qui ont conduit à la revendication d'un théâtre d'art, au développement de la culture ainsi qu'aux changements de politiques culturelles visant à l'élargissement et à la démocratisation de la culture. La démocratisation culturelle est considérée comme un élément indissociable depuis la Révolution française de l'« affirmation républicaine du principe d'égalité entre les citoyens »⁶² pour permettre aux personnes de s'exprimer, de partager et de participer à la vie citoyenne à travers l'art. Par ailleurs, la relation entre le spectateur et l'œuvre, ainsi que les enjeux qui en découlent, à savoir la réception de l'œuvre, la question de l'accès à l'art, l'élargissement des publics entre autres, sont partiellement décrits à travers des études de sociologie de l'art et de la réception des publics car elle dépend des contextes spécifiques et des préférences individuelles des individus. L'Internet et les dispositifs numériques créent de nouvelles façons de fréquenter les lieux culturels et de nouvelles pratiques culturelles, amenant à reconsidérer la notion des publics traditionnellement pensée dans sa dimension physique⁶³. Dans ce premier chapitre, nous nous intéressons particulièrement à la définition de la médiation culturelle, au développement de cette notion au cours des années et à sa mise en place dans les structures du spectacle vivant *via* des actions culturelles.

Nous entamerons notre réflexion en examinant les premières propositions développées par des artistes, des hommes politiques pour rendre le monde de l'art et de la culture accessible au plus grand nombre. Nous aborderons la question de la place du spectateur et de la manière dont les spectacles deviennent, au-delà d'un simple moment de divertissement, un espace de

⁶² FLEURY Laurent, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, Paris, Armand Colin, 2016, p. 74.

⁶³ WOLF Loup, « Publics et participation culturelle : du renouvellement des modalités de l'expérience aux enjeux de diversité culturelle », *Recherche Formation Innovation, Culture et Recherche*, n° 137, printemps-été, 2018, p.55.

réflexion et d'épanouissement.

Ensuite, nous mettrons cette réflexion en perspective en examinant l'histoire qui a conduit les professionnels de la culture et les hommes politiques à créer de nouvelles formes d'art pour démocratiser la culture. Enfin, nous nous appuyerons sur des études en sociologie des publics portant sur la question de la médiation culturelle et de son évolution pour dégager des éléments de compréhension, et identifier les enjeux et les évolutions possibles des dispositifs au sein des établissements du spectacle vivant. Les recherches sur les pratiques culturelles et l'évolution de nouvelles pratiques culturelles numériques constituent un contexte dans lequel nous pourrions évaluer la mutation de la médiation culturelle en tant qu'outil de développement des publics.

1.2 La revendication d'un théâtre d'art

Le théâtre est, selon Jacques Rancière, « comme une forme communautaire exemplaire »⁶⁴. Dans son ouvrage *Le spectateur émancipé*⁶⁵, l'auteur lie le théâtre à l'idée de collectivité vivante. Le spectateur occupe et partage un temps et un lieu où il n'est pas dans une position passive face à de la représentation, mais où il est présent en tant que personne réceptive, car regarder implique une dynamique mentale et productive. Le théâtre peut donc être considéré comme une forme d'art qui favorise la création d'une communauté vivante et participative. Les spectateurs sont invités à se connecter avec les personnages et les thèmes des œuvres, à partager leurs émotions et leurs réflexions, et à dialoguer avec d'autres spectateurs et acteurs.

Les autrices Bénédicte Boisson, Alice Folco et Ariane Martinez rappellent que l'expression d'un théâtre d'art⁶⁶ établit une relation avec le spectateur en procurant un plaisir esthétique et intellectuel du même ordre que ce qu'induisent les autres arts. Cette expression est issue du développement revendiqué par de nombreux hommes de théâtre du XX^{ème} siècle, désireux de rompre avec la prédominance d'un théâtre de divertissement, commercial et bêtifiant. Cette prédominance s'exprime surtout aux XVIII^{ème} et XIX^{ème} siècles avec le mélodrame populaire, qui a entraîné une massification de la fréquentation de lieux de théâtre et une segmentation progressive du public selon le genre artistique présenté. Cette évolution a été accompagnée de restrictions sur les contenus jugés politiques et moraux des œuvres, lesquelles ne devaient pas avoir lieu dans une salle de spectacle. Le monde du spectacle s'est trouvé, parfois, placé

⁶⁴ RANCIÈRE Jacques, *Le spectateur émancipé*, Paris, Éditions La Fabrique, 2008, p. 12.

⁶⁵ *Ibid.*

⁶⁶ BOISSON Bénédicte, FOLCO Alice et MARTINEZ Ariane, *La mise en scène théâtrale, de 1800 à nos jours*, Paris, Presses universitaires de France, 2010, p. 31.

sous «surveillance», ayant un œil sur ce que les artistes et les auteurs présentaient sur scène, mais aussi soumis à la loi du marché – l’offre et la demande – créant une chaîne de production afin de satisfaire le goût dominant qui favorisait les produits commerciaux au détriment de la créativité artistique.

Face à l’hégémonie du théâtre commercial de l’époque, qui relègue l’œuvre au second plan et donne place aux mondanités telles que parler, manger ou bouger lorsque les artistes sont sur scène, les artistes ont décidé de lutter contre le conformisme qui consiste à considérer le théâtre comme un simple divertissement. Ils réfléchissent à la manière de proposer un théâtre qui permette de s’intéresser à l’œuvre en créant un contexte approprié. Pour cela, ils ont pris en compte l’architecture des lieux, notamment en modifiant les salles à l’italienne afin de redonner une place centrale au public et restaurer l’importance du rituel théâtral. De plus, les codes attachés au spectacle vivant évoluent dès le XIX^{ème} siècle, avec notamment l’instauration des trois rappels avant le début de la représentation, l’ouverture du rideau et l’absence de lumière dans la salle pour signifier le commencement du spectacle et plonger les spectateurs dans la fiction.

Pour appréhender ces formes nouvelles d’univers artistiques, il faut donc faire face à la nécessité d’accompagner le public. Les spectacles sont alors précédés de conférences, de programmes illustrés par des artistes qui présentent un regard personnel sur les œuvres et de notices, d’approches explicatives. Impulsées dès la fin du XIX^{ème} siècle et toujours dans l’optique de former le public et de lui transmettre l’étendue des enjeux de la réforme que connaît le théâtre, des revues spécialisées sont créées dans lesquelles figurent des articles sur la théorisation du théâtre, sur son histoire et sur la création théâtrale hors de l’hexagone. Ces démarches montrent que la communauté du théâtre a la volonté de sensibiliser les publics à l’art et de renforcer les liens qu’ils entretiennent avec les œuvres.

Ces propositions sont encore utilisées de nos jours et sont renforcées par la mise en place d’actions dans le but de former les publics et de les encourager à devenir des spectateurs actifs. Bernard Dort rappelle que :

« On ne va pas au théâtre comme on regarde la télévision. Peut-être même n’est-on pas spontanément spectateur : on le devient. C’est un apprentissage. Si l’expérience vécue de la représentation reste centrale, irremplaçable, elle n’exclut pas d’autres modes de communication, d’autres processus de savoir. »⁶⁷

⁶⁷ DORT Bernard, *Le jeu du théâtre, le spectateur en dialogue*, Paris, P.O.L, 1995, p. 57-58.

La formation des publics joue un rôle essentiel dans l'élargissement de l'accès à l'art et à la culture. Elle vise à démystifier les disciplines artistiques, à familiariser les spectateurs potentiels avec les codes et les langages artistiques, et à développer leur sens critique et leur compréhension des œuvres. L'émancipation du spectateur réside dans le pouvoir qu'a chacun d'interpréter à sa manière ce qu'il perçoit. Le spectateur interprète ce qu'il voit sur scène à partir de son vécu et de ses expériences. Il associe ce qu'il sait avec ce qu'il découvre lors de la représentation. C'est là que réside l'émancipation du spectateur : « Nous apprenons et nous enseignons, nous agissons et nous connaissons aussi les spectateurs qui lient à tout instant ce qu'ils voient à ce qu'ils ont vu et dit, fait et rêvé. »⁶⁸

La formation des publics dépend aussi de la présence de ces derniers devant des artistes interprètes et de l'acceptation d'un imaginaire. Anne Ubersfeld affirme que « la relation théâtrale suppose l'existence du public »⁶⁹. Cette relation entre le public et la scène garantit l'existence d'une représentation scénique en même temps que l'acceptation de la non-vérité de la représentation scénique. Pour l'autrice, cette acceptation repose sur « un consensus psychosocial »⁷⁰. C'est-à-dire l'adhésion à un imaginaire ou à une fiction présentés à travers une image et/ou une fable dans les formes traditionnelles de théâtre. En analysant les signes⁷¹ de la représentation, le spectateur peut prendre conscience des processus sociaux et psychiques et en tirer du plaisir grâce à une activité analytique et critique. En outre, Anne Ubersfeld souligne que la représentation recouvre une grande variété de significations pour le spectateur qui élabore un sens dès le premier contact avant de procéder à l'analyse du système de signes. Ce premier contact peut être procuré par les costumes, la scénographie, la musique, entre autres. Ce sont des plaisirs provoqués par différentes formes du spectacle.

Cependant il n'est pas programmé à l'avance de savoir ce que le spectateur comprend lors d'une représentation théâtrale, ni ce que nous attendons de lui. Néanmoins, l'analyse des signes et du fonctionnement sémiotique (intuitif et réflexif) permettra au spectateur de comprendre les mécanismes de telle ou telle représentation⁷². Anne Ubersfeld parle donc de l'éducation du spectateur, qui lui permettra de prendre un plaisir intellectuel personnel, et de partager cette expérience avec les autres spectateurs. En effet, ce plaisir théâtral n'est pas solitaire : lorsque le spectateur comprend et apprécie les signes de la représentation, le plaisir

⁶⁸ *Ibid.*, p. 23.

⁶⁹ UBERSFELD Anne, *Lire le théâtre II, l'école du spectateur*, Paris, Belin, 1996, p. 258.

⁷⁰ *Ibid.*, p. 258.

⁷¹ Anne Ubersfeld définit le signe comme : « ce qui remplace un objet par quelque chose ou quelqu'un sous quelque rapport », *Lire le théâtre II, l'école du spectateur, op.cit.*, p. 279.

⁷² *Idem.*

peut se refléter et se répercuter sur les autres spectateurs présents dans la salle. Le partage des émotions, des interprétations et des réflexions entre les spectateurs peut créer une dynamique collective et enrichir l'expérience théâtrale.

Ce *devenir spectateur* a été et continue d'être l'un des sujets primordiaux pour les hommes et les femmes de théâtre, les obligeant à repenser la relation, la réception et le partage avec le public, afin de donner des clés de lecture au spectateur pour qu'il puisse se nourrir et aborder le spectacle vivant comme un lieu de réflexion. Ces clés viennent à être complétées par d'autres modes de communication et de processus de savoir *in situ*⁷³ ou hors les murs des institutions et dans des espaces virtuels.

Les structures culturelles continuent de développer différents dispositifs autour des œuvres, pour que le nouveau spectateur devienne le public de demain. Ce travail se présente sous la forme d'actions culturelles qui sont développées et mises en œuvre par les chargés de relations avec les publics et les médiateurs qui travaillent en lien avec les spectateurs. Cependant, avec l'avènement du numérique, les habitudes des spectateurs et leur relation avec l'art semblent changer avec l'utilisation accrue des outils numériques. Les structures culturelles doivent repenser une autre manière de communiquer pour garder ou construire un lien avec les publics en imaginant une pratique culturelle qui soit à la fois physique et en ligne. Cette transition numérique peut être vue comme une opportunité pour atteindre de nouvelles personnes et explorer de nouvelles formes d'expression artistique. En effet, la transition numérique modifie le rituel théâtral en proposant une autre façon d'expérimenter et de s'approprier l'œuvre. Les structures culturelles du spectacle vivant cherchent à s'adapter à cette évolution technologique en proposant des actions de médiation culturelle en lien avec des dispositifs numériques. Pour comprendre les évolutions de ces actions de formation et de leur utilisation pour atteindre de nouveaux publics nous parcourons, dans la partie suivante et de manière synthétique, les mutations qui ont conduit le théâtre à se réinventer et à se structurer au service du public, au service de la cité et également au service des artistes (une politique au service des artistes).⁷⁴

⁷³ Le Centre national de ressources textuelles et lexicales (CNRTL) définit le terme latin "*in situ*" comme : « Dans son cadre naturel, à sa place normale, habituelle. », source [<https://www.cnrtl.fr/definition/in%20situ>], (consulté le 3 juillet 2023).

Nous pouvons aussi rencontrer la définition suivante : « En art contemporain, *in situ* est une expression latine qui désigne une méthode artistique qui dédie l'œuvre à son site d'accueil (c'est-à-dire qu'elle ne peut être transportée en un autre lieu). *In situ* qualifie également une œuvre qui tient compte du lieu où elle est installée. », source [[https://fr.wikipedia.org/wiki/In_situ_\(art\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/In_situ_(art))], (consulté le 3 juillet 2023).

⁷⁴ DENIZOT Marion, « Du théâtre populaire à la médiation culturelle : autonomie de l'artiste et instrumentalisation », *Lien social et Politiques*, dossier « La Médiation culturelle : enjeux, dispositifs et pratiques », n° 60, 2008, p. 64.

1.2.1 Le développement de la culture comme service public

a) Pour un élargissement des publics

Les mutations de la société française, depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, ont été très rapides tant du point de vue politique que du point de vue sociologique, obligeant le théâtre à se repositionner⁷⁵. « Le théâtre public, tel qu'il émerge en 1946 en France, repose sur la reconnaissance par l'État de l'autonomie de l'artiste et sur le refus de toute ingérence en matière artistique. Le théâtre public réussit à résoudre la tension historique entre financement public et instrumentalisation de l'artiste »⁷⁶. La fréquentation théâtrale représente l'un des enjeux essentiels dans l'émergence des politiques de démocratisation de la culture. Prenons pour exemple la démarche de décentralisation théâtrale initiée par Jeanne Laurent, nommée sous-directrice des spectacles et de la musique à la direction générale des Arts et des Lettres (1946 -1952)⁷⁷. Celle-ci s'est inspirée des initiatives engagées au moment du Front Populaire dans l'avant-guerre, puis il y a eu sous le régime de Vichy d'autres tentatives de décentralisation, comme celle de l'association Jeune France, jusqu'en 1942 date de sa suppression⁷⁸. Il faut attendre la libération pour diffuser l'idée d'un service public de la culture, soutenu par l'État⁷⁹. Jeanne Laurent pointe le « désert culturel » régnant surtout dans les régions de province après la Seconde Guerre mondiale et considère que le théâtre, en tant que forme artistique essentielle, devait être accessible à tous et jouer un rôle central dans la construction d'une société démocratique et égalitaire. Sous la IV^e République, elle promeut une politique de décentralisation dramatique en créant les premiers centres dramatiques nationaux (CDN) implantés en province, en collaboration avec des élus locaux et des « hommes de théâtre de valeur »⁸⁰. L'objectif était de faire tomber les barrières qui pouvaient faire hésiter les publics à franchir une porte de théâtre, de permettre à un public provincial d'avoir accès à une offre culturelle variée, comprenant de nouvelles créations en plus des tournées et de favoriser le développement d'une vie culturelle locale.

⁷⁵ BOISSON Bénédicte, FOLCO Alice et MARTINEZ Ariane, *La mise en scène théâtrale, de 1800 à nos jours*, *op.cit.*, p. 193.

⁷⁶ DENIZOT Marion, « Du théâtre populaire à la médiation culturelle : autonomie de l'artiste et instrumentalisation », *op.cit.*, p. 64.

⁷⁷ DENIZOT Marion, *Jeanne Laurent. Une fondatrice du service public pour la culture. 1946-1952*, préface de Robert Abirached, Comité d'histoire du ministère de la Culture, Paris, La Documentation française, 2005.

⁷⁸ GOETSCHEL Pascale, « Le premier âge de la décentralisation théâtrale (1945-1958) », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 1991/4, n° 32, p. 95.

⁷⁹ DENIZOT Marion, « Du théâtre populaire à la médiation culturelle : autonomie de l'artiste et instrumentalisation », *op.cit.*, p. 65-66.

⁸⁰ WALLON Emmanuel, « Le théâtre et les spectacles », in *Politiques et pratiques de la culture* (dir) Philippe Poirrier, Paris, La Documentation Française, 2010, p. 115.

Puis, la création d'un ministère des Affaires culturelles initié par le Général de Gaulle, sous la V^e République, confirme cette volonté de fonder une véritable politique culturelle de service public. André Malraux a joué un rôle crucial dans la reconnaissance et la promotion des arts et de la culture en France. Il a apporté des changements significatifs dans la manière dont la culture était perçue et dont elle était soutenue par l'État. Sous sa direction, le rôle du ministère est explicitement défini par le décret du 24 juillet 1959⁸¹.

À l'époque, il est considéré que la seule confrontation avec les œuvres suffit à l'appropriation de l'œuvre par le grand public. Le goût du public pour l'art résulte alors d'une sorte de « choc » émotionnel et sensible, qualifié de choc esthétique, qui se produit lors de la rencontre entre l'art et l'individu. André Malraux déclare ainsi lors d'une intervention qu'

« [...] il appartient à l'Université de faire connaître Racine, mais il appartient seulement à ceux qui jouent ses pièces de le faire aimer. Notre travail, c'est de faire aimer les génies de l'humanité et notamment ceux de la France, ce n'est pas de les faire connaître. La connaissance est à l'université ; l'amour, peut-être, est à nous. »⁸²

Afin de décentraliser l'offre culturelle, André Malraux crée les Maisons de la culture, souhaitant amener la culture hors de Paris et l'étendre à l'ensemble du territoire français. L'objectif de ces nouvelles structures, vecteurs de décentralisation et de démocratisation culturelle, consiste à mettre en relation directe l'art et le public sans aucun intermédiaire pédagogique ni aucune médiation.

Le déploiement ambitieux de cette initiative revient à André Malraux même si l'idée et le terme de « maison de la culture » sont issus du Front populaire qui avait favorisé, à travers la France, la création d'associations et la construction d'équipements destinés à recevoir du public qui portaient déjà le nom de « maison de la culture » avant que le ministère « n'ait tenté d'en contrôler le label »⁸³. Dès 1961, le programme de construction de ces nouvelles maisons de la culture a montré aux yeux de la nouvelle administration et du ministère que ces équipements culturels devaient être les premiers instruments de la démocratisation culturelle⁸⁴.

L'idéal de démocratisation culturelle du nouveau ministère avait repris l'ensemble des idées à

⁸¹ « Le Ministère chargé des Affaires culturelles a pour mission de rendre accessible les œuvres capitales de l'humanité, et d'abord de la France, au plus grand nombre possible de Français, d'assurer la plus vaste audience à notre patrimoine culturel et de favoriser la création des œuvres de l'art et de l'esprit qui l'enrichissent. », cité par ABIRACHED Robert, *La décentralisation théâtrale, n°2. Les années Malraux, 1959-1968*, Arles, Actes sud-papiers, 1993, p. 30.

⁸² *Idem.*, p. 46.

⁸³ *Ibid.*, p. 23.

⁸⁴ *Ibid.*, p. 23.

l'origine de l'Éducation populaire, « fondée sur l'idée que l'émancipation sociale et politique du peuple passe par l'appropriation du savoir scientifique et technique. »⁸⁵ Parmi ces idées figurent la lutte contre l'inégalité de l'accès à la culture, la reconnaissance de l'universalité et de la valeur inhérente de la culture, ainsi que la progression d'une démocratisation culturelle indépendante du champ des luttes politiques. André Malraux rejetait « le didactisme comme l'amateurisme »⁸⁶ pratiqués par les associations d'éducation populaire. Selon lui, la démocratisation culturelle passait par une mise en présence du public avec l'art, par sa confrontation aussi bien avec les œuvres mais aussi avec les artistes et non par une éducation culturelle ou par une pratique artistique.

Toutefois, cette politique malrusienne commence à être questionnée dans le courant des années 1960. La démocratisation culturelle est alors dénoncée par les acteurs culturels qui avaient perdu toute confiance dans la politique malrusienne qu'ils accusent d'être bourgeoise et élitiste, réservée essentiellement à la classe cultivée dominante⁸⁷.

De ce fait, durant les événements de 1968, le débat sur l'art et la culture devient un débat social et culturel. Les acteurs culturels constatent l'échec de la décentralisation dans le monde du théâtre et se donnent comme tâche d'agir de telle manière que les nouvelles propositions puissent toucher un nouveau public authentiquement populaire. Selon Marie-Ange Rauch-Lepage : « Dans un moment où la révolution semblait possible, c'est-à-dire entre le 14 et le 21 mai, l'occupation de l'Odéon fut véritablement une utopie en acte dont nous retrouvons, me semble-t-il, l'esprit dans la déclaration de Villeurbanne, qui invitait les institutions culturelles à devenir des lieux d'expression culturelle et d'échanges sociaux inédits. »⁸⁸ En 1968, l'agitation politique conduit les directeurs de théâtres populaires, de troupes et de Maisons de la culture à se rassembler en un comité dirigé par Roger Planchon au Théâtre de la cité⁸⁹ pour réfléchir à ce que devrait être la culture, une culture conçue comme un service public de l'Etat. Ces acteurs culturels ont cherché à créer une plateforme conceptuelle et organisationnelle afin de promouvoir sur tout le territoire français une véritable politique culturelle⁹⁰. Ils ont donc été à l'origine de la Déclaration de Villeurbanne, le 25 mai 1968 qui dénonce l'exclusion de catégories entières de la population, qualifiées de

⁸⁵ *Ibid.*, p. 27.

⁸⁶ *Ibid.*, p. 36.

⁸⁷ FLEURY Laurent, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, *op.cit.*, p. 81.

⁸⁸ ABIRACHED Robert, *La décentralisation théâtrale, n°3 : 1968, le tournant*, Arles, Actes sud-papiers, 1994, p. 84.

⁸⁹ *Ibid.*, p. 31.

⁹⁰ BOISSON Bénédicte, FOLCO Alice et MARTINEZ Ariane, *La mise en scène théâtrale, de 1800 à nos jours*, *op.cit.*, p. 201.

« non-public » des lieux de théâtre.⁹¹ L'évènement de mai 68 a aussi joué un rôle déterminant dans l'évolution du théâtre public en France, puisqu'il a provoqué une réflexion critique sur la démocratisation de la culture⁹².

Dans cette perspective, le terme public prend toute son ampleur par opposition à la notion de « non-public »⁹³. Selon Francis Jeanson. La déclaration de Villeurbanne postule en effet

« [qu'] il y a d'un côté le public, notre public, et peu importe qu'il soit, selon le cas, actuel ou potentiel ; et il y a de l'autre, un " non-public " : une immensité humaine composée de tous ceux qui n'ont encore aucun accès ni aucune chance d'accéder prochainement au phénomène culturel sous les formes qu'il persiste à revêtir dans la presque totalité des cas »⁹⁴.

Le « non-public » serait donc celui qui se sent exclu de la cité et d'une culture à laquelle il ne s'identifie pas. Malgré leurs efforts pour améliorer l'accès à la culture et aux œuvres, les institutions culturelles chargées de transmettre les grandes œuvres du patrimoine ont échoué à élargir et à renouveler les publics. Le défi est alors de créer de nouvelles formes de partage et de nouveaux rapports afin d'atteindre ce public qui ne vient pas de lui-même.

Toutefois, Laurent Fleury explique que la notion même de non-public peut conduire à une exclusion de ce public tant convoité en le réduisant à une simple étiquette. Elle ne transmet aucune valeur d'appréhension du réel. En d'autres mots, ce n'est pas parce que le « non-public » est autre qu'il ne peut pas faire partie de la communauté du public. Selon l'auteur, lorsque l'on passe de la notion de public potentiel à celle de « non-public », on passe d'un univers probabiliste à un univers certain. Pour lui, La déclaration de Villeurbanne, « possède pour effet, sans doute involontaire, d'ostraciser une frange du public potentiel en le reléguant dans un ailleurs, en l'exilant des lieux de culture »⁹⁵.

Se pose également la question de la démocratisation culturelle. Laurent Fleury rappelle que : « l'idéal de démocratisation de la culture est indissociable de la Révolution française, de l'affirmation républicaine du principe d'égalité entre les citoyens. »⁹⁶. En effet, la Déclaration universelle des droits de l'homme et du citoyen proclamée en 1789 établit une société composée d'individus et repose sur le précepte de l'égalité. « La démocratie suppose que tout citoyen puisse exercer des fonctions de pouvoir. Cet exercice, largement dépendant des outils

⁹¹ FONDU Quentin et VERMERIE Margaux, « Les politiques culturelles : évolution et enjeux actuels », *Informations sociales*, vol. 190, n° 4, 2015, p. 58.

⁹² ABIRACHED Robert, *La décentralisation théâtrale, n°3. 1968, le tournant, op.cit.*, p. 85.

⁹³ URFALINO Philippe, *L'invention de la politique culturelle*, Paris, Hachette, 2004, p. 241.

⁹⁴ FLEURY Laurent, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles, op.cit.*, p. 31-32.

⁹⁵ *Ibid.*, p. 31.

⁹⁶ *Ibid.*, p. 74.

culturels et des savoirs dont il dispose, exige en particulier de savoir lire et écrire ».⁹⁷ Dans le même ordre d'idée, la Constitution de 1946 instaure « le droit à la culture ». Elle a introduit l'article 13 qui reconnaît le droit à la culture comme un droit fondamental. L'article établit ainsi le principe de la responsabilité de l'État en matière de protection et de promotion de la culture. Cette reconnaissance du droit à la culture dans la Constitution a jeté les bases pour la création du ministère de la culture en France en 1959. Tout au long de l'histoire des politiques culturelles, l'idéal de démocratisation de la culture a été un objectif qui se manifesté par la mise en place de politiques culturelles. Ces politiques sont animées par l'idée de rendre la culture accessible à tous.

Développée par Olivier Donnat et largement marquée par la sociologie de la culture, la notion de *capital cultivé* joue un rôle dans la capacité de s'approprier la culture et de développer des pratiques culturelles. Pour cet auteur, les comportements culturels sont majoritairement déterminés par la position sociale et la trajectoire intellectuelle de l'individu, c'est-à-dire par son capital culturel. Toute pratique culturelle nécessite, au préalable, un minimum d'information et de connaissances qui détermine les conditions de réception de l'œuvre et les modalités des pratiques culturelles⁹⁸. Il propose, par ailleurs, d'abandonner la question de la démocratisation sans pour autant abandonner les transformations des conditions de production du « désir de culture ». Cela implique de repenser les mécanismes qui influencent l'intérêt et le plaisir pour l'art, afin de les rendre plus accessibles et attrayants pour un public plus large. Ayant constaté que les objectifs de la démocratisation impulsée par André Malraux produisent des effets contraires à ceux attendus, il suggère trois leviers :

« Faire de l'éducation artistique et culturelle une priorité de la politique culturelle ; connaître les publics et leur diversité pour mieux cibler la politique des établissements culturels et donc favoriser une véritable politique de développement des publics ; promouvoir un service public "culture à domicile" tant la relation aux arts et à la culture se transforme en régime numérique. »⁹⁹

Les apports de Laurent Fleury permettent de comprendre les effets que certains termes comme celui de non-public peuvent avoir dans le développement et dans la relation des publics à l'art et les difficultés qu'ils soulèvent. Sur ce même thème, Olivier Donnat propose des pistes de réflexion afin de repenser la relation entre les structures culturelles et le public. Elles impliquent le développement d'actions de médiation culturelle visant à mieux connaître la composition des publics et à leur faciliter l'accessibilité de leur offre. Pour ce faire, il est

⁹⁷ *Ibid.*, p. 74.

⁹⁸ DONNAT Olivier, *Les Français face à la culture, de l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, La Découverte, 1994, p. 15.

⁹⁹ RAVET Hyacinthe, *Sociologie des arts*, Paris, Armand Colin, 2015, p. 104.

essentiel de tenir compte de la diversité des relations que les gens entretiennent avec l'art, la pluralité des façons d'être spectateur et la variété des expériences esthétiques¹⁰⁰. Il s'agit également de mettre en avant l'adaptation nécessaire aux changements numériques et de favoriser l'accès à la culture à domicile en exploitant les possibilités offertes par les nouvelles technologies. Dans notre travail de recherche, nous prêtons attention à ces différents apports et accordons l'attention particulière à l'observation faite par Olivier Donnat sur les dispositifs numériques en lien avec la médiation culturelle.

S'interroger sur les effets de la politique de démocratisation suppose de se poser à nouveau la question de la relation à l'art et à la culture. Cette notion de public est aussi fondamentale que celle de l'appropriation de l'œuvre. L'un des actes fondateurs de la sociologie de l'art portée entre autres par Pierre Bourdieu, Nathalie Heinich, Howard Becker et Antoine Hennion¹⁰¹, est celui de l'identification et de la connaissance des publics. Dans ce but, des outils de mesure statistiques des politiques culturelles inspirés de la sociologie ont été mis en place par l'État à partir des années 1970, afin d'identifier les pratiques culturelles des Français mais aussi de mesurer le degré de démocratisation de l'accès à la culture.

Les conclusions de ces études scientifiques mettent en lumière la difficulté que rencontrent les individus, dépourvus de pratique cultivée, dans leur appropriation de l'art. C'est ce que soulignent Pierre Bourdieu et Alain Darbel dans leur ouvrage, *L'Amour de l'art*. Ces derniers s'interrogent sur l'impact de l'absence de codes dans le déchiffrement des œuvres :

« Lorsque le message ne peut pas être déchiffré que par les détenteurs d'un code qui doit être acquis par un long apprentissage institutionnellement organisé, il va de soi que la réception dépend de la maîtrise que le récepteur a du code ou, en d'autres termes, en fonction de l'écart entre le niveau d'information offerte et le niveau de compétence du récepteur. »¹⁰²

Selon Pierre Bourdieu, les études dirigées sur les publics des musées en France¹⁰³ publiées en 1969, mettent en lumière que les institutions muséales de l'époque ignorent les facteurs sociaux qui structurent l'accès à la culture donnant de fait une image élitiste des lieux culturels. Pour le sociologue, le musée représente des lieux à la fois intimidants et exclusifs car le manque d'explication des œuvres et les cartels souvent très minimalistes ne permettent

¹⁰⁰ *Idem.*, p. 104.

¹⁰¹ BOURDIEU Pierre et DARBEL Alain, *L'amour de l'art; les musées d'art européens et leur public*, Les éditions de Minuit, 1965, HEINICH Nathalie, *La sociologie de l'art*, Paris, La Découverte, 2004, BECKER Howard, *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988, HENNION Antoine, *La Passion musicale, une sociologie de la médiation*, éditions Métailié, Paris, 2007.

¹⁰² BOURDIEU Pierre et DARBEL Alain, *L'amour de l'art; les musées d'art européens et leur public*, Paris, Les éditions de Minuit, 1965, p. 113.

¹⁰³ *Ibid.*, p. 91.

pas de mettre en scène les expositions et, par leur absence de didactisme, n'invitent pas l'ensemble de la population à visiter les musées. Rappelons que Pierre Bourdieu dénonce l'idée même de « transparence du regard »¹⁰⁴, une transparence supposée qui n'est en réalité qu'une construction historique, sociale et culturelle et qui identifie regard pur et regard éduqué. Ainsi, seules les personnes détentrices d'un certain type de connaissances et de moyens seraient en capacité de s'approprier les biens culturels : « ceux qui ont le goût formé à la délectation esthétique »¹⁰⁵. Les personnes dénuées des codes nécessaires, qui n'ont pas « l'œil éduqué » rencontreront davantage de difficultés pour apprécier une œuvre, ce qui est prompt à faire naître en eux un sentiment d'incompréhension, voire dans certains cas, de rejet.

Nous retrouvons ainsi la notion d'héritage, introduite par le sociologue dans *La Distinction*¹⁰⁶, qu'il découpe en *capital culturel* (ensemble des ressources culturelles possédées par un individu), *capital économique* (ensemble des ressources économiques – patrimoine et revenus – possédées par un individu) et *capital social* (ensemble du réseau de connaissances sociales d'un individu). Selon lui, le *capital culturel* résulte d'un travail d'investissement effectué par le sujet sur lui-même. L'appropriation de la culture semble ainsi nécessiter des repères préalables. Ces repères font référence à ce que le sociologue appelle *habitus* :

« La plupart des propriétés du capital culturel peuvent se déduire du fait que, dans son état fondamental, il est lié au corps et suppose l'incorporation. L'accumulation du capital culturel exige une incorporation qui, en tant qu'elle suppose un travail d'inculcation et d'assimilation, coûte du temps et du temps qui doit être investi personnellement par l'investisseur : travail personnel, le travail d'acquisition est un travail du "sujet" sur lui-même. Le capital culturel est un avoir devenu être, une propriété faite corps, devenue partie intégrante de la "personne", un habitus. Celui qui le possède à “ payé de sa personne ”, et de ce qu'il a de plus personnel, son temps. Ce capital "personnel" ne peut être transmis instantanément (à la différence de la monnaie, du titre de propriété ou même du titre de noblesse) par le don ou la transmission héréditaire, l'achat ou l'échange ; il peut s'acquérir, pour l'essentiel, de manière totalement dissimulée et inconsciente et reste marqué par ses conditions primitives d'acquisition ; il ne peut être accumulé au-delà des capacités d'appropriation d'un agent singulier ; il dépérit et meurt avec son porteur (avec ses capacités biologiques, sa mémoire, etc.) »¹⁰⁷

Les notions de la sociologie de la culture, dont les travaux de Pierre Bourdieu restent représentatifs, mettent en avant la stratification sociale des pratiques culturelles, la hiérarchie sociale et la hiérarchie culturelle qui permettent d'identifier une appartenance culturelle.¹⁰⁸

¹⁰⁴ RAVET Hyacinthe, *Sociologie des arts, op.cit.*, p. 91.

¹⁰⁵ *Ibid.*, p. 92.

¹⁰⁶ BOURDIEU Pierre, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Les éditions de Minuit, 1979.

¹⁰⁷ *Ibid.*, p. 3.

¹⁰⁸ Il existe cependant aujourd'hui d'autres auteurs comme Bernard Lahire (LAHIRE Bernard, *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, La Découverte, Paris, 2006), pour qui la légitimité

D'autres auteurs, comme Jean-Pierre Esquenazi, viennent enrichir cette idée en soulignant que « chaque domaine des pratiques culturelles est structuré par les habitus des divers types sociaux : les conditionnements associés à une classe particulière de conditions d'existence déterminent pratiques et représentations de ces pratiques »¹⁰⁹. Les enquêtes sur les publics ont pour objectifs d'identifier les attitudes et les comportements des individus par rapport à la stratification sociale. Dans son ouvrage intitulé *La Sociologie des publics*, Jean-Pierre Esquenazi, inspiré par les travaux bourdieusiens et les *Cultural Studies*¹¹⁰, aborde le sujet de la théorie de la légitimité culturelle. Selon lui, les pratiques culturelles dépendent, d'une part, du degré de légitimité de la pratique dans le champ culturel et, d'autre part, de la situation des pratiquants dans la hiérarchie sociale. Cette théorie a suscité de nombreux débats, bien qu'elle soit fondatrice pour la sociologie des arts et de la culture. En effet, certains estiment qu'elle peut amener à ignorer la complexité de la diversité des pratiques culturelles et à négliger l'importance des choix individuels et des contextes sociaux spécifiques. D'autres remettent en question l'idée même de légitimité culturelle, soulignant que les goûts et les pratiques culturelles sont influencés par une multitude de facteurs complexes et qu'ils ne peuvent être réduits à une simple hiérarchie sociale¹¹¹. Cette théorie rappelle ainsi que l'art et la culture ont une fonction sociale de légitimation différente selon et entre les groupes sociaux. La rencontre avec une œuvre n'a rien d'instantané ; au contraire, elle se produit en fonction de conditions et de contextes¹¹².

culturelle est une théorie qui s'intéresse davantage à la façon dont elle est construite et contestée par les individus eux-mêmes. Bernard Lahire met l'accent sur la diversité des expériences et des pratiques culturelles des individus qui peuvent être influencées par leur contexte social et historique, mais qui peuvent également être modifiées et transformées par leurs propres choix et actions.

¹⁰⁹ ESQUENAZI Jean-Pierre, *Sociologie des publics*, op.cit., p. 46.

¹¹⁰ Les *Cultural Studies* ont émergé en tant que discipline académique au Royaume-Uni, « à Birmingham dans l'après-guerre, avant de se diffuser rapidement dans le monde anglophone et au-delà. Leur projet réside dans la compréhension des dimensions culturelles du changement social. Il s'agit de rendre compte de l'effet des reconfigurations des rapports sociaux sur la culture autant que des manifestations culturelles du changement. [Faisant] écho à la phase d'intense transformation de la culture au xxe siècle : de l'industrialisation et la marchandisation des biens culturels au rôle de plus en plus prégnant de la " culture de masse " dans les pratiques quotidiennes, l'expérience sensible et la définition de soi. Saisie selon un prisme anthropologique, la culture est ici entendue comme un ensemble de pratiques sociales qui participent de la production de signification et élaborent nos manières d'appréhender le monde. [...] Pour les Cultural Studies, la culture n'est pas une série figée de symboles ou d'activités et le sens des pratiques qui la composent se transforme selon le contexte dans lequel elles s'insèrent. Or, dans la production de signification se jouent des rapports de pouvoir : certaines voix s'imposent au détriment d'autres et imprègnent les Cultural Studies imaginaires sociaux d'une représentation des événements, des groupes et des pratiques. La question est alors celle de la façon par laquelle une représentation devient dominante au terme d'une lutte idéologique et de conflits de définition. Pour rendre compte de cet enjeu, les Cultural Studies ont étudié les représentations en s'attachant à y déceler les traces de cette conflictualité sociale. [...] l'enjeu réside dans la compréhension des formes d'appropriation diversifiées de ces représentations. En décrivant les modes de réception, les Cultural Studies donnent à voir les tensions entre des interprétations dominantes ou marginales, qui peuvent accompagner ou infléchir la trajectoire idéologique de ces productions culturelles. » CERVILLE Maxime et QUEMENER Nelly, *Cultural Studies*, Paris, Armand Colin, 2018, p. 7-8. L'origine de Cultural Studies est apparue principalement grâce aux travaux de chercheurs tels que Richard Hoggart, Stuart Hall et Raymond Williams.

¹¹¹ LAHIRE Bernard, *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, op.cit.

¹¹² RAVET Hyacinthe, *Sociologie des arts*, op.cit., p. 98.

b) Des études des publics à la sociologie de la réception

De nouvelles façons d'aborder la connaissance des publics ont émergé suite à la publication des enquêtes sur les pratiques culturelles qui ont orienté les chercheurs vers l'étude de la réception des publics. Jean-Pierre Esquenazi, en particulier, souligne la complexité, voire l'insaisissabilité, de la notion de public.¹¹³ Selon l'auteur, lorsque l'on parle des publics, on fait référence aux publics *de* quelque chose, ce qui rend difficile l'analyse de la réception des publics en général. En effet, il faudrait pouvoir appréhender l'objet pour rendre compte de la nature du public, ce qui rend toute tentative de définition d'un ensemble formé par les publics quasiment impossible. En insistant sur la notion de « publics » (au pluriel), il met en avant la diversité des réactions et des identités¹¹⁴ que l'on peut retrouver au sein d'une communauté, par exemple lors d'un concert ou d'un spectacle.

La réception des publics intéresse également d'autres sociologues, comme Nathalie Heinich¹¹⁵ qui rejoint les propos de Jean-Pierre Esquenazi en soulignant que l'on ne parle plus « de » public mais « des » publics de l'art, montrant ainsi qu'il faudrait réfléchir en termes de publics socialement différenciés et stratifiés par milieux sociaux.¹¹⁶ En effet, la stratification des individus, mise en évidence par les statistiques, révèle une inégalité d'accès à l'art.

Il sera donc essentiel pour la réception des publics, de comprendre que :

« chaque domaine des pratiques culturelles est donc structuré par les habitus des divers types sociaux : les conditionnements associés à une classe particulière de conditions d'existence déterminent pratiques et représentations de ces pratiques. Les usages sont aussi déterminés par la place de chaque pratique dans le champ culturel. »¹¹⁷

Pour définir le public Jean-Pierre Esquenazi¹¹⁸ identifie six manières d'aborder la sociologie des publics, en interrogeant les frontières de la sociologie et ses modalités d'approche car il existe de multiples facteurs qui peuvent influencer la composition et les comportements des publics. La première approche serait celle d'un « public activé par l'œuvre »¹¹⁹. Cette perspective considère que le public est déterminé par l'objet culturel lui-même, c'est-à-dire que l'œuvre a un impact direct sur l'esprit du spectateur et qu'elle le façonne en fonction de

¹¹³ ESQUENAZI Jean-Pierre, *Sociologie des publics*, *op.cit.*

¹¹⁴ *Ibid.*, p. 4.

¹¹⁵ HEINICH Nathalie, *La sociologie de l'art*, *op.cit.*

¹¹⁶ *Ibid.*, p.47

¹¹⁷ *Ibid.*, p. 47.

¹¹⁸ RAVET Hyacinthe, *Sociologie des arts*, *op.cit.*, p. 88

¹¹⁹ *Ibid.*, p. 88.

ses propres exigences ; la deuxième, l'enquête, permet de mieux connaître la composition des publics en faisant appel à une analyse plus fine, en se basant sur les études quantitatives réalisées lors des enquêtes des pratiques culturelles des Français. La troisième concerne les théories liées aux industries culturelles et à la production de masse qui considèrent les publics des médias de masse comme des consommateurs. Cette approche peut être envisagée selon deux perspectives différentes : une perspective fonctionnaliste « où un bien serait produit pour satisfaire l'appétence d'un public »¹²⁰ et une perspective critique du processus d'aliénation de la « masse »¹²¹. La quatrième approche, qui s'inspire de la légitimité culturelle formulée par Pierre Bourdieu, mais qui sera très discutée par la suite, met l'accent sur le public produit par la stratification sociale. Elle s'inspire également des *Cultural Studies*, ainsi que de travaux qui portent sur l'ambivalence des cultures populaires. Enfin, une dernière manière de définir un public, plus qualitative, s'inspire de l'ethnographie. Cette démarche tente de saisir les publics au travers des interactions sociales « en interrogeant l'existence de communautés de public, les phénomènes de “prise” et “d'attachement” et les effets des produits culturels sur la vie des publics »¹²² ; d'autres démarches encore étudient le public instruit par des situations symboliques (contexte sociaux et culturels dans lesquels les individus entrent en interaction avec des œuvres culturelles ou artistiques), en interrogeant l'espace public de la réception des œuvres, au travers de la critique de l'art.

Ces différentes approches permettent de comprendre combien les publics sont difficiles à saisir et que pour les appréhender, différentes méthodologies ont été mises en œuvre pour tenter de comprendre la multiplicité des rapports à la culture et à l'œuvre et d'en saisir les problématiques. De là, la nécessité de comprendre quels sont les effets que le numérique a sur les publics en relation à l'appropriation des œuvres et comment les structures culturelles peuvent s'approprier ces nouveaux changements liés à une transition numérique en explorant les nouvelles dynamiques sociales et culturelles qui façonnent la réception des œuvres et influencent les expériences individuelles et collectives des publics.

La sociologie de la réception traite d'un domaine distinct de celui de la sociologie de la consommation culturelle. Le but de la sociologie des œuvres, selon Jean-Claude Passeron, est « de décrire, quelle que soit la forme sémiotique du langage de l'œuvre, les “pactes de lecture” qui caractérisent les époques et publics en se fondant sur des indices repérables dans leur “texture” sémantique, grammaticale ou rhétorique, en même temps que sur les

¹²⁰ *Idem.*

¹²¹ *Idem.*

¹²² *Idem.*

“circonstances” qui favorisent la reconnaissance de ces indices par le récepteur »¹²³. En d’autres termes, le terme “pactes de lecture” fait référence aux accords tacites entre les créateurs d’œuvres culturelles et leurs publics. Ces accords portent sur les attentes, les codes, les valeurs et les significations partagées qui influencent la manière dont une œuvre est perçue et interprétée. La sociologie de la réception s’intéresse donc à la compréhension de ces pactes de lecture et à leur impact sur la réception des œuvres. La réception n’est pas un processus passif où les individus consomment simplement des produits culturels. Au contraire, Jean-Claude Passeron soutient que la réception est un processus actif et socialement situé qui est influencé par les dispositions sociales, les connaissances préalables et les expériences des individus. Pour Bernard Lahire également, la sociologie de la réception ne se réduit pas à une simple réception passive de messages culturels. Il souligne que la sociologie de la réception « s’intéresse davantage aux formes variées de l’expérience faite avec l’art ou avec différentes sortes de biens culturels, aux formes multiples d’appropriation des œuvres d’art ou des biens culturels, aux manières plurielles de s’approprier les mêmes textes, les mêmes tableaux, les mêmes spectacles »¹²⁴. Les individus s’approprient, interprètent et donnent du sens aux œuvres en fonction de leurs expériences, de leurs valeurs, de leur position sociale et de leur environnement culturel. La réception est donc un processus dynamique et interactif. La sociologie de la réception concerne toutes les formes d’expérience ou d’appropriation de l’œuvre. Le sens qui découle de l’expérience vécue est produit par la rencontre entre l’œuvre et les publics, il est multiple et varié.

Pour sa part, le philosophe Christian Ruby s’attache à la signification du terme de *spectateur*. L’auteur se rallie aux idées évoquées précédemment concernant les publics, mais pour lui on ne naît pas spectateur, on le devient.

« Cela souligne d’autant mieux qu’il n’existe ni nature, ni déterminisme biologique du spectateur d’art et de culture, disons de l’œil ou du “ désir de voir ”. La sensibilité esthétique (à ce visuel, cet auditif, ce touchable) n’est pas innée, mais construite anthropologiquement, historiquement et socialement, par le truchement d’objets culturels, de discours et d’institutions répertoriées. »¹²⁵

Les travaux de Christian Ruby, qui s’inspirent des champs historique, sociologique et

¹²³ PASSERON Jean-Claude, « Consommation et réception de la culture. La démocratisation des publics », *Le(s) public(s) de la culture. Politiques publiques et équipements culturels*, in Olivier Donnat (dir.), Paris, Presses de Sciences Po, « Académique », 2003, p. 386.

¹²⁴ LAHIRE Bernard, « Entre sociologie de la consommation culturelle et sociologie de la réception culturelle », *Idées économiques et sociales*, n°155, 2009/1, p. 7.

¹²⁵ RUBY Christian, *Devenir spectateur: Invention et mutation du public culturel ?*, Toulouse, Éditions de l’Attribut, 2017, p. 28.

linguistique, rendent compte de la construction spectatorielle de l'art et de la culture : le rapport aux œuvres n'est pas mécanique, il se construit.

« Chaque conduite de spectateur appartient d'abord à tel ordre symbolique, à la culture entendue au sens anthropologique comme ensemble partagé de signes, de valeurs, de codes, d'actes et de pratiques, lequel se déploie, se complète, s'amplifie, exclut, s'impose parfois à d'autres cultures, et se constitue ou se transforme historiquement. »¹²⁶

Cette construction dans le rapport à l'œuvre est importante pour notre analyse car la manière dont les publics perçoivent et interagissent avec l'art et la culture est influencée par les systèmes de significations et de valeurs qui sont en place dans la société. Ces systèmes culturels sont en constante évolution et peuvent varier d'une époque à l'autre, d'une société à l'autre. De plus, la façon dont les publics appréhendent une œuvre d'art ou une manifestation culturelle est façonnée par un contexte culturel et historique spécifique. La quête des publics devrait avoir pour but l'intégration d'une multitude de formes d'interprétation et d'appropriation de l'œuvre depuis leur propre culture pour rendre légitime leurs modes d'expression et d'émancipation.

Nous nous intéressons ainsi aux processus qui impliquent une interaction entre l'œuvre et les publics. Le rapport que les spectateurs entretiennent avec les œuvres *via* un dispositif numérique peuvent ainsi générer des changements dans leur réception.

Il est important de prendre en compte l'expérience des publics lorsqu'ils sont confrontés à une œuvre *via* des dispositifs de médiation culturelle. La médiation culturelle se présente alors comme une approche clé pour parvenir à notre objectif d'expression et d'émancipation. Il s'agit dans notre étude de comprendre la notion même de médiation culturelle et les principes qui la sous-tendent. Une fois cette compréhension établie, il deviendra alors possible d'explorer les différentes activités qui se déploient dans le cadre de la médiation culturelle et notamment dans le cadre de la médiation culturelle numérique.

1.3 Repenser la démocratisation culturelle : le rôle essentiel de la médiation culturelle

La médiation culturelle en tant que concept¹²⁷, rappelle Marie-Christine Bordeaux, s'est

¹²⁶ *Ibid.*, p. 28.

¹²⁷ BORDEAUX Marie-Christine, « La médiation culturelle est-elle un concept dépassé ? », in Cécile Camart, François Mairesse, Cécile Prévost-Thomas et Pauline Vessely (dir.), *Les mondes de la médiation culturelle, vol.1 : Approches de la médiation*, Paris, L'Harmattan, coll. « Les cahiers de la médiation culturelle », 2016, p. 39.

élaborée en parallèle et en résonance avec les transformations des structures culturelles. La recherche sociologique a doté d'outils conceptuels cette réflexion sur ces transformations. Ainsi, La chercheuse affirme que pour aller au-delà de la constatation selon laquelle la fréquentation des musées est influencée par des facteurs sociaux et l'éclectisme d'un public favorisé, longuement marqué par les enquêtes sur *Les pratiques culturelles des Français*, le concept de médiation culturelle a apporté de nouvelles perspectives dans l'étude de la culture. La médiation offre une approche qui met l'accent sur la compréhension des processus et des interactions qui se produisent dans le rapport à la culture, plutôt que de simplement observer les résultats centrés sur la fréquentation des publics. De cette manière, « penser les pratiques culturelles par le prisme de la médiation, c'est prendre acte du rôle du sujet dans l'élaboration du sens de son expérience, esthétique et culturelle, et s'intéresser à la question générale de la circulation et de l'appropriation des représentations, des savoirs et des goûts culturels »¹²⁸.

Il s'agit de considérer les pratiques culturelles comme un processus dans lequel les sujets (en tant qu'individus et pas seulement comme acteurs ou public) jouent un rôle actif. La médiation culturelle vise à créer des espaces de rencontre, de dialogue et d'échange entre les œuvres et les individus, au même temps qu'elle cherche à favoriser l'accès et la participation active des individus à la vie culturelle. Comme le souligne Marie-Christine Bordeaux, pour commencer à penser les pratiques culturelles à travers le prisme de la médiation culturelle, il aura fallu rendre compte de l'échec de la démocratisation culturelle. De même, la décentralisation a été remise en question après que les professionnels se sont rendu compte que ce sont toujours les mêmes personnes qui profitent de propositions culturelles. Ces méthodes ont été jugées insuffisantes aux yeux des professionnels de la culture, souhaitant donc repenser leur relation avec les publics.

La rhétorique de l'échec de la démocratisation culturelle est en partie dûe à l'inefficacité des politiques culturelles mises en œuvre par les institutions : les écarts entre les groupes sociaux se sont maintenus, discréditant ainsi la possibilité de rendre accessible les œuvres aux publics par le simple choc esthétique¹²⁹ :

« La mise en évidence des pourcentages différentiels des fréquentations des équipements culturels, a renforcé le caractère improbable de la réalisation de la démocratisation culturelle par la diffusion d'un discours inhérent aux constats de distribution sociale des pratiques culturelles et de ses explications sociologiques. »¹³⁰

¹²⁸ *Ibid.*, p. 40.

¹²⁹ FLEURY Laurent, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, *op.cit.*, p. 81.

¹³⁰ *Ibid.*, p. 76.

Par ailleurs, comme on ne sait pas définir ce qu'est la démocratisation culturelle, il est difficile de la promouvoir. Jean-Claude Passeron¹³¹ a distingué quatre contextes au cours desquels le concept de démocratisation de la culture est utilisé. Le premier fait référence au *nombre*, facilement mesurable, car il indique à partir des entrées au guichet la pratique d'une activité déterminée, montrant ainsi une augmentation des chiffres. En revanche, le nombre ne permet pas de rendre compte de la composition sociale des personnes qui fréquentent les structures culturelles et a donné un indicateur trompeur de la démocratisation, masquant ainsi les informations sur la composition sociale des flux. Le deuxième serait *l'inégalité sociale*. Les nouvelles enquêtes et les réflexions des sociologues ont modifié le regard social sur les inégalités culturelles à partir des années 1960¹³², ce qui a incité les chercheurs à examiner les pratiques culturelles sous un autre angle. Cette fois-ci, les sociologues ont procédé en différenciant les catégories de pratiquants d'une activité et en mettant en valeur les éléments statistiques permettant de calculer la « diminution des écarts »¹³³. Le troisième fait référence aux « probabilités d'accès selon les catégories sociales »¹³⁴. Dès les années 1970, il y a un développement de la sociologie et un intérêt pour l'analyse de la démocratisation de la culture à partir du raisonnement et du calcul en termes de probabilités pondérées¹³⁵. Les données obtenues sont analysées de telle manière que l'on spécifie non seulement la composition sociale, mais les *chances* pour chacun des membres d'une catégorie sociale de se retrouver dans une pratique et non dans une autre.

« On se rapproche, par le calcul des chances, de la perception que les individus ont de ce qui "se passe" dans leur environnement proche (donc accessible à l'enquête de proximité), c'est-à-dire de ce qui les motive ou les dé motive en leur faisant apparaître les futurs possibles comme plus ou moins probables en fonction de leur expérience quotidienne. »¹³⁶

Le dernier est la « démocratisation d'un rapport social »¹³⁷. C'est un terme emprunté à la psychologie sociale dans « l'étude des *Leaderships* (démocratique ou autoritaire) et de l'inégalité du pouvoir des acteurs de modeler leur "interaction" »¹³⁸. Il a été utilisé pour examiner les relations pédagogiques entre les enseignants et les élèves, les formateurs et les apprentis, les animateurs et leur public. Dans cette perspective, une relation est considérée

¹³¹ PASSERON Jean-Claude, « Consommation et réception de la culture. La démocratisation des publics », *Le(s) public(s) de la culture. Politiques publiques et équipements culturels*, in Olivier Donnat (dir.), Paris, Presses de Sciences Po, « Académique », 2003, p. 372.

¹³² *Ibid.*, p. 373-374.

¹³³ *Idem.*

¹³⁴ *Idem.*

¹³⁵ *Ibid.*, p. 376.

¹³⁶ *Ibid.*, p. 377.

¹³⁷ *Ibid.*, p. 378.

¹³⁸ *Idem.*

comme plus "démocratique" lorsqu'il y a une diminution de l'autorité imposée par la personne bénéficiant de la dissymétrie de pouvoir dans l'interaction. Néanmoins, les effets pédagogiques de cette démocratisation des relations dans le contexte de l'apprentissage, de l'enseignement ou de la familiarisation avec un bien culturel ne sont pas sans conséquence sur la formation de la demande et l'acquisition des compétences.

En outre, Olivier Donnat et Sylvie Octobre¹³⁹ montrent qu'il existe également une polysémie du terme « démocratisation ». Le terme est utilisé par les pouvoirs publics pour fonder leur action dans le domaine culturel, faisant ainsi obstacle à la polémique liée à l'évolution des pratiques culturelles et des publics de la culture. Selon eux, il induit trois sortes de confusions : la première concerne l'offre culturelle et les objectifs liés à la question des publics, qui sont attachés d'une certaine manière à l'ambiguïté du terme « accès ». La deuxième réside dans le fait que certains « objectifs se traduisent en termes d'augmentation du volume de fréquentation (ou de pratiquants) et que d'autres visent à modifier la structure sociale des publics concernés »¹⁴⁰. Depuis la création du ministère des Affaires Culturelles, une volonté s'est affirmée pour attirer des personnes les moins « spontanément portées »¹⁴¹ vers l'art, ce qui a conduit à la mise en place de politiques spécifiques en direction des milieux les plus défavorisés. Enfin, la troisième confusion est centrée sur les objectifs quantitatifs (fréquentation) et les objectifs de nature plus qualitatifs. L'action culturelle cherche à favoriser l'appropriation de la culture plutôt qu'à augmenter le nombre d'entrées. Cela passe par une meilleure information et une fréquentation accrue des œuvres et des équipements grâce à une politique de fidélisation. Il faut néanmoins prendre en compte le fait que l'augmentation de la fréquentation et l'accroissement du nombre d'entrées ne signifient pas nécessairement une démocratisation de l'accès à la culture.

Ces différents apports nous permettent de mieux cerner la démocratisation culturelle, qui a reconstruit divers échecs et limites dans sa mise en œuvre. Nous pouvons observer que les politiques culturelles traditionnelles et l'accent mis sur l'augmentation quantitative de la fréquentation des équipements culturels n'ont pas réussi à réduire les écarts sociaux et à rendre les œuvres accessibles à tous les publics. De plus, la diversité des définitions données à ce que l'on entend par démocratisation culturelle a porté à confusion et a donné lieu à des objectifs parfois contradictoires en lien avec la fréquentation de publics. Nous considérons qu'il est donc préférable de clarifier les objectifs axés sur le développement des publics et

¹³⁹ DONNAT Olivier et OCTOBRE Sylvie, *Les Publics des équipements culturels, méthodes et résultats d'enquêtes*, Paris, Département des études et de la prospective, ministère de la Culture et de la Communication, 2001, p. 19.

¹⁴⁰ *Ibid.*, p. 19.

¹⁴¹ *Ibid.*, p. 19.

d'adopter une approche plus qualitative, en mettant l'accent sur l'appropriation culturelle et l'accompagnement des publics. L'un des objectifs de cette thèse est d'apporter une étude qualitative centrée sur l'appropriation de l'œuvre par le biais d'un dispositif numérique.

La médiation culturelle offre de vraies perspectives pour une démocratisation culturelle. Elle joue un rôle crucial dans la réflexion et la transformation des structures culturelles et permet de repenser les relations entre les professionnels de la culture et le public, de favoriser l'information, la fidélisation et l'acquisition de compétences culturelles. De même, elle permet d'analyser la culture au-delà de la sphère sociale et de comprendre le rôle du sujet dans l'élaboration du sens de son expérience esthétique et culturelle.

1.3.1 Contexte d'apparition de la médiation culturelle : pour un développement de la culture

Comme nous l'avons dit dans l'introduction, la notion de médiation culturelle suscite des débats concernant sa définition. Nathalie Montoya souligne que la notion est étroitement liée à l'histoire des politiques culturelles et à celle des initiatives de démocratisation culturelle. La médiation culturelle englobe diverses pratiques et méthodes qui visent à établir une connexion entre la production artistique et les publics. Dans son sens le plus large, la médiation culturelle désigne l'ensemble des processus et des actions visant à rendre la culture accessible et compréhensible par tous.¹⁴²

Les années 1970 sont marquées par le passage de Jacques Duhamel au ministère des Affaires culturelles, dans le sillage des événements de Mai 68, et dans le but de rassembler culture et croissance¹⁴³, Jacques Duhamel propose une nouvelle philosophie d'action afin de redéfinir les missions du ministère. La notion d'*action culturelle* caractéristique des années Malraux est abandonnée au profit de celle de *développement culturel* proposé par le ministère de Jacques Duhamel, qui tente alors d'apporter des solutions à une situation de crise culturelle en proposant d'ouvrir les voies d'accès plutôt que la simple mise en contact avec la culture. Jean Caune explique le développement culturel en ces termes : « On est passé d'une action qui se voulait fondatrice d'une identité nationale, à une action de participation au changement. »¹⁴⁴ Il s'agissait aussi de protéger la création. En parallèle, l'animation s'est développée avec pour

¹⁴² MONTOYA Natalie, « Médiation et médiateurs culturels : quelques problèmes de définition dans la construction d'une activité professionnelle », *Lien social et Politiques*, n° 60, 2008, p. 25.

¹⁴³ CAUNE Jean, « Pratiques culturelles, médiation artistique et lien social », *Hermès, La Revue*, n° 20, 1996/2, p.171.

¹⁴⁴ CAUNE Jean, *La culture en action : de Vilar à Lang : le sens perdu*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1992, p. 180.

fonction d'« accompagner les publics, non pas vers les œuvres mais vers lui-même [la personne], en passant pour la transformation de l'individu ou du collectif. De ce fait, les outils de médiation ne sont pas là où l'on croit ». ¹⁴⁵ Selon Serge Chaumier, dans l'animation culturelle, « ce ne sont pas les outils de médiation qui sont alors au service des œuvres, mais celles-ci qui sont au service des hommes, pour leurs relations, leur développement, leur interaction. Cette approche est essentielle, car alors les œuvres [...] sont au service des hommes et de leur projet de vivre ensemble. » ¹⁴⁶. Cette conception invite à penser la médiation, le savoir, comme le cœur du projet de l'établissement culturel. Cette idée d'animation émerge de Mai 1968, mais elle sera rejetée par la milieu culturel.

Le conflit entre *action culturelle* et *action artistique* amène à des changements dans le contenu et la philosophie de l'action culturelle, et de manière significative, il invite à remplacer le terme *animation* par celui de médiation. ¹⁴⁷ Le terme de médiation culturelle se développe graduellement au cours des années 1980 dans un climat de bouleversement politique et économique ¹⁴⁸. Une crise économique et sociale frappe une France divisée, impuissante face au creusement de la fracture sociale et aux mécanismes d'exclusion. Des modifications importantes dans les objectifs culturels vont apparaître à cause du basculement économique de l'époque : « Le renversement de la social-démocratie et le basculement de pans entiers de l'économie publique, dans la sphère du marché, vont jouer un rôle considérable dans la reformulation des objectifs culturels. » ¹⁴⁹

L'arrivée de Jack Lang au ministère de la Culture en 1981 transforme la manière d'envisager le rôle de l'État en matière culturelle ; une nouvelle doctrine d'action est ainsi portée par le ministère des Affaires culturelles :

« Le ministère chargé de la Culture a pour mission : de permettre à tous les Français de cultiver leur capacité d'inventer et de créer, d'exprimer librement leurs talents et de recevoir la formation artistique de leur choix ; de préserver le patrimoine culturel national, régional ou des divers groupes sociaux pour le profit commun de la collectivité tout entière ; de favoriser la création des œuvres de l'art et de l'esprit et de leur donner la plus vaste audience ; de contribuer au rayonnement de la culture et de l'art français dans le libre dialogue des cultures du monde. » ¹⁵⁰

¹⁴⁵ CHAUMIER Serge, « Post-médiation ? Trans-médiation ? La quête du Graal culturel », in Cécile Camart, François Mairesse, Cécile Prévost-Thomas et Pauline Vessely (dir.), *Les mondes de la médiation culturelle. Vol. 1 : Approches de la médiation*, Paris, L'Harmattan, coll. « Les cahiers de la médiation culturelle », 2016, p. 67-68.

¹⁴⁶ *Ibid.*, p. 68.

¹⁴⁷ CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation culturelle*, Paris, Armand Colin, 2013, p. 107.

¹⁴⁸ *Ibid.*, p. 153.

¹⁴⁹ *Idem.*

¹⁵⁰ Décret du 10 mai 1982 relatif à l'organisation du ministère de la Culture.

La médiation culturelle se développe au sein des institutions culturelles, principalement dans les musées, en vue de participer de manière plus efficace au fonctionnement de la vie culturelle et à l'élargissement des publics cibles de la culture. De nouveaux postes sont créés et des missions inspirées de la médiation culturelle vont apparaître dans les établissements culturels, cette fois-ci pas seulement au sein des musées mais également dans les structures du spectacle vivant. Durant le ministère de Jack Lang, la dynamique de la médiation privilégie la mise en avant des œuvres et des savoirs qui doivent être adressés à des publics spécifiques. Contrairement à l'approche précédente qui mettait l'accent sur la confrontation œuvre – publics, la médiation part des œuvres et des contenus pour les rendre accessibles aux publics.¹⁵¹ En effet, certains acteurs du milieu culturel se contentent de recommander le seul accompagnement des publics dans leur rencontre avec l'art, sans proposer des outils pour favoriser l'appropriation. Dans ce contexte critique, la politique de démocratisation culturelle continue de faire polémique. Cependant, en dépit de l'accroissement des publics généré par la multiplication des offres culturelles, leur composition sociologique ne varie que très peu. C'est notamment ce qu'observe Pierre Bourdieu qui, comme le rapportent Serge Chaumier et François Mairesse, « va ainsi plaider pour que le musée ne se contente pas seulement d'exposer, mais qu'il mette en place des outils d'interprétation et d'appropriation. »¹⁵²

Au cours des années 1990, la médiation culturelle, en tant que pratique professionnelle, s'est développée en s'appuyant sur le discours politique de la « fracture sociale »¹⁵³. Marie-Christine Bordeaux souligne que la médiation s'est implantée dans les services de relations avec le public et a investi la sphère de l'action sociale en raison de ses capacités réparatrices avec une orientation « vers des publics-cibles, représentant des fractions dominées ou exclues de la société »¹⁵⁴. Les médiateurs dirigent donc leur travail autour de la recherche du « non-public », tout en sachant combien la transmutation du « non-public » est une visée problématique. La médiation recouvre aussi la sphère éducative. L'éducation artistique met en évidence le partenariat entre le ministère de la culture et celui de l'éducation nationale, initié en 1983.

Même « si le mot médiation n'apparaît pas dans la Charte des missions de service public pour le spectacle vivant promue par Catherine Trautmann en 1998, l'esprit en est présent à travers l'idée d'approfondir les politiques de démocratisation et de participation. Catherine Tasca s'approprie la notion en 2001 pour annoncer le plan qu'elle prépare avec Jack Lang sur l'éducation artistique et

¹⁵¹ CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation culturelle*, *op.cit.*, p. 108.

¹⁵² *Ibid.*, p. 83-84.

¹⁵³ BORDEAUX Marie-Christine, « La médiation culturelle est-elle un concept dépassé ? », *op.cit.*, p. 45.

¹⁵⁴ *Ibid.*, p. 45.

culturelle qui vise, selon ses propres termes, à “ renforcer les médiations culturelles”. »¹⁵⁵

C’est à partir de ces réflexions que les services aux publics se développent,

« afin de mettre en place des instruments de médiation. C’est cette prise de conscience qui explique la montée en puissance de ces logiques depuis les années soixante-dix, jusqu’à l’inscription dans la loi de musée de 2002 de la nécessité des services des publics dans les institutions labellisées. Ce qui entre en jeu vise alors à fournir des codes, des clés de lecture, à ceux qui n’en disposent pas nécessairement par leur milieu d’origine ou par leur formation initiale »¹⁵⁶.

La thématique de la « médiation culturelle » fait son apparition dans ce contexte et ne cessera d’évoluer depuis ; son développement s’est par ailleurs accru sur l’insistance des pouvoirs publics qui cherchent à pallier « l’échec » de la démocratisation et à renouer le dialogue social, faire acte de cité.

Les débats sur la culture développés entre les années 1960 et 1980 étaient liés à des oppositions entre la culture dominée, expression de lutte sociale et d’émancipation nationale, et la culture dominante, culture bourgeoise. L’ambition d’une transformation sociale et politique a été remplacée à la fin des années 1980 par un réalisme qui prenait acte des inégalités culturelles et à un renoncement de la part des acteurs politiques à l’idée qu’ils pouvaient vraiment changer le monde par le biais de la culture.¹⁵⁷ Ainsi, la médiation culturelle s’est installée dans un rapport entre l’action (l’art comme valeur et pratique) et la culture (sentiment d’appartenance à une collectivité).¹⁵⁸

Comprendre les pratiques culturelles d’un point de vue sociologique permet, selon Laurent Fleury, de garder comme lieu d’observation les espaces de réception de l’art pour « décrire les expériences esthétiques des sens donné par les personnes ». ¹⁵⁹ Pour l’auteur, les structures culturelles représentent « l’un de ces lieux potentiels de structuration des comportements et des représentations qui les accompagnent ». ¹⁶⁰ Elles se définissent comme un élément possible de réalisation de l’idéal de démocratisation, car elles deviennent un acteur à part entière de la politique culturelle.

Dans le cadre de notre thèse nous proposons une synthèse de ce qu’est la médiation culturelle, car elle englobe diverses pratiques et méthodes visant à établir une connexion entre les

¹⁵⁵ SAEZ, Jean-Pierre, « Les paradoxes de la médiation culturelle », *L’Observatoire*, vol. 51, n° 1, 2018, p. 1.

¹⁵⁶ CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation culturelle, op.cit.*, p. 84.

¹⁵⁷ CAUNE Jean, « La médiation culturelle. Notion mana ou nouveau paradigme ? », *L’Observatoire*, n° 51, 2018, p. 9.

¹⁵⁸ *Idem.*, p. 9.

¹⁵⁹ FLEURY Laurent, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles, op.cit.*, p. 42.

¹⁶⁰ *Idem.*, p. 42.

œuvres et les publics. Émergeant dans un contexte marqué par des débats sur la culture, entre la culture dominée et la culture dominante, la médiation devient un enjeu politique, visant à pallier les inégalités culturelles et à renouer le dialogue social. Elle se présente comme un pont entre les œuvres culturelles et les publics, visant à rendre la culture accessible, à susciter l'intérêt et à encourager la participation active des individus. Son développement s'inscrit dans un rapport entre l'action artistique et la culture, permettant de comprendre les pratiques culturelles d'un point de vue sociologique.

Son développement s'inscrit dans une grande variété de pratiques de médiation culturelle, allant des visites guidées et des conférences aux ateliers interactifs, aux performances participatives et aux projets collaboratifs. On reconnaît que le sens et la valeur d'une expérience culturelle sont façonnés par l'interaction entre le sujet (l'individu) et l'objet culturel (l'œuvre, le spectacle). La notion de médiation culturelle met ainsi en évidence le rôle actif du sujet dans la construction du sens. Chaque approche a pour objectif de créer des moments d'échange et d'interaction entre les personnes et les œuvres, en favorisant l'expérience personnelle et l'appropriation de la culture.

La médiation culturelle est une réponse aux nouvelles formes de construction de liens entre les individus et les œuvres. Elle tient compte des constats d'échec de la démocratisation culturelle où la simple disponibilité des œuvres ne garantissait pas leur accessibilité ou leur compréhension par tous les publics. Ainsi, la médiation culturelle vise à démocratiser la culture en se concentrant sur les processus et en créant des espaces qui permettent aux individus d'interpréter et de s'appropriier les œuvres.

Enfin, la médiation culturelle s'inscrit dans un mouvement de convergence ascendante entre l'art et la culture, favorisé par les pratiques culturelles traditionnelles et amplifié par les nouvelles technologies numériques. Les nouvelles pratiques numériques ont ouvert d'autres perspectives en permettant une forme de médiation culturelle. Il s'agit de savoir ce que le numérique peut apporter à la médiation culturelle, non pas comme simple partage de contenus ou comme diffusion de la culture mais comme contribution à la relation avec l'œuvre, c'est-à-dire à l'interprétation et à l'appropriation de l'œuvre, à la construction de soi-même, au partage des savoirs, au vivre ensemble¹⁶¹.

¹⁶¹ CHAUMIER Serge, « Post-médiation ? Trans-médiation ? La quête du Graal culturel », *op.cit.*, p. 68.

1.3.2 Les enjeux de la médiation culturelle

La notion de « médiation culturelle », par sa polysémie, suscite de nombreuses incompréhensions et controverses. Pour rappel, le terme « médiation » ne relève pas spécifiquement du champ culturel, comme l'écrivent Serge Chaumier et François Mairesse dans leur ouvrage *La Médiation culturelle* : « Généralement, la fonction du médiateur est liée à un conflit potentiel que ce dernier, par sa position de neutralité, est censé résoudre. »¹⁶² Le terme médiation implique l'idée de s'interposer, servir d'intermédiaire, résoudre un conflit, un désaccord, un litige de manière pacifique. La notion de « médiation culturelle » apparaît pour faire face à l'aggravation de la fracture sociale et aux phénomènes d'exclusion. Elle définit l'ensemble des relations entre les structures culturelles, les œuvres proposées, les pratiques artistiques et leurs publics, avec pour ambition d'améliorer et de transformer ces relations.

Comme nous l'avons dit, la médiation culturelle continue d'évoluer, de se redéfinir et de se réinventer. Cependant, la polysémie de ce terme dérange, faisant sans cesse polémique parmi les acteurs du monde culturel. Deux conceptions majeures s'affrontent : l'une, plus conservatrice, présente la médiation comme un intermédiaire chargé de vulgariser le propos d'une œuvre pour le rendre accessible auprès d'un public non-initié¹⁶³ – il s'agit alors d'une adaptation du discours visant à fournir des clés interprétatives de lecture et de compréhension d'une œuvre et on part donc de l'objet (l'œuvre) pour s'adresser à un sujet (le public) – et cette approche témoigne d'une vision très verticale de la transmission des savoirs, des connaissances ; l'autre met davantage l'accent sur la volonté d'échange, de partage d'expérience, ainsi que sur la construction guidée mais autonome des significations des projets artistiques – elle s'inscrit par conséquent dans une relation plus horizontale. Ce qui prévaut dans cette approche, c'est la rencontre qui induit une mise en jeu de soi-même, de sa relation avec soi-même et avec autrui. On part ainsi de l'expérience (l'individu) pour aborder l'objet (l'œuvre). L'objectif est de créer les conditions propices pour inciter l'individu à exprimer ses émotions, ses ressentis, à prendre du recul en verbalisant son interprétation, tant pour lui-même que pour les autres, à rechercher et à créer des liens afin de donner du sens. L'interprétation permet de s'appropriier l'œuvre et, par cet acte, de tendre vers son émancipation.

Cette dernière approche, qui favorise la rencontre entre les personnes et l'œuvre, fait écho à la

¹⁶² CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation culturelle*, op.cit., p. 154.

¹⁶³ CHAUMIER Serge, « Musées et patrimoine : nouvelles formes de médiation, nouveaux projets », in *La médiation culturelle : ferment d'une politique de la relation*, L'Observatoire, n° 51, 2018, p. 40-41.

définition que Serge Chaumier et François Mairesse attribuent à la médiation culturelle :

« La médiation culturelle nécessite un ensemble d'outils, de techniques, de démarches, de méthodologies. Ces moyens sont au service de la confrontation, du dévoilement à soi-même. Un dévoilement qui passe par l'art ou par des ressources qui nous permettent de nous confronter à l'art, de l'approcher, de le comprendre, de le saisir, d'en percevoir le sens, d'en attribuer un nouveau qui devient le nôtre au travers d'un cheminement et d'un processus d'appropriation, de redéploiement dans nos propres vies et de constructions de nos personnalités. »¹⁶⁴

La médiation serait donc un processus qui cherche à la fois à créer des mises en relation, à se confronter à l'art et à se familiariser avec lui. Elle consiste de ce fait à créer les conditions pour faire de cette rencontre entre l'œuvre et le public une expérience riche de la variété des enjeux qu'elle engage. En effet, cela recouvre à la fois une dimension sensible, subjective et personnelle, qui fait appel à l'imaginaire et au symbolisme, tout autant qu'à une dimension sociale, énonciative et collective. Ces dimensions se fondent sur l'échange, la confrontation avec autrui, le partage, dans l'acceptation de chacun et le respect des interprétations que, très souvent, les artistes, eux-mêmes, revendiquent pour leurs productions. En d'autres mots :

« La médiation culturelle vise moins à expliquer le contenu des œuvres, même si cela peut être aussi et parfois le cas, qu'à instaurer un mode relationnel spécifique. Dès lors, et dans l'absolu, le travail de médiateur ne vient pas en prolongement, comme approfondissement ou comme explication de texte du travail de l'artiste, il se situe ailleurs, pour produire fondamentalement autre chose. [...] On ne peut parler d'autonomie, dans la mesure où la médiation culturelle vise à s'inscrire dans la vie, pour déployer d'autres possibles entre les hommes et leur univers, des formes de constructions partagées où l'art lui-même devient le moyen de médiation des modes des partages. »¹⁶⁵

La médiation culturelle incarne également la relation qu'un médiateur crée avec les publics à travers une proposition artistique afin de favoriser une connaissance, une appréhension et une appréciation. La question de l'appréciation d'une œuvre n'est souvent possible que dans un déploiement de sens et ne peut être formulée dans l'immédiateté. Elle résulte en effet d'un processus de formation du goût, un long travail fondé sur l'expérience. Toutefois, cette réception, cette appréciation, ce jugement de goût, forment un phénomène perceptuel et intellectuel complexe qui peut déconcerter – même si certaines œuvres ne sont en rien hermétiques. C'est d'autant plus le cas lorsque le public ne dispose pas d'un patrimoine suffisant de connaissances des domaines esthétiques et de l'histoire de l'art qui s'acquièrent par l'expérience, c'est-à-dire la fréquentation, ou par la formation. Sans ces pré-requis, de très nombreuses productions artistiques modernes et contemporaines sont d'abord réhilitaires

¹⁶⁴ CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation culturelle*, op.cit., p. 52.

¹⁶⁵ *Ibid.*, p. 35.

pour un très large public.

Les actions de médiation introduisent le public à une approche de l'œuvre qui recourt aux sens physiologiques (vue, ouïe, odorat, toucher) pour éveiller en lui une autre façon de se rapprocher de l'art, plutôt que de lui donner accès à des explications tacites de l'œuvre. Mais, comment apprécier l'art lorsque l'on se sent éloigné ou très peu concerné par cet univers ? Le rôle du médiateur consiste, entre autres fonctions, à instaurer ou restaurer un sentiment de légitimité chez les individus ressentant cet éloignement pour s'approprier librement les œuvres.

En outre, Bernard Lamizet définit la médiation culturelle comme la création des formes culturelles d'appartenance et de sociabilité. L'individu lui donne un langage et une forme à partir de l'appropriation des objets culturels qui « fonde[nt] symboliquement les structures politiques et institutionnelles du contrat social ».¹⁶⁶ L'auteur met en avant l'importance de la médiation et de sa mise en œuvre par les structures culturelles. Selon lui, « la dimension collective et institutionnelle de l'existence sociale ne pourrait faire l'objet d'une reconnaissance, ni, *a fortiori*, d'une appropriation par les acteurs de la sociabilité »¹⁶⁷. C'est un travail collectif, par sa dimension sociale et culturelle, qui favorise l'appropriation des œuvres par le public.

Pour sa part, Jean Caune souligne que la pensée de l'art doit se construire en intégrant l'idée de processus. Il s'agit d'un « processus ternaire qui met en relation une énonciation (un acte de parole) à propos d'un processus ou d'un objet artistique ; un support matériel (un médium) et un cadre de circonstances (un contexte) qui permet de construire le sens »¹⁶⁸. Néanmoins, il semble que cela ne soit pas suffisant. C'est à partir de l'expérience, de « la réalité intérieure et la vie extérieure »¹⁶⁹, que le public construit une activité créatrice et une quête de soi. La médiation culturelle est donc un processus continu mené par les médiateurs culturels pour renforcer cette relation. Elle joue un rôle essentiel dans la création de sens et l'appropriation des objets culturels, mais on ne doit pas oublier que l'expérience et le processus personnel sont également des éléments à prendre en compte dans la construction de la pensée et de l'identité individuelle.

Jean Caune souligne que la différence entre le discours de la médiation culturelle et celui de la démocratisation culturelle, réside dans le fait que le premier ne se réfère pas seulement au

¹⁶⁶ LAMIZET Bernard, *La Médiation culturelle*, *op.cit.*, p. 9.

¹⁶⁷ *Idem*, p. 9.

¹⁶⁸ CAUNE Jean, « La médiation culturelle : une notion *mana* ou l'usure du sens », *op.cit.*, p. 33.

¹⁶⁹ *Idem*, p. 33.

rapport à l'œuvre artistique mais aux langages artistiques dans la construction de l'individu et de son lien aux autres. La médiation culturelle « comme action et comme pensée »¹⁷⁰ dans les différents champs relatifs à l'art, considère, d'une part, l'art comme valeur et comme pratique et, d'autre part, comme dimension culturelle en tant qu'elle renvoie au sentiment d'appartenance à une collectivité¹⁷¹. L'expérience esthétique, vécue par la personne, ne se réduit pas à la simple réception de l'objet d'art. La médiation culturelle devrait permettre de réfléchir au processus artistique et à ses enjeux de signification dans un espace culturel donné même si la réception d'un objet artistique relève aussi d'une dimension sensible, donc subjective.

Cela nous amène à considérer l'affirmation suivante : « La diffusion et l'appropriation des productions symboliques et des œuvres de l'esprit ne concernent pas seulement l'élargissement des publics, elles s'inscrivent dans le champ du politique, en ce que ce dernier suppose un accord potentiel avec autrui »¹⁷². Jean Caune invite à saisir la médiation culturelle et ses modes de fonctionnement à partir du paradigme de la culture, laquelle ne se définit plus par son essence mais plutôt par les effets collectifs qu'elle peut avoir sur la personne. Il faut introduire l'expérience et la construction de soi dans l'analyse des pratiques culturelles. Pour l'auteur, la médiation culturelle intervient aujourd'hui dans un contexte de manque de contact et de lien social. Celle-ci a donc pour finalité de mettre en lumière ce qui reste obscur, en favorisant les échanges entre les personnes. La médiation culturelle met en valeur le lien social et le langage expressif (la parole) à partir de l'échange avec l'autre et avec soi-même. Dans le contexte actuel, les contacts physiques et les liens sociaux se créent aussi par le biais du numérique. En conséquence, la médiation culturelle doit intervenir pour valoriser les liens sociaux produits par la multiplication des espaces physiques et virtuels, où les individus peuvent se rencontrer, échanger et partager des expériences culturelles.

Les travaux d'Antoine Hennion appréhendent la médiation culturelle d'un autre point de vue, puisque celui-ci privilégie la notion d'*attachement* à celle de médiation culturelle. Selon l'auteur, la médiation est déjà chargée de sens et de source de malentendus, le terme *attachement* traduit mieux l'idée d'un lien et d'une transformation réciproque entre les humains et les objets : « Les attachements, c'est tout cela, les corps et les collectifs, les choses et les dispositifs, tous sont des médiateurs, ils sont à la fois déterminants et déterminés, ils

¹⁷⁰ CAUNE Jean, « La médiation culturelle. Notion mana ou nouveau paradigme ? », *L'Observatoire*, n° 51, 2018, p. 9.

¹⁷¹ *Ibid.*, p. 9.

¹⁷² *Ibid.*, p. 10.

portent des contraintes et font rebondir le cours des choses. »¹⁷³ L'auteur constate, en s'appuyant sur ses enquêtes qui portent sur les amateurs de musique classique et les différents moyens dont ils disposent pour découvrir la musique, qu'on ne peut considérer qu'il existe un seul type de médiateur, mais qu'il en existe autant qu'il existe de savoirs, activités, objets.

« Le goût, la passion, les diverses formes d'attachement ne sont pas des données premières, des propriétés fixes des amateurs, que l'analyse n'aurait qu'à déconstruire. Les publics sont actifs et producteurs, ils ne cessent de transformer aussi bien les objets et les œuvres que les performances et les goûts. Insistant sur le caractère pragmatique et performatif des pratiques culturelles, l'analyse peut mettre en évidence leur capacité à transformer et à créer des sensibilités nouvelles, et non à seulement reproduire sans le dire un ordre existant. »¹⁷⁴

« Ce caractère réflexif du goût, c'est presque une définition, un geste fondateur, celui d'une attention, d'une suspension, d'un arrêt sur ce qui se passe – et, symétriquement, une présence plus forte de l'objet goûté : lui aussi s'avance, prend son temps, se déploie. »¹⁷⁵

Il s'agit alors de comprendre comment le public se saisit des objets à partir de la médiation culturelle qui lui est proposée et de voir comment il s'engage et interprète l'œuvre à partir de ses goûts et croyances. Antoine Hennion partage avec Jean Caune l'idée que la construction de soi se fait à travers l'expérience, et amène, avec la notion *d'attachement*, à penser au lien entre le public et l'œuvre à partir des objets : « Objets, au double sens que le terme a tout naturellement pris, celui de cibles de cet amour ou de ce goût, et celui de supports matériels, de choses, de formes, d'outils et de moyens dont la fermeté et la durée permettent à l'attachement de s'organiser autour d'eux. »¹⁷⁶

Le terme d'attachement nous semble pertinent pour aborder les expériences vécues des personnes qui ont participé aux projets numériques de médiation culturelle analysés dans notre travail de thèse. Prendre en compte la notion d'attachement dans notre réflexion permet d'analyser les dispositifs numériques et de répondre à notre hypothèse selon laquelle l'usage du numérique serait un outil adapté pour développer l'appropriation à l'œuvre à travers la création des contenus numériques. Ces projets seront détaillés et analysés dans les deuxième et troisième parties.

¹⁷³ HENNION Antoine, « Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur », *Sociétés*, n° 85, 2004/3, p. 22.

¹⁷⁴ HENNION Antoine, « 14. Ce que ne disent pas les chiffres... Vers une pragmatique du goût », Olivier Donnat éd., *Le(s) public(s) de la culture, Politiques publiques et équipements culturels*, Paris, Presses de Sciences Po, 2003, p. 288.

¹⁷⁵ *Ibid.*, p. 291.

¹⁷⁶ *Ibid.*, p. 294.

Dans notre étude, nous ferons donc référence à l'objet œuvre comme objet d'attachement. Le dispositif numérique, en tant que support pour la médiation culturelle, a pour but de mettre en relation l'œuvre et le public et par la même occasion de rendre possible une rencontre, une expérience qui amènerait à l'appropriation de l'œuvre. La tablette, le smartphone, le casque de réalité virtuelle, la plateforme en ligne seront des supports pour permettre à l'attachement de prendre place. Cela nous amène à nous demander si la rencontre entre l'œuvre et le public pourrait, grâce aux dispositifs numériques, améliorer, affiner et augmenter l'efficacité de l'appropriation de l'œuvre par le public.

1.3.3 La construction d'un espace pour la médiation culturelle

Pour parler de médiation culturelle, il est également important de rendre compte de l'espace dans lequel « se sont mises en œuvre les formes de la médiation, en ce qu'il s'agit du lieu dans lequel est possible une telle dialectisation des formes collectives et des représentations singulières »¹⁷⁷. Dans son ouvrage, *La médiation culturelle*, Bernard Lamizet fait référence à l'espace public en tant que lieu de médiation car il s'agit avant tout d'un espace de circulation défini par son usage. C'est dans l'espace public que se déroulent les activités culturelles, que cela soit dans un espace ouvert (théâtre de rue) ou dans un espace fermé (salle de théâtre). C'est dans cet espace public que les représentations ont lieu, parce que l'espace public devient un lieu dans lequel les personnes peuvent prendre conscience de l'appartenance collective, où s'expriment et se manifestent les formes collectives.¹⁷⁸ Ce lieu est aussi un espace physique où les pratiques culturelles des personnes se développent à travers une diversité d'activités qui englobent la médiation culturelle et se déroulent à la fois à l'intérieur des établissements culturels et à l'extérieur. Les actions culturelles créées vont à la rencontre des publics par le biais, entre autres, d'associations, d'établissements éducatifs, de centres d'animation culturelle, de bibliothèques. Dans cette perspective, si le public ne se rend pas spontanément dans les lieux qui proposent des activités culturelles, ce sont les actions de médiation culturelle qui sont mises en place pour aller à la rencontre des publics.

L'espace de la scène était, au XX^{ème} siècle, l'une des préoccupations majeures des acteurs du monde théâtral qui le concevaient comme un élément architectural essentiel des structures culturelles. Serge Chaumier et Françoise Mairesse accordent une grande importance à l'espace dans lequel l'œuvre opère, à savoir le lieu du spectacle vivant. Les auteurs rappellent que « la réflexion qui préside à la création d'un lieu culturel doit d'abord s'intéresser aux conditions par lesquelles le public va prendre connaissance de l'existence du lieu, l'identifier,

¹⁷⁷ LAMIZET Bernard, *La Médiation culturelle*, op.cit., p. 11.

¹⁷⁸ *Idem.*, p. 11.

y accéder, s’y trouver à son aise et l’utiliser ». ¹⁷⁹ Cette réflexion « participe également à la médiation dans la mesure où des choix sont opérés qui facilitent ou éloignent l’accessibilité et la compréhension ». ¹⁸⁰

L’élément visuel des lieux culturels, véhicule de circulation des idées et des images, remplit des fonctions symboliques, et peut influencer la fréquentation de ces lieux : « Selon les époques, ils vont incarner une vision et se mettre au service d’une politique culturelle. » ¹⁸¹ Depuis le XIX^{ème} siècle, des changements ont été opérés dans les salles à l’italienne des établissements culturels, par exemple, afin de favoriser l’accès aux œuvres et d’en faciliter la compréhension. Des modifications ont été apportées pour améliorer la visibilité des structures culturelles alors que les bâtiments eux-mêmes sont devenus plus modestes, tant pour des raisons de fonctionnalité que pour favoriser la désacralisation des rapports aux savoirs ¹⁸². « En favorisant une salle où les placements sont libres, où les prix sont unifiés, il s’agit dans les nouveaux théâtres construits depuis un demi-siècle de favoriser la proximité avec l’artiste et surtout d’aller à l’encontre des phénomènes d’intimidation culturelle » ¹⁸³. Il s’agit donc pour les lieux culturels de proposer une architecture qui encourage la rencontre d’un public encore confronté à des obstacles, à des héritages et à des idéologies qui les éloignent des établissements culturels.

Nous remarquons que les structures culturelles du spectacle vivant proposent de plus en plus des espaces de partage en dehors des moments de représentation comme des cafés-restaurants, des espaces multimédias, des marchés biologiques, des expositions, des librairies éphémères ¹⁸⁴ et un accès WI-FI. Ces initiatives transforment le lieu culturel en un espace de vie qui invite à revenir, à s’installer, à se sentir chez soi. Cette familiarité avec un lieu offre des conditions propices à la médiation culturelle.

Sandrine Dubouilh, quant à elle, analyse la culture de l’espace mais en s’intéressant à l’architecture. Elle remarque que « depuis les années 1970 s’est forgée l’idée tenace selon

¹⁷⁹ CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation culturelle, op.cit.*, p. 44.

¹⁸⁰ *Idem.*, p. 44.

¹⁸¹ *Idem.*, p. 44.

¹⁸² *Idem.*, p. 44.

¹⁸³ *Ibid.*, p. 45.

¹⁸⁴ Nous pouvons aussi par exemple faire référence aux espaces nommés “tiers-lieux”. « Ces centres de nouvelle génération proposent des espaces multiples à *n* dimensions sociales et fonctionnelles, comprenant autant de salles d’exposition interactives, cafés des savoirs, ateliers, salles de créativité, que d’espaces de test de dispositifs numériques.[...] À l’inverse des politiques de diffusion de la culture et des savoirs vers le “ grand public “, tout est pensé pour que les visiteurs s’interrogent sur l’apport et les limites de contenus scientifiques, technologiques ou culturels, et construisent de manière active et ascendante de nouveaux savoirs, cultures ou dispositifs créatifs. [...] Des friches industrielles comme La Belle de Mai à Marseille, Le Centquatre à Paris ou le Emscher Park dans la Ruhr en Allemagne défendent une vision dynamique du patrimoine culturel. Ces friches œuvrent, depuis une vingtaine d’années, à l’expérimentation, à la coproduction et à ancrer la culture dans les territoires. », BESSON Raphaël, « Les tiers-lieux culturels. Chronique d’un échec annoncé », *L’Observatoire*, n° 52, 2018/2, p. 18.

laquelle il est possible de produire des spectacles dans tout type d'espaces, ce que ne dément pas la diversité des lieux utilisés. Attirés par ces espaces alternatifs, on ne s'est plus vraiment intéressé au bâtiment théâtral qui a pourtant bien prospéré dans notre pays depuis une trentaine d'années. »¹⁸⁵ Ceux-ci font également oublier l'évolution du bâtiment théâtral. L'autrice soulève ainsi une réflexion liée au bâtiment. Ce dernier montre les représentations collectives au fil des années, en comparant la Philharmonie de Berlin, bâtiment réalisé en 1963, avec celui de Paris, finalisé en 2015 par Jean Nouvel. Même si l'« aspect extérieur des théâtres change »¹⁸⁶, souligne Sandrine Dubouilh, « que dire de la salle de spectacle ? Qu'induit-elle comme rapport à l'œuvre et que dit-elle de l'œuvre elle-même ? »¹⁸⁷ Si l'espace physique induit un rapport à l'œuvre, il est pertinent aussi de nous demander comment cet espace est modifié par le numérique (*in situ* et en ligne). Comment faut-il penser ces nouveaux espaces proposés par le numérique pour rendre plus efficace la médiation culturelle, pour renforcer la familiarité et le sentiment d'appartenance culturelle mais aussi pour comprendre la manière dont le public interagit avec l'œuvre et développe de nouvelles pratiques et de nouvelles façons de se l'approprier ?

Conclusion

Depuis le XIX^{ème} siècle, les professionnels de la culture ont joué un rôle moteur dans la revendication d'un théâtre d'art. Des changements ont été apportés afin d'améliorer les conditions de réception de publics et de rompre avec un théâtre de divertissement, en procurant un plaisir intellectuel et esthétique. L'élargissement des publics a également été l'une des préoccupations des hommes de théâtre, visant à rendre l'art et les œuvres de l'esprit accessibles. Des actions ont été mises en place telles que l'organisation de conférences, la mise en place de programmes dans les salles, la création de revues spécialisées en théâtre, parmi d'autres dispositifs. Le développement des publics est devenu un enjeu crucial pour la démocratisation de la culture.

La politique de décentralisation artistique promue par Jeanne Laurent s'inscrit dans un mouvement progressif en vue de la disparition des frontières entre les différents publics en ce qui concerne la réception des œuvres. Par la suite, la création par André Malraux du ministère des Affaires culturelles a eu comme mission principale de rendre accessibles les œuvres du

¹⁸⁵ DUBOUILH Sandrine, « Quelle méthodologie pour une “culture de l'espace” ? », *Études théâtrales*, n°54-55, 2012, p. 281.

¹⁸⁶ *Idem.*, p. 281.

¹⁸⁷ *Idem.*

patrimoine de l'humanité par la simple confrontation du public avec l'œuvre sans nécessité d'intermédiaires. Cette idée est rapidement contestée dans le courant des années 1960. L'idéal de démocratisation est dénoncé par les professionnels de la culture qui estiment qu'il ne s'agit que d'une promotion d'un art élitiste et bourgeois. L'un des problèmes de la démocratisation a résidé dans la définition même de la notion de *démocratisation culturelle*. Cette définition a entravé, selon Olivier Donnat et Sylvie Octobre, une bonne compréhension de l'évolution des pratiques culturelles et des publics dans le domaine de la culture. En effet, en raison de la pluralité des interprétations du terme de démocratisation, la démocratisation a parfois été associée à la fréquentation des publics (liée à l'offre culturelle), tandis que d'autres fois elle a été liée à l'accès culturel par le biais de politiques spécifiques. Ces arbitrages politiques visent à réduire les écarts entre les différentes catégories de pratiquants sans pour autant modifier les objectifs quantitatifs de fréquentation. Les enquêtes sociologiques ont permis de mesurer l'évolution des pratiques culturelles, mais elles ne permettent pas de déterminer le degré d'appropriation de l'œuvre, ni la qualité du rapport social qu'elle implique. Par la suite, Pierre Bourdieu a forgé le concept d'*habitus*, faisant référence à la capacité d'avoir de ressources du capital (culturel, économique, social, artistique), ce qui permettrait aux individus de mieux s'approprier les œuvres. Selon les études sociologiques, les personnes dépourvues d'un capital culturel ont des difficultés à s'approprier les œuvres, voire à s'y intéresser.

La question de la réception de l'art et de la culture ne peut être abordée sans prendre en compte la relation avec les publics et l'appropriation des œuvres. Les études sociologiques sur l'art ont permis de conclure qu'il n'y a pas un public unique mais plutôt des publics spécifiques dans chaque domaine et que l'absence d'une pratique cultivée rend difficile l'appropriation de l'art. En se référant à la théorie de la légitimité culturelle, Jean-Pierre Esquenazi met en évidence le fait que l'art et la culture ont une fonction sociale différente selon les groupes sociaux et entre eux. L'auteur souligne également, dans le cadre de la compréhension de la réception des publics, que les pratiques culturelles sont structurées par les *habitus* propres aux différents groupes sociaux. Les *habitus* déterminent donc les pratiques culturelles adoptées par les individus, ainsi que les représentations et les interprétations qu'ils donnent aux œuvres d'art.

Au début des années 1980, afin de remédier à l'échec de la démocratisation culturelle, une politique axée sur les publics a été mise en place. Depuis, le terme de médiation culturelle s'est imposé. Cette médiation avait pour objectif d'informer et d'accompagner les publics dans leur relation avec l'œuvre ainsi que d'élargir les publics de la culture. Dans ce contexte, la

médiation est devenue un terme pour désigner des activités en contact avec le public et pour contribuer au projet de démocratisation culturelle. La médiation ne se limite pas à une simple confrontation avec l'œuvre mais englobe un ensemble d'expériences visant à nourrir la réflexion, à provoquer des confrontations avec autrui et avec soi-même. En même temps, la médiation culturelle est un processus qui vise à offrir aux individus la possibilité de participer pleinement à la vie culturelle, en plaçant au cœur de ses actions l'implication des publics. Comme le soulignent Serge Chaumier et François Mairesse : « Les expressions des uns et des autres nous permettent par conséquent de ressaisir notre appartenance et de mieux nous comprendre : nous-mêmes et autrui. »¹⁸⁸

Ainsi, l'expérience du spectacle vivant débute par l'avènement d'un imaginaire ou d'une fiction présentée à travers des formes artistiques théâtrales. Cette expérience esthétique va au-delà de la simple réception de l'œuvre. Le rôle de la médiation culturelle est de permettre de réfléchir au processus artistique et à sa mise en circulation dans l'espace culturel. Cette pensée de l'art, qui fait référence à la réflexion, à l'analyse et à la compréhension critique des œuvres d'art et du processus artistique, s'intègre dans un processus où l'expérience du spectateur joue un rôle essentiel, car c'est à partir de l'expérience qu'il construit une activité signifiante et une quête de soi.

L'idée d'un lien et d'une transformation réciproque entre les individus, l'objet (l'œuvre), désignée par Antoine Hennion comme *l'attachement*, et les dispositifs permettent d'aborder les multitudes des formes de médiation culturelle qui se sont développées ces dernières années. Surtout avec le développement des technologies, qui semble multiplier les moyens de la médiation culturelle par la création de dispositifs visant à mettre en relation les publics avec l'œuvre.

Pour répondre à nos hypothèses concernant les évolutions numériques de la médiation culturelle, nous proposons dans la deuxième partie de la thèse une analyse des nouveaux processus d'interprétation qui conduisent à l'appropriation de l'œuvre. Nous avons souligné l'importance qu'occupe le capital culturel d'une personne lorsqu'il s'agit d'interpréter et de s'approprier une œuvre. Il a semblé crucial dans ce premier chapitre de retracer une chronologie historique de la construction politique culturelle en nous basant sur les études sociologiques des publics. Cela permet de mieux contextualiser notre recherche et d'en offrir une analyse ancrée dans la sociologie de l'art et de la culture.

¹⁸⁸ CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation culturelle*, op.cit., p. 57.

De plus, compte tenu de la transition numérique et des changements qu'elle suscite à l'intérieur des structures culturelles et en particulier dans le domaine du spectacle vivant, il semble pertinent de nous interroger sur les nouvelles formes de médiation culturelle afin de rendre compte des nouveaux rapports à l'œuvre au sein d'une société en évolution, quel que soit le dispositif utilisé. En effet, comme le souligne Joëlle Zask, « Si la "démocratie culturelle" dépend de la conception de la culture comme système dynamique en perpétuelle transformation, elle implique aussi de prendre en considération la manière dont les individus transforment leur propre culture et imaginent la modifier. »¹⁸⁹ Cette vision de la démocratie culturelle met en avant l'importance de l'appropriation culturelle par les individus. Elle invite chacun à s'engager activement dans la construction de sa propre identité culturelle, elle encourage les individus à devenir des innovateurs et des créateurs de nouvelles formes d'expression artistique et de pratiques culturelles. Les changements induits par l'évolution numérique ont également contribué à élargir cette vision de la démocratie culturelle. Afin de mieux comprendre ces modifications, nous aborderons dans le chapitre suivant la notion de culture numérique et les changements dans les pratiques culturelles.

¹⁸⁹ ZASK Joëlle, « De la démocratisation à la démocratie culturelle », *Nectart*, vol. 3, n° 2, 2016, p. 45-46.

Chapitre 2

CULTURE DU NUMÉRIQUE : DES PRATIQUES CULTURELLES MODIFIÉES ?

2.1 Introduction

L'invention d'Internet a permis l'avènement d'une culture numérique. La digitalisation de la société a bouleversé les rapports entre les personnes ainsi que les modes de vie et le rapport à la culture. Cette culture numérique entraîne des changements qui affectent également les pratiques culturelles. Olivier Donnat dans son enquête sur *Les pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique*¹⁹⁰ montre que le développement du numérique et d'Internet a favorisé l'apparition de contenus culturels autoproduits dans le cadre du temps libre. Les créations de contenus, tels que vidéos, photographies, et productions graphiques, ont ainsi contribué au développement de la pratique artistique amateur. Les conditions d'accès et de réception de l'art et de la culture ont « évolué sous les effets conjugués de la dématérialisation des contenus, de la généralisation de l'Internet à haut débit et des progrès considérables de l'équipement des ménages en ordinateurs, consoles de jeux et téléphones multimédias ».¹⁹¹ Ces derniers apparaissent également comme un nouvel outil au service du développement d'une culture participative.

En effet, l'avènement de l'Internet rend possible et dynamise l'accès et la participation de tous à la culture grâce à l'accessibilité des contenus en un seul clic. De la même manière, le dispositif numérique modifie les modes d'interaction entre les publics et les contenus culturels en remettant en question l'appropriation de l'œuvre. On commence à parler désormais de médiation culturelle numérique, où la participation culturelle est valorisée comme une forme

¹⁹⁰ DONNAT Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, Enquête 2008, op.cit.*

¹⁹¹ DONNAT Olivier, « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Éléments de synthèse 1997-2008 », *Culture études*, n° 5, 2009/5, p. 2.

de démocratisation de la culture grâce aux dispositifs numériques. Ces derniers permettraient aux personnes de prendre part à l'expérience culturelle, individuelle et collective en partageant et en créant du contenu sur Internet, en particulier sur les réseaux sociaux.

Ainsi, dans ce deuxième chapitre, nous chercherons à interroger la façon dont le numérique s'inscrit dans les changements des pratiques culturelles des publics. Nous aborderons la définition de la culture numérique, ce qui nous conduira à questionner l'apparition d'une médiation culturelle numérique et de nouvelles formes de participation des publics qui favorisent l'appropriation d'une œuvre. L'usage du numérique a encouragé la dématérialisation des œuvres et promu une participation en ligne, remettant ainsi en question la relation établie par le public avec les structures culturelles. Les activités de médiation culturelle étaient jusqu'à présent principalement développées dans les institutions culturelles ou dans des lieux spécifiques ; avec le numérique l'espace est modifié, il génère et encourage une participation culturelle parfois hybride où le réel et le virtuel se mêlent.

2.2 De l'Internet à la culture numérique : quels changements pour la médiation culturelle ?

Internet a été créé au début des années 1960, et son développement a donné lieu à un réseau de communication et à de nombreuses communautés qui se sont développées dès les années 1970¹⁹². Cependant, à ses débuts, Internet était destiné à n'être qu'un cercle fermé et n'était utilisé que par un nombre limité de personnes possédant les compétences informatiques nécessaires. C'est avec la naissance du Web¹⁹³ que l'outil a créé une véritable révolution en devenant accessible à un grand nombre de personnes. « Désormais, il existe un outil simple et facile d'accès au monde numérique. »¹⁹⁴ Pour la plupart des gens, Internet est perçu comme étant né en 1995¹⁹⁵ date à l'époque où l'accès à la culture est démultiplié, tant les modes d'approches et les formes d'expression sont variées. Les modes de vie et de consommation s'en trouvent transformés, Internet étant devenu un « média à tout faire »¹⁹⁶.

Sans entrer dans une explication détaillée de l'histoire d'Internet¹⁹⁷, il nous semble important

¹⁹² CASTELLS Manuel, *La Galaxia Internet*, Barcelona, Éditions Plaza & Janés, 2001, p. 31.

¹⁹³ « Le Web est défini comme le réseau des liens qui créent des routes entre les pages de différents sites. Sa caractéristique essentielle est le lien hypertexte. », CARDON Dominique, *Culture numérique*, Paris, Les presses de Science Po, 2019, p.78

¹⁹⁴ *Ibid.*, p. 87.

¹⁹⁵ CASTELLS Manuel, *La Galaxia Internet*, *op.cit.*, p. 31.

¹⁹⁶ DONNAT Olivier, « Pratiques culturelles et usages d'Internet », *Culture études*, n°3, Paris, 2007, p. 1-12.

¹⁹⁷ « Internet est un protocole de communication appelé TCP/IP/TCP pour transmission control protocol, IP pour Internet protocol », CARDON Dominique, *Culture numérique*, *op.cit.*, p. 27.

de rappeler que sa création est le fruit d'une coopération entre « militaires, universitaires, chercheurs d'entreprises, hippies et passionnés d'informatique ».¹⁹⁸ Ceux-ci n'ont pas travaillé en équipes constituées et structurées autour d'un même projet mais de manière coopérative. « C'est elle [la coopération] qui a donné un esprit particulier au réseau des réseaux »¹⁹⁹. Cette coopération s'est traduite dans la conception articulée des différentes technologies liées à Internet.

Dominique Cardon souligne qu'Internet est le résultat d'un assemblage de technologies et d'inventions dans le processus d'innovation²⁰⁰. Internet a été ainsi inventé à partir de la conception d'une diversité de composants technologiques. Ces composants ont été conçus par différentes équipes, à des moments et des endroits différents. Ce mode de travail a favorisé l'émergence d'une intelligence collective. Pierre Lévy fut l'un des premiers à évoquer l'intelligence collective avec la naissance d'Internet, et il la définit comme suit : « C'est une intelligence partout distribuée, sans cesse valorisée, coordonnée en temps réel, qui aboutit à une mobilisation effective des compétences. »²⁰¹ Pour lui, « l'intelligence collective désigne l'augmentation des capacités cognitives des groupes humains grâce à une utilisation judicieuse des médias numériques. On vise ici la mémoire partagée, l'apprentissage collaboratif et la coordination des compétences en temps réel ».²⁰² L'un des exemples les plus cités dans les ouvrages de sciences de l'information et de la communication, est la création de Wikipédia où ces mécanismes collaboratifs ont été mis en évidence.

De cette manière de travailler et du fait de vouloir permettre à tous de s'appropriier la technologie issue de l'informatique est né une contre-culture²⁰³ dès les années 1960. Selon Dominique Cardon (*Culture numérique*) et Manuel Castells (*La Galaxia Internet*)²⁰⁴, les tensions de la contre-culture sont présentes dans la culture numérique et continuent d'exercer leurs effets jusqu'à aujourd'hui. Cette contre-culture accorde une grande importance aux débats sur la liberté d'expression, la propriété intellectuelle, l'émancipation, la communauté, l'échange, les effets politiques d'Internet et la tension entre économie du partage et économie de plateformes²⁰⁵. Ces tensions sont présentes dans le milieu culturel en lien avec la création artistique numérique où sont discutés les droits d'auteurs, la diffusion de captations en ligne,

¹⁹⁸ *Ibid.*, p. 37.

¹⁹⁹ *Idem.*, p. 37.

²⁰⁰ *Idem.*, p. 37.

²⁰¹ LEVY Pierre, *L'intelligence collective, pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La Découverte/Poche, 1997, p. 29.

²⁰² LEVY Pierre, (3 mars 2016), L'intelligence collective, en quelques mots, *Pierre Levy's Blog*, [<https://pierrelevyblog.com/2016/03/03/lintelligence-collective-en-quelques-mots/>], (consulté le 23 juin 2023).

²⁰³ CARDON Dominique, *La démocratie Internet. Promesses et limites*, Paris, Éditions du Seuil, 2010, p. 21.

²⁰⁴ CASTELLS Manuel, *La Galaxia Internet, op.cit.*, p. 316.

²⁰⁵ CARDON Dominique, *Culture numérique, op.cit.*, p. 68.

l'utilisation et les stockages de données. Elles affectent ou modifient les modalités de partage et la façon dont la culture est exprimée dans les établissements culturels. Enfin, elles redessinent la relation qu'entretiennent les créateurs et leurs œuvres avec les publics.

Pour notre étude, nous allons adopter la notion de culture numérique et la définir. Le fait que des évolutions technologiques viennent bouleverser nos sociétés n'a rien de nouveau. L'invention de l'imprimerie, au XV^{ème} siècle, a créé ainsi une rupture dans la manière dont les sociétés produisent, partagent et utilisent les connaissances²⁰⁶. L'imprimerie a été à l'origine d'une série de changements dans l'histoire de la pensée, aiguisant la soif de comprendre et l'esprit critique ; esprit critique qui s'applique à toutes les formes d'autorité, à la fabrication et au mouvement de l'information. Ces changements ont été « intellectuels, religieux, psychologiques autant qu'économiques ou politiques. Voilà pourquoi il est utile de dire que le numérique est une culture »²⁰⁷.

Pour Julie Denouël et Fabien Granjon, il est nécessaire, pour comprendre les enjeux de la sociologie des usages, de comprendre également que la culture numérique va au-delà de l'appropriation des langages techniques. Elle bouleverse la construction des usages grâce à de nouveaux dispositifs interactifs de réception, de diffusion et de communication. Derrière le mot *numérique*, nous trouvons surtout de l'informatique. Pourtant le terme informatique a été remplacé par celui de numérique pour en masquer l'aspect technique et « pour désigner de façon englobante et un peu vague tout ce qui touche à la communication, au réseau Internet, aux logiciels et aux services qui lui sont associés »²⁰⁸.

Effectivement, la manipulation intuitive des artefacts techniques, encouragée par la convivialité des ordinateurs, tablettes et téléphones portables, permet donc de masquer la sphère informatique et son usage en glissant vers les sphères culturelles et médiatiques. De cette façon, la culture numérique devient une forme culturelle à part entière.²⁰⁹

Milad Doueïhi signale dans son livre *Qu'est-ce que le numérique ?*²¹⁰ que comprendre la signification du mot numérique permet d'évaluer l'évolution de nos relations avec ce que nous ne percevons pas (le code numérique) mais aussi de comprendre les relations « entre les conventions sociopolitiques et les contraintes introduites par l'informatique dans l'ordre social ».²¹¹ Alors qu'elle n'était initialement qu'une branche des mathématiques,

²⁰⁶ *Ibid.*

²⁰⁷ *Ibid.*, p. 8.

²⁰⁸ *Ibid.*, p. 18.

²⁰⁹ DENOUEËL Julie et GRANJON Fabien (dir.), *Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages*, Paris, Presse de l'École des Mines, Coll. Sciences sociales, 2011.

²¹⁰ DOUEIHI Milad, *Qu'est-ce que le numérique ?*, Paris, Presses universitaires de France, 2013.

²¹¹ *Ibid.*, p. 8.

l'informatique a rapidement acquis son autonomie et son statut de nouvelle science à part entière. Elle s'est ensuite transformée en industrie avant de devenir également une culture. Selon Milad Doueïhi, c'est cette spécificité culturelle qui caractérise en quelque sorte le numérique :

« Mais, bien plus qu'une simple association avec une notion vague de la culture, le numérique nous montre quelque chose d'essentiel et qui a été occulté : la culture est avant tout partage. Sans partage il ne peut pas y avoir de culture, peu importe la définition qu'on en donne. Partage du patrimoine et de l'histoire, partage du savoir et du savoir-vivre, et finalement, partage des moyens de production et transmission de ces expériences et de ces savoirs. »²¹²

Le numérique questionne à la fois sur le rapport entre les individus et le collectif, « mais également sur d'autres aspects globaux, car il est devenu indissociable de presque toutes les activités humaines, du moins dans les sociétés occidentales ».²¹³

La culture numérique se partage « entre une tendance algorithmique à forte dose normative »²¹⁴ et une évolution des usages. Le terme numérique englobe à la fois des réalités spécifiques et des activités variées, ce qui remet en question les objets traditionnels ainsi que les pratiques courantes. Selon Milad Doueïhi un « humanisme numérique [serait] ainsi le résultat d'une convergence inédite entre notre héritage culturel complexe et une technique devenue un lieu de sociabilité sans précédent »²¹⁵. Cette convergence redéfinit les concepts, les objets, et les pratiques dans un nouvel environnement. Le numérique se caractérise par des modes de communication et de partage d'informations qui transforment les savoirs et les interactions avec autrui. Cette transformation donne lieu à l'émergence de nouvelles formes et de nouveaux formats de savoir et de communication²¹⁶.

Le terme de culture numérique peut être aussi vu comme un terme *fourre tout*²¹⁷ par son caractère englobant. Mais c'est justement à cause de sa complexité qu'il est intéressant de comprendre les effets qu'il peut avoir dans la transition numérique des structures culturelles du spectacle vivant. L'étude des transformations des usages et des pratiques culturelles permet de mieux comprendre les relations avec les publics et les nouvelles façons de s'approprier une œuvre. En examinant ces évolutions, il devient possible d'identifier les opportunités et les défis liés à la culture numérique dans le domaine du spectacle vivant.

²¹² *Idem.*, p. 8.

²¹³ *Ibid.*, p. 11.

²¹⁴ *Ibid.*, p. 13.

²¹⁵ *Ibid.*, p. 36.

²¹⁶ DOUEIHI Milad, *La grande conversion numérique*, la librairie du XXI^{ème} siècle, Paris, Éditions du Seuil, 2008, p. 37.

²¹⁷ CARDON Dominique, *Culture numérique*, Paris, Les Presses de Science Po, 2019, p. 6.

En effet, le numérique englobe de nombreuses sphères d'activité, à savoir le loisir, la culture, le travail, les services, la communication.²¹⁸ Il suscite des interrogations sur des questions liées à l'individu, au collectif et à d'autres aspects des activités humaines. À travers le Web, contenus, données, connaissances, art, science, etc., sont partagés, donnant ainsi naissance à de nombreuses communautés virtuelles. Dominique Cardon décrit la communauté virtuelle « d'abord [comme] l'idée d'une séparation, d'une coupure, entre le réel et le virtuel »²¹⁹. Ce sont les premières communautés d'Internet à l'origine de l'idée de séparation entre l'*en ligne* (virtuel) et le *hors-ligne* (le réel), considérant le virtuel comme un espace propice à la réinvention des relations sociales, car il serait plus riche et plus authentique que le monde réel.²²⁰

Par la suite, des modes de distribution culturelle se sont créés surtout avec l'introduction du Web 2.0 et les nouvelles formes de communication, comme on peut le voir avec la création des blogs, de Wikipedia ou des réseaux sociaux. Le numérique invite le public à s'impliquer et à devenir acteur de ses propres expériences culturelles. Il lui permet aussi d'être un relais d'informations en produisant des commentaires ou en les partageant, par exemple *via* les réseaux sociaux.

Ces nouvelles formes d'interaction avec les personnes ont fait que les structures culturelles ont commencé elles aussi à s'intéresser à ces nouveaux modes de communication. Elles explorent une autre façon de communiquer avec les publics *in situ*, mais aussi avec les publics qui ne sont pas présents dans les lieux physiques mais qui sont *en ligne*. Au travers des réseaux sociaux, par exemple, il est possible d'explorer de nouvelles manières de s'adresser au public, ouvrant ainsi un champ de possibles pour faire connaître les œuvres et les artistes sous une autre forme et dans un autre espace.

Nous pouvons constater que le milieu professionnel de la culture s'inspire de ces nouvelles modalités de travail collaboratif pour renouveler les formes d'action ainsi que les relations avec les publics. La création de hackathons, tels que Muséomix²²¹ en est un exemple. L'idée est de réunir des équipes pendant trois jours au sein d'un musée afin de concevoir de nouveaux dispositifs de médiation. Des personnes aux parcours divers peuvent participer à la création d'un prototype qui sera ensuite testé par le public. Ce projet encourage le public à s'approprier le musée, à découvrir les différents métiers qui y sont exercés, à réinventer les

²¹⁸ DENOUEËL Julie et GRANJON Fabien (dir.), *Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages*, *op.cit.*, p. 57.

²¹⁹ CARDON Dominique, *Culture numérique*, *op.cit.*, p. 61.

²²⁰ *Idem.*, p. 61.

²²¹ Museomix, [<https://www.museomix.org/concept>], (consulté le 23 juin 2023).

dispositifs de médiation culturelle et à y prendre part.

Inspiré par le concept Muséomix, l'Opéra de Rennes a mené une expérience appelée OpéraMorphose²²² du 25 au 27 septembre 2020. « Sous la forme d'un marathon créatif, OpéraMorphose questionne l'opéra en le confrontant aux enjeux sociétaux et contemporains ainsi qu'aux nouveaux usages du numérique. »²²³ Des artistes, des professionnels issus de différentes disciplines artistiques ainsi que des experts du numérique et des ingénieurs ont participé à ce premier marathon, d'une durée de trois jours, afin de développer un prototype qui a ensuite été présenté au public. L'objectif était de repenser et de réinventer l'opéra en explorant les nouvelles pistes ouvertes par le numérique et en tenant compte des évolutions de la société.

D'autres formes de hackathons collaboratifs ont eu lieu aussi autour de la danse. Le Dansathon²²⁴ a réuni différents profils dans trois villes européennes afin d'imaginer de nouvelles formes artistiques, de nouvelles scènes, de nouvelles expériences et interactions.²²⁵ Les prototypes développés durant les trois jours de travail ont été présentés devant un jury et récompensés par une bourse pour développer la création alors que les prototypes créés par Museomix, sont disponibles en ligne et peuvent être utilisés dans un autre cadre et développés si besoin aussi longtemps que la paternité du prototype est citée explicitement. Ils bénéficient de la licence Creative Commons CC-BY²²⁶.

Enfin, Internet et la culture numérique ont favorisé l'émergence d'une intelligence collective qui se caractérise par la coordination des compétences en temps réel, l'apprentissage collaboratif et la mémoire partagée. La culture numérique va au-delà de l'appropriation des langages techniques, elle bouleverse les usages et les pratiques culturelles grâce aux nouveaux dispositifs interactifs de réception, de diffusion et de communication. L'esprit collaboratif ouvre de nouvelles pistes de réflexion pour les structures culturelles du spectacle vivant, notamment en ce qui concerne la médiation culturelle. Il permet de favoriser le travail en équipe et de créer des liens entre pairs afin d'explorer un univers artistique, une œuvre ou un lieu. Cette approche collaborative offre également la possibilité d'imaginer des interactions

²²² Projet Opéramorphose, Opéra de Rennes, [<https://www.opera-rennes.fr/fr/operamorphose-un-opera-experimental>], (consulté le 16 juillet 2021).

[<https://www.opera-rennes.fr/fr/evenement/operamorphose-2-marathon-creatif>], (consulté le 17 avril 2023).

²²³ *Ibid.*

²²⁴ Dansathon, [<https://dansathon.eu/fr/concept/>], (consulté le 20 décembre 2022).

²²⁵ *Ibid.*

²²⁶ « Ce type de licence permet à l'utilisateur de modifier, de distribuer, remixer, adapter et développer le matériel sur n'importe quel support ou format, à condition que l'attribution soit donnée au créateur. La licence permet une utilisation commerciale », [traduction libre], [<https://creativecommons.org/about/cclicenses/>], (consulté le 12 septembre 2021).

différentes avec les structures culturelles, les artistes et leur programmation, tout en atteignant et en impliquant les publics. Ces nouvelles formes de travail favorisent une communication et une interaction plus horizontale avec les publics, et leur offrent ainsi la possibilité de participer à la conception et à l'expérimentation artistique. Ces pratiques sont influencées par la transformation de la société et de l'imaginaire, induite par les nouvelles formes de création et de partage des connaissances, connaissances redimensionnées par les nouvelles possibilités d'accès, d'interaction et de diffusion des informations indépendamment de leur localisation ou de leur statut social.

2.3 Usages et pratiques culturelles bouleversés

Dans son ouvrage *L'invention du quotidien*²²⁷ publié en 1980, Michel de Certeau théorise la notion d'usage. L'auteur met en avant les pratiques de lecture pour illustrer de nouveaux modes de consommation et démontre qu'il s'agit d'un acte social très actif. Il compare cette pratique à d'autres activités quotidiennes telles que marcher ou cuisiner. Selon lui, l'usage est une modalité d'interaction avec des objets, des textes et des espaces. Il souligne que « ces éléments (réaliser, s'approprier, s'inscrire dans des relations, se situer dans le temps) font de l'énonciation, et secondairement de l'usage, un nœud de circonstances, une nodosité indétachable du "contexte" dont abstraitement, on la distingue. »²²⁸ Par conséquent, l'usage du numérique modifie les pratiques culturelles des individus qui s'approprient des éléments pour ensuite les transformer et les détourner de manière créative et collective, comme l'ont confirmé nos observations. De la même manière, cela modifie les usages en lien avec l'appropriation des œuvres.

Sur le plan de la culture numérique, la convergence numérique a un effet sur les processus de production et de diffusion de savoirs, ainsi que sur les loisirs, les comportements et les identités culturelles. Le développement des processus cognitifs et l'accroissement de savoirs font partie des changements induits par le monde de la communication. Celui-ci joue un rôle essentiel dans la modification du partage et de la création de contenus, ainsi que dans la manière d'enrichir et de stocker l'information. De même, les Techniques d'information et de communication (TIC) ont une fonction considérable dans la transformation des pratiques liées à la production ou à la réception. « Elles ont contribué à construire l'espace public, à orienter les rapports sociaux, à participer à l'élaboration des contenus de pensée et à la production des

²²⁷ DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien, Tome 1, Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990.

²²⁸ *Ibid.*, p. 55.

formes symboliques qui permettent l'identification de l'individu à des valeurs collectives »²²⁹. Depuis le milieu des années 1980, l'environnement culturel est marqué par la convergence de contenus culturels vers des écrans devenus interactifs, polyvalents et surtout mobiles. Internet permet d'observer et de répandre une diversification des goûts culturels qui se propage sur la toile, élargissant de façon considérable l'accès aux biens culturels. C'est ce qu'observait déjà Olivier Donnat dans l'étude du ministère de la Culture et la Communication *Les pratiques culturelles des Français*²³⁰ en 2008.

Olivier Donnat explique que « la définition des activités culturelles et des usages des médias s'en trouve profondément altérée, ce qui rend hautement problématique la délimitation du champ jusqu'ici désigné sous l'appellation "pratiques culturelles" ». ²³¹ S'il existait déjà une controverse entre le monde de la culture et le monde du divertissement quand on parlait des pratiques culturelles, avec la multiplication des nouveaux écrans, les frontières se sont encore plus estompées. Ce rapprochement offre un ensemble de fonctionnalités et de contenus au carrefour de la culture. Les frontières traditionnelles entre ces domaines ne sont plus clairement définies car de nombreux contenus peuvent à la fois divertir, informer et permettre des interactions sociales. À ce propos, Olivier Donnat écrit : « Se distraire, s'informer, accéder à des œuvres, pratiquer une activité en amateur, communiquer avec des proches, faire des commentaires destinés à des inconnus, etc. sont dans la culture numérique des activités qui s'entrecroisent, se cumulent ou se succèdent dans des séquences très brèves. »²³²

Les mutations de ces dernières années remettent également en question les catégories et les distributions utilisées dans les études sociologiques sur les pratiques culturelles. Ces études, qui se basent sur des catégories et sur des types de pratiques pour analyser la fréquentation des équipements culturels sont soumises à des contraintes liées à l'offre et à l'accès d'une même pratique. La manière d'étudier la culture légitime, la culture de masse et de loisirs dans le « monde d'avant »²³³, en les différenciant en trois catégories sociologiques, se trouve aujourd'hui mise à mal : « Cela oblige à réévaluer les enjeux de la politique culturelle et à inventer un langage capable d'en rendre compte »²³⁴ ainsi que des changements du monde où la culture numérique s'impose.

Pour comprendre les usages des pratiques culturelles, il est nécessaire de recourir à une

²²⁹ CAUNE Jean, *Formes artistiques et pratiques culturelles*, Paris, L'Harmattan, 2018, p. 96.

²³⁰ DONNAT Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, Enquête 2008, op.cit.*

²³¹ DONNAT Olivier, « Pratiques culturelles des Français : une enquête de marginal-sécant, au croisement de la sociologie de la culture, des médias et des loisirs », *Le fil de l'esprit - un parcours entre recherche et action*, (Dir.,) Augustin Girard, La Documentation Française, 2011, p. 109.

²³² *Ibid.*, p. 109.

²³³ *Ibid.*

²³⁴ *Ibid.*

perspective générationnelle afin d'en analyser l'évolution. Ces dynamiques sont souvent associées aux évolutions technologiques ou aux mutations structurelles qui ont eu lieu avant la diffusion d'Internet. Selon Olivier Donnat, l'arrivée d'Internet et des appareils plurifonctionnels confirme la règle générale selon laquelle ce sont les jeunes générations qui s'emparent le plus massivement des nouvelles technologies et des nouvelles offres.

Olivier Donnat pour son analyse prend en compte quatre générations. Il commence par celle née avant la deuxième guerre mondiale ; puis celle des *baby-boomers* suivie de la génération qu'il nomme « second âge des médias »²³⁵ et enfin la génération d'un troisième âge médiatique. Chaque génération a été confrontée à des transformations qui reflètent l'évolution de la société. Ces changements sont liés, entre autres, aux canaux de communication, au développement des structures culturelles, à l'ouverture du système scolaire, à la diversification des offres culturelles.

Dans l'étude publiée en 2008, Olivier Donnat observe qu'à partir des années 1960 chaque nouvelle innovation technologique entraîne une concentration des pratiques culturelles autour du pôle audiovisuel. Tout d'abord, la télévision et la radio ont permis d'élargir et de diversifier l'offre culturelle en matière de programmes. Ensuite, la diffusion massive d'appareils nomades et la généralisation de l'Internet à haut débit ont profondément transformé le paysage. De plus, ces appareils nomades offrent une large palette de fonctionnalités qui viennent remplacer ou compléter les appareils dédiés à une fonction unique.

La montée en puissance du numérique témoigne d'un développement dans les pratiques culturelles numériques, selon la dernière enquête *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*²³⁶, réalisée en 2018 et publiée en 2020. On constate que l'écoute de différentes musiques sur des appareils nomades a progressé de façon significative dans les dix dernières années ce qui contribue à réduire les écarts de pratiques en termes d'âge, de milieu social et de territoire. Cependant, même si les technologies numériques ont favorisé une convergence de certaines pratiques, les générations plus âgées continuent, dans une moindre mesure, à se référer à des médias traditionnels tels que la télévision et la radio, tandis que les générations plus récentes s'appuient sur les plateformes numériques pour consommer des contenus audiovisuels en ligne. Cette tendance, qui s'intensifie au fil des années, avait déjà été observée dans l'enquête de 2008.

²³⁵ DONNAT Olivier, « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Éléments de synthèse 1997-2008 », *op.cit.*, p. 11.

²³⁶ LOMBARDO Philippe et WOLFF Loup, « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », *op.cit.*, p. 1-92.

En ce qui concerne le spectacle vivant, on observe une augmentation de la fréquentation des lieux au cours des dernières années. En 1973, 33% des personnes âgées de plus de 15 ans ont assisté à un spectacle de théâtre, de danse, de cirque ou à un concert (classique, rock ou jazz). En 2018, on parlait de 43%.²³⁷ Cette croissance est le résultat du développement de l'offre culturelle dans le territoire, de la transformation du tissu urbain et de l'accès croissant à la mobilité. Selon Philippe Lombardo et Loup Wolff, cette croissance s'explique par une dynamique générationnelle qui montre une pratique relativement stable pour les personnes nées avant 1954. Cependant, les évolutions diffèrent selon les générations : la fréquentation des spectacles vivants diminue pour les générations les plus jeunes à mesure qu'elles vieillissent, ce qui n'était pas le cas pour les générations précédentes ; par exemple, « [...] dans la génération née entre 1995 et 2004 [...], seuls 42 % des 15-28 ans sont allés voir au moins un spectacle au cours des douze derniers mois, contre 54 % des 15-28 ans de la génération précédente [celle née entre 1985 et 1994] ». ²³⁸

En revanche, le théâtre et la danse sont des pratiques en développement. Cela s'explique par la progression de la fréquentation liée aux dynamiques générationnelles mentionnées précédemment ainsi que par le développement d'une offre théâtrale plus diversifiée. En revanche, tout comme pour les sorties de spectacle vivant (tous les arts de la scène confondus), la fréquentation du théâtre évolue moins pour les générations nées après 1995²³⁹. Ce constat reflète l'émergence d'un nouvel univers de pratiques qui correspond à un usage intensif des technologies numériques²⁴⁰ : consommation de vidéos en ligne, jeux vidéo, consultation des réseaux sociaux. Ces pratiques créent une concurrence avec les pratiques culturelles qui se déroulent dans des lieux culturels. De plus, avec le numérique, les frontières spatiales s'effacent (communication en ligne, accès aux informations *via* Internet, travail collaboratif en ligne) et les pratiques se tournent de plus en plus vers des activités numériques. Pour Philippe Lombardo et Loup Wolff, il pourrait y avoir là un risque de « raréfaction progressive des publics des lieux culturels »²⁴¹ dans les années à venir.

Cependant, il y est noté que les publics virtuels sont également ceux qui fréquentent les lieux culturels *in situ*, à l'exception de la danse qui attire un public différencié. Ces publics sont pour la plupart diplômés et occupent des postes de cadre. Il y a donc une augmentation du nombre de visites grâce au numérique mais il semble que cette expansion ne soit pas

²³⁷ *Ibid.*, p. 49.

²³⁸ *Idem.*, p. 49.

²³⁹ *Ibid.*, p. 52.

²⁴⁰ *Ibid.*, p. 78.

²⁴¹ *Ibid.*, p. 81.

accompagnée d'une diversification significative des publics.²⁴²

Depuis 2018 l'univers du tout-numérique est devenu une catégorie significative. Néanmoins, nous avons encore très peu de recul pour percevoir la nature et la qualité des changements qui se sont opérés dans les usages et les pratiques culturelles. Les études constituent néanmoins un indicateur de l'évolution de la société : les pratiques culturelles ne sont plus restreintes par le territoire et la présence des jeunes est prépondérante. Le contenu culturel numérique peut être « consommé » à tout moment et représente aujourd'hui une source d'information, de connaissances et de ressources. Le développement du numérique, c'est-à-dire d'une *culture à domicile* comme l'a souligné Olivier Donnat, « a entraîné un déplacement du centre de gravité des enjeux artistiques et culturels en transformant radicalement les conditions de production, de conservation, de diffusion et d'appropriation des œuvres »²⁴³.

En complément des études sur *Les pratiques culturelles des Françaises*, d'autres études comme celle réalisée par le CREDOC révèlent qu'en 2019, 88% des Français ont été connectés à Internet, quel que soit le lieu où le dispositif utilisé²⁴⁴. Bien que l'augmentation constante du nombre de personnes connectées à Internet, depuis les années 2000, ait cessé d'augmenter, on ne peut parler d'un déclin de la connectivité des Français. La grande majorité des personnes se connecte à Internet mais il existe néanmoins une disparité en fonction du profil socio-démographique : l'âge est un facteur déterminant. Ainsi, ce sont les jeunes âgés de 12 à 17 ans (98 %) et de 18 à 24 ans (100 %) qui on fait l'usage le plus intensif d'Internet, suivis par les générations intermédiaires, soit les 25-39 ans (98 %) et les 40-49 ans (93 %), et les 60-69 ans. En revanche, selon cette étude, les personnes âgées de 70 ans et plus représentent la catégorie avec le taux le plus bas de connexion, (58 %), clairement inférieur à celui des jeunes.

D'autres facteurs tels que le niveau de diplôme, la profession et le niveau de revenu sont source de disparités. D'une part, les personnes ayant un niveau de diplôme plus élevé se connectent davantage à Internet que celles ayant un niveau de diplôme inférieur (97% diplômés supérieurs contre 55% n'ayant aucun diplôme). D'autre part, les catégories socio-professionnelles telles que les cadres (99%), les professions intermédiaires (97%) ou les indépendants (100%) utilisent Internet de manière plus intensive. Au contraire, les personnes

²⁴² *Ibid.*, p. 66.

²⁴³ DONNAT Olivier, (24 avril 2011), « En finir (vraiment) avec la démocratisation de la culture », Article extrait de *Culture et société : un lien à reconstruire*, sous la direction de Jean-Pierre Saez, Éditions de l'Attribut, 2008, [<http://owni.fr/2011/04/24/democratisation-culture/index.html>], (consulté le 23 septembre 2022).

²⁴⁴ CREDOC, *Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*, Baromètre du numérique - édition 2019, [<https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-2019>], (consulté le 23 avril 2022), p 59.

au foyer (75 %) et les retraités (66 %) en ont une utilisation moins fréquente²⁴⁵. Par ailleurs, l'étude montre que la croissance des usages numériques pourrait atteindre une limite. L'étude suggère que la majorité des individus qui souhaitent être connectés à Internet le sont déjà et que la croissance future de la connectivité pourrait être plus lente en raison de cette saturation.

La dernière enquête réalisée par le CREDOC révèle qu'en 2022, 92%²⁴⁶ des personnes se sont connectées à Internet en France. Selon l'étude, c'est une légère hausse par rapport à 2019, mais stable en comparaison à la connexion à Internet de 2020 (92%). La période de la pandémie de 2020 a poussé certaines catégories, comme les personnes âgées, à utiliser Internet. Cependant, une fois que les restrictions ont été levées et que les rencontres en présentiel sont redevenues possibles, l'étude indique une diminution du nombre d'internautes parmi les groupes les plus éloignés d'Internet, tels que les personnes de 70 ans et plus ou les personnes de communes rurales. Cela annule en partie les progrès réalisés dans la diffusion de la connectivité Internet observés pendant le pic de la période Covid-19.

Toutes ces études témoignent, au fil des ans, d'une convergence technologique qui consacre les écrans comme un support privilégié pour accéder à la culture numérique. Aujourd'hui, tout est désormais potentiellement visualisable sur un écran et accessible grâce à l'intermédiaire d'Internet. L'usage d'appareils tels que l'ordinateur, le smartphone, les casques virtuels participent à la diffusion d'une multitude de pratiques qui pénètrent l'ensemble des espaces sociaux, de l'espace privé à l'espace public. Les activités telles que le travail, les loisirs et la création passent de plus en plus par l'utilisation d'outils de communication. Josiane Jouët écrit que « la diffusion des technologies numériques s'inscrit donc dans le prolongement de pratiques sociales déjà formées ou en cours de constitution »²⁴⁷. Pour l'autrice, la construction des usages se produit à partir d'un parcours où les technologies sont incorporées dans les pratiques sociales. Cet usage ne se limite pas à un aspect purement fonctionnel, mais reflète également des significations sociales telles que la valorisation sociale ou la recherche de sociabilité.

« Les usages grand public des technologies numériques sont ici déclinés sur un axe qui s'étend des pratiques micro-sociales dans la sphère privée aux pratiques élargies à l'espace public du politique, en passant par l'examen de la tension qui se joue entre l'individualisme et le collectif qui est au cœur

²⁴⁵ *Idem.*, 59.

²⁴⁶ CREDOC, *Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*, Baromètre du numérique - édition 2022, [<https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-edition-2023-rapport>], (consulté le 27 janvier 2023), p. 51.

²⁴⁷ JOUËT Josiane, « Sociologie des médias numériques », *Médias, Information et Communication*, de Christine Létéinturier et Rémy Le Champion (dir.), Paris, Ellipse, 2009, p. 105.

des transformations sociales contemporaines. »²⁴⁸

Les différentes études citées mettent en évidence une augmentation de l'utilisation d'Internet et une évolution des usages des outils numériques et des pratiques qui y sont associées. Les frontières entre la culture légitime, la culture de masse et les loisirs sont de plus en plus floues en raison de la multiplicité des nouveaux écrans et des contenus qui peuvent à la fois divertir, informer et permettre des interactions sociales. Néanmoins, selon Michel de Certeau, dans son ouvrage *La culture au pluriel*, « l'innovation ne tient pas à la modernité des médias utilisés [...] elle réside dans l'usage qui en est fait »²⁴⁹. Josiane Jouët ajoute également que l'utilisateur du numérique n'est pas juste un consommateur de produits et de services mais un acteur qui engage son identité personnelle et sociale dans la construction de ses usages²⁵⁰. L'appropriation des objets de communication rassemble à la fois la singularité de l'individu et son appartenance à la société.

Les pratiques culturelles sont influencées par les évolutions technologiques et les mutations structurelles. L'essor du numérique a également transformé les conditions de production, de conservation, de diffusion et d'appropriation des œuvres. La question qui se pose est donc de savoir comment les opportunités offertes par le numérique pourraient transformer les publics du spectacle vivant, modifier leur relation avec les structures culturelles et, par là même, l'appropriation des œuvres. Cette transformation a pu s'accélérer avec la situation sanitaire qui a débuté en mars 2020 et qui a obligé les structures culturelles à fermer leurs portes et à réduire leurs activités *in situ* pendant une partie de l'année. Nous aborderons avec plus de détails ce dernier point dans la troisième partie de notre thèse.

La place du numérique dans le spectacle vivant

La culture est confrontée au progrès technologique et « à un imaginaire qui semble promouvoir la naissance d'une nouvelle humanité »²⁵¹ pour reprendre les mots de Rémy Rieffel. Celle-ci est générée par le développement numérique, lequel apporte des éléments qui déstabilisent les dispositifs et les modèles traditionnels. Comme nous l'avons vu précédemment, la généralisation des outils numériques au sein des foyers a un effet de conversion sur les pratiques culturelles, remettant en question les logiques verticales et hiérarchisées de la légitimité culturelle.

²⁴⁸ *Ibid.*, p. 106

²⁴⁹ DE CERTEAU Michel, *La culture au pluriel*, Paris, Éditions du Seuil, 1993, p. 218.

²⁵⁰ JOUËT Josiane, « Sociologie des médias numériques », *op.cit.*, p. 106.

²⁵¹ RIEFFEL Rémy, *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, Paris, Gallimard, coll. Folio actuel, 2014, p.13.

Le secteur du spectacle vivant a été souvent décrit comme étant en retard en termes d'appropriation du numérique par rapport à d'autres secteurs culturels comme les musées. Cela peut être dû à plusieurs facteurs, comme le décrit l'étude intitulée « Le numérique dans les Théâtres en France - État des lieux 2016 »²⁵². Tout d'abord, il y a une méfiance envers le numérique en raison de son aspect virtuel, qui pourrait faire perdre aux arts vivants leur caractère réel et éphémère. Cette méfiance est alimentée par un manque de connaissances dans l'utilisation des outils numériques et par un manque de formation au sein des équipes. En revanche, les personnes qui manifestent un intérêt pour le numérique se forment de manière autodidacte. Un autre aspect concerne le rejet de l'idée d'un théâtre qui serait axé sur le divertissement ou le commercial et qui favoriserait l'usage du numérique.

L'état des lieux de 2016, réalisée par Marion Denizot et Christine Petr commanditée par l'association Théâtre et médiations numériques (TMNlab), avait pour objectif de mesurer l'engagement des structures culturelles du spectacle vivant dans le numérique. Cette première étude visait à examiner les pratiques envers les publics, les questions liées aux équipements et aux usages organisationnels, afin de dresser un portrait du paysage théâtral par rapport au numérique. L'échantillon de l'étude comprenait des institutions du secteur théâtral français, avec un total de 446 répondants²⁵³.

Ce premier état des lieux a révélé que, de façon générale, les établissements se sont en effet engagés dans le numérique depuis 2008 : 99 % de théâtres possèdent un site Internet²⁵⁴. Toutefois, il convient de souligner que la taille de l'établissement impacte son engagement dans la transition numérique. Les établissements de plus grande envergure ont généralement plus de ressources, ce qui facilite leur adoption des technologies numériques²⁵⁵.

L'étude a présenté plusieurs exemples de dispositifs numériques mis en place. Parmi ceux-ci, on peut citer mise en place de bornes de réservation de places (0,4 %), l'installation d'écrans d'information sur la façade à l'intérieur et/ou à l'extérieur des lieux (47,2 %), et un accès Wi-Fi gratuit (34,1 %) ainsi que des dispositifs permettant l'accessibilité des publics handicapés (25,4 %). Cependant, elle montre également que la plupart de ces dispositifs se limitent à fournir de l'information plutôt qu'à favoriser l'interaction avec le public. Seuls quelques

²⁵² TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *Le numérique dans les théâtres en France : État des lieux 2016*, étude réalisée par DENIZOT Marion et PETR Christine, [<http://www.tmnlab.com/2016/11/21/letat-lieux-numerique-theatres-2016-infographie-rapport-complet/>], (consulté le 18 décembre 2022).

²⁵³ Il regroupait des théâtres subventionnés par le ministère de la Culture et de la Communication, par les collectivités territoriales, ainsi que des théâtres bénéficiant de cofinancements et des théâtres privés adhérant à l'Association pour le soutien du théâtre privé (ASTP), *Ibid.*

²⁵⁴ *Ibid.*, p. 30

²⁵⁵ *Ibid.* p. 16

théâtres ont su ou pu adopter des dispositifs spécifiquement conçus pour l'interaction, même si l'enjeu est partagé par l'ensemble des établissements.

Pour l'utilisation du numérique en relation avec les publics, l'état des lieux souligne notamment la mise en place d'outils tels que : « l'exploitation de requêtes à partir des logiciels de billetterie, usages des fonctions Gestion de la relation client (GRC) ou Customer relationship management (CRM) en anglais, adaptation du site Internet pour la lecture en mobilité, outils d'envoi des newsletters, dispositifs d'interaction avec le public, formalisation de la communication numérique et de l'engagement dans le numérique, usage des indicateurs statistiques...) »²⁵⁶. Ces quelques exemples montrent bien l'intérêt des structures culturelles pour le numérique, malgré une méconnaissance des outils et de leur utilisation. L'étude met en évidence un besoin de développement des compétences et de formation pour exploiter pleinement les possibilités offertes par le numérique dans le secteur culturel.

Un nouvel état des lieux du numérique a été réalisé en 2021²⁵⁷, sous la direction de l'association Théâtre, médiation et numérique laboratoire (TMNlab) et confiée à l'agence l'Œil du public. Cette fois-ci, 549 structures ont répondu à cet appel et l'étude a été élargie aux arts visuels. Après cinq ans, ce nouvel état des lieux reflète un léger changement en ce qui concerne l'engagement et la prise en considération du numérique comme axe prioritaire dans le projet des structures. En 2021, 55 % des structures considèrent le numérique comme un axe prioritaire, contre 53 % en 2016²⁵⁸. Cela indique une évolution positive, les structures étant davantage convaincues de l'importance du numérique dans leur projet d'établissement.

En revanche, en 2021, on constate que l'adhésion à l'idée que le numérique soit une réponse aux évolutions des pratiques des publics, est en baisse bien que cette croyance reste majoritaire (73% vs. 83% en 2016, dont 31% tout à fait d'accord)²⁵⁹ : si la majorité des répondants croient encore que le numérique est une réponse aux évolutions des pratiques des publics, ils sont moins nombreux qu'il y a cinq ans. Toutefois, un tel constat ne modifie pas la perception des structures interrogées qui attribuent au numérique un certain nombre d'avantages dans le développement des publics. Parmi ces avantages, nous retrouvons toutes les possibilités qu'offrent le maintien du lien avec les publics, la rénovation des formats de médiation et de contenus, une meilleure appropriation des contenus par les publics, mais aussi

²⁵⁶ *Ibid.* p. 51.

²⁵⁷ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, étude réalisée par l'agence l'Œil du public, [<http://www.tmnlab.com/etudes/etat-des-lieux-du-numerique-2021#75>], (consulté le 20 novembre 2022).

²⁵⁸ *Ibid.*

²⁵⁹ *Ibid.*

une communication élargie et plus créative²⁶⁰. Il est important de souligner à nouveau que la période de la crise sanitaire a considérablement accéléré les transformations numériques dans le domaine culturel :

« Les établissements publics affirment davantage avoir pris conscience de ces enjeux et considèrent plus le numérique comme faisant partie de leurs missions. La prise en compte de ces enjeux est également une affaire de taille de structure : si les plus petites n'identifient pas clairement le lien qui peut exister entre le numérique et leurs missions, les plus grandes sont beaucoup plus impliquées dans l'intégration de ces nouveaux enjeux comme axe prioritaire dans leur projet d'établissement. »²⁶¹

Tout comme en 2016, le manque de formations adaptées à la mise en place d'outils numériques reste d'actualité. Les formations disponibles sont principalement destinées aux équipes de communication, et ne comblent pas les lacunes dans la formation des autres membres du personnel.²⁶² Il est intéressant de noter que sur le terrain, dans les deux tiers des structures ayant des missions formellement liées au numérique, environ 60% des personnels concernées se sont formées de manière autodidacte²⁶³. Cela démontre une nouvelle fois le besoin d'acquérir des compétences numériques par des moyens individuels, faute d'offre de formation adaptée au sein des structures culturelles.

Lorsqu'il s'agit de créer des projets numériques, le ministère de la Culture et de la Communication a mis en place depuis 2010 deux dispositifs : le Dispositif pour la création artistique multimédia et numérique (DICRÉAM) et l'appel à projets Services numériques innovants. Nous pouvons noter que dans l'étude de 2016, une grande partie des établissements sollicités (51,8%) ignoraient l'existence de ces dispositifs et appels à projets²⁶⁴. Cette méconnaissance a même augmenté en 2021 : 75% des établissements sollicités ne connaissaient pas l'appel à projet afin de mieux comprendre les raisons de cette méconnaissance. Il aurait été pertinent d'obtenir davantage de détails sur la composition des répondants qui n'étaient pas au courant.

En effet, il est important de souligner que dans l'étude de 2016, il y avait déjà une certaine

²⁶⁰ *Ibid.*

²⁶¹ *Ibid.*

²⁶² *Ibid.*

²⁶³ *Ibid.*

²⁶⁴ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, étude réalisée par l'agence L'Œil du public, [<http://www.tmnlab.com/etudes/etat-des-lieux-du-numerique-2021#75>], (consulté le 20 novembre 2022).

autocensure de la part des établissements qui hésitaient à participer aux appels à projets et le nombre d'aides attribuées à ceux qui soumettaient un dossier était relativement faible. Néanmoins, en 2021 ce nombre semblait être en légère augmentation. On voit bien combien il est nécessaire de mieux communiquer autour de ces dispositifs et de leur donner une plus grande visibilité auprès des acteurs culturels. Il est nécessaire de sensibiliser les établissements aux opportunités de financement et de soutien disponibles pour encourager leur participation et stimuler le développement de projets numériques dans le domaine culturel.

Par ailleurs, les deux dernières enquêtes réalisées sur *Les pratiques culturelles des Français* dont nous avons précédemment parlé, ainsi que l'étude menée par le Credoc témoignent d'une évolution et d'une augmentation des usages et des pratiques culturelles, en particulier dans le domaine du numérique et des écrans. Ces derniers sont devenus un prolongement important de l'activité culturelle. Il n'est donc pas surprenant de constater, ces dernières années, une forte augmentation de la présence en ligne des structures culturelles, notamment sur les réseaux sociaux. Les plateformes les plus utilisées sont Facebook (98%), Instagram (87%), Youtube (77%) et Twitter (68%)²⁶⁵. En réponse à cet essor des réseaux sociaux, de plus en plus d'établissements culturels développent un calendrier éditorial (52%) alors qu'ils n'étaient que 19% en 2016²⁶⁶. Il y a donc bien eu une prise de conscience de leur part quant à l'importance d'une planification stratégique pour gérer leur présence en ligne. Outre la diffusion d'informations sur leur programmation, de nombreuses institutions culturelles utilisent les réseaux sociaux pour créer du contenu relatif aux artistes qu'elles accueillent, à l'environnement culturel qu'elles représentent et à leurs équipes. Selon l'étude *État des lieux du numérique 2021*, la création de contenus est devenue une activité à part entière pour les structures. De nouveaux projets numériques de médiation ou de co-création avec le public sont développés en lien avec les œuvres présentées ou en complément des actions culturelles proposées tout au long de la saison. Les contenus et actions se diversifient sur les réseaux sociaux : publication d'interviews, création de vidéos recueillant les témoignages des spectateurs, production de podcasts, réalisation de visites virtuelles du lieu, diffusion en direct de masterclass ou de conférences en ligne, et bien d'autres encore.

Il est intéressant de constater que la plupart de ces contenus numériques sont développés par les équipes de communication, avec une légère participation des équipes de relations avec les

²⁶⁵ *Idem.*

²⁶⁶ *Idem.*

publics²⁶⁷. Cela soulève des questions concernant les postes dédiés et les compétences nécessaires, ainsi que la place des différents métiers tels que la communication, les relations avec les publics et la médiation culturelle. Habituellement, ces missions sont réparties entre différents départements au sein des structures culturelles. Une des difficultés exprimées par ces structures, comme le révèle l'enquête du TMNlab, est le manque de ressources pour développer ces projets. Il arrive parfois que des projets voient le jour au sein de structures grâce à l'implication des collaborateurs et aux compétences des salariés qui dépassent le cadre de leur fiche de poste.

Il est de plus en plus évident que les métiers de la médiation culturelle et du numérique se rejoignent et s'entrelacent. Les actions entreprises vont au-delà de la simple communication, car elles visent non seulement à informer, mais aussi à engager, maintenir et partager avec le public la vie de l'institution culturelle. Cela permet de proposer une expérience différente, de sensibiliser le public aux œuvres et aux artistes, et de susciter l'envie de se rendre physiquement dans ces lieux :

« De même, la façon de concevoir la médiation est bouleversée : en lien avec la communication, elle devient créatrice de nouvelles expériences numériques pour les spectateurs. Les structures y voient l'opportunité d'une accessibilité augmentée à leurs propositions, d'une meilleure connaissance des publics, la possibilité de mobiliser de nouveaux publics, de fidéliser des publics existants, voire de " créer une communauté numérique axée sur le lien social ". Une réflexion sur les formats est engagée au regard de chaque public ou communauté de publics visé, et sur les meilleures façons de développer l'immersion, l'interactivité et l'implication. »²⁶⁸

La médiation culturelle numérique offre ainsi de nouvelles opportunités pour établir une relation plus étroite et interactive avec les publics.

Il est tout de même essentiel de faire la distinction entre un projet de médiation culturelle et un projet de communication lorsqu'il s'agit de dispositifs numériques. Cependant, ces deux métiers peuvent converger et se rejoindre dans le contexte du numérique. La médiation culturelle est profondément influencée par les possibilités offertes par le numérique, ce qui entraîne des changements dans les missions et les pratiques professionnelles.

L'état des lieux du numérique 2021 souligne que la mise en place de projets numériques nécessite une collaboration transversale entre les différentes équipes et les fonctions au sein

²⁶⁷ *Idem*

²⁶⁸ *Idem.*

des organisations culturelles. Cette démarche implique un travail collaboratif, des échanges et une coordination entre les services. Cependant, les structures du spectacle vivant sont confrontées à des défis tels que le manque de temps, de ressources financières, de compétences spécifiques et d'équipements pour développer ces projets. Par conséquent, les actions mises en place sont souvent peu évaluées ; il est donc difficile de mesurer leur pertinence et leur efficacité auprès des publics et d'apporter des ajustements nécessaires. De plus, le travail des équipes qui portent les projets numériques est, pour l'heure, sous-estimé car mal circonscrit. Dans les structures plus petites où les effectifs sont limités, la charge de travail impliquée peut conduire à l'abandon de ces projets²⁶⁹, à la différence des grandes structures qui ont généralement plus de moyens et de capacités pour mettre en place ces initiatives. Il est donc important pour notre travail d'analyse de reconnaître et de prendre en compte la complexité ainsi que les contraintes dans la réalisation des projets de médiation culturelle numérique.

2.4 La médiation culturelle à l'ère numérique : les enjeux des dispositifs numériques

Avec l'irruption du numérique dans notre quotidien et la définition d'une culture numérique, il est nécessaire de faire évoluer la médiation « traditionnelle » vers une médiation culturelle numérique. De ce fait, il s'agit d'utiliser les possibilités offertes par les nouvelles technologies de l'information et de la communication. L'institution culturelle, en sa qualité d'espace réflexif, joue un rôle légitime dans la transmission des savoirs. Les mutations sociétales obligent donc à s'interroger et à envisager de nouvelles approches et de nouvelles pratiques de la médiation davantage participatives, contributives et horizontales, et qui sont par conséquent à l'image du numérique. Se pose ainsi la question de la légitimation de cette nouvelle modalité de médiation à l'heure de ce que l'on peut nommer *intelligence collective* et que nous avons décrit précédemment.

Dès le début de la décennie 1980, le numérique a fait irruption dans les établissements culturels avec l'installation de bornes interactives, comme au Musée national des arts et traditions populaires qui a joué un rôle précurseur dans cette évolution. Bruno Nassim Abouddrar et François Mairesse en font notamment le constat dans leur ouvrage *La médiation culturelle* : « Le développement des systèmes d'audioguides a suivi l'évolution des technologies des informations et de la communication, les tablettes ou consoles numériques

²⁶⁹ *Ibid.*

succédant aux baladeurs puis aux systèmes d'audio numériques »²⁷⁰. L'arrivée de ces nouvelles technologies a transformé la manière de consommer, de communiquer et de diffuser les contenus, créant ainsi des relations inédites entre le public et l'œuvre. Celles-ci sont utilisées comme support à la médiation, comme outils de création collective ou comme outil à la création artistique. La technologie numérique permet de repenser le lien avec une œuvre à partir des divers champs d'application. À cet égard, la production d'images et des sons, en complément du texte, a notablement évolué jusqu'au développement de la réalité augmentée, de la réalité virtuelle, de la vidéo en 360°, entre autres. La croissance du numérique découle de la transformation des outils numériques, dorénavant qualifiés de « nomades », autrement dit portatifs (tablettes, smartphones, ordinateurs portables...), ainsi que de leur multiplication au sein des foyers, recensée par le nombre d'écrans.

Le support privilégié est l'écran, ce qui accroît la perméabilité entre culture, divertissement et communication interpersonnelle. On parle ainsi de « culture d'écran »²⁷¹ et de *multitasking*, qui « favorise une polyvalence accrue des temps culturels et un accroissement des consommations simultanées »²⁷². Les individus, en particulier les jeunes, deviennent de plus en plus multitâches. Ils effectuent plusieurs activités simultanément avec différents écrans (ordinateur/smartphone, TV/smartphone, par exemple), Sylvie Octobre et Pierre Mercklé définissent ce phénomène comme la « polyactivité positive », modifiant les modes de consommation culturelle, qui ne sont plus linéaires ni unidimensionnels. Face à ces modes de consommation culturelle, la médiation culturelle expérimente des formes originales pour établir ce lien entre l'œuvre et les publics, tout en valorisant l'individu et ses caractéristiques propres, ce qui donne lieu à une nouvelle forme hybride, une expérience collective individualisée²⁷³. Les structures culturelles du spectacle vivant ont progressivement intégré de nouvelles technologies telles que la création des sites Internet ou l'utilisation des logiciels de billetterie, l'introduction d'une communication digitale, entre autres. En s'appuyant sur l'évolution du numérique, Serge Chaumier et François Mairesse ont évoqué trois principes susceptibles de modifier la médiation culturelle dans les années à venir, :

« Le retour au phénomène participatif, via notamment les technologies numériques (2.0) ; la découverte de nouveaux types de relations culturelles, à travers les échanges interculturels, mais aussi

²⁷⁰ ABOUDRAR Bruno Nassim et MAIRESSE François, *La médiation culturelle, Que sais-je?*, Paris, Presse universitaires de France, 2016, p. 84.

²⁷¹ DONNAT Olivier, « Pratiques culturelles, 1973-2008: Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales », *Culture études*, n° 7, 2011, p. 4

²⁷² MERCLÉ Pierre et OCTOBRE Sylvie, « La stratification sociale des pratiques numériques des adolescents », *Recherches en sciences sociales sur Internet*, n° 1, 2012, p. 7

²⁷³ ROUZÉ, Vincent, « Médiation/s : un avatar du régime de la communication ? », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. dossier 2010, n° 2, 2010, p. 77.

le renouveau des actions d'animation culturelle qui étaient quelque peu tombées en désuétude sinon dédaignées, au cours des années 1980-1990. »²⁷⁴

La transition numérique est devenue un enjeu primordial pour la médiation culturelle. Cette transition est liée au développement des nouvelles technologies et aux nouveaux usages. Le Web, en particulier, a déterminé un changement du sens des contenus, mettant à disposition une surabondance d'informations, bouleversant ainsi le rapport à la connaissance.

De plus, le numérique captive un public de plus en plus jeune, ce qui implique d'adapter, de repenser ou de créer des nouveaux dispositifs de médiation culturelle. L'immersion, l'audio, l'image, le texte viennent compléter la relation établie entre les publics et les œuvres *via* le numérique. Ces transformations soulèvent des questionnements : comment le numérique peut-il contribuer au développement et/ou au maintien de la relation entre les publics et les structures culturelles ? Comment le numérique peut-il efficacement aider à l'appropriation de l'œuvre par les publics ?

Les actions de médiation culturelle sont présentées sur différentes formes. Nous pouvons les trouver sous forme de rencontres artistiques (ateliers, échanges avec les artistes, observation du processus de création), de visites de coulisses, d'interventions hors les murs (écoles, universités, prisons, hôpitaux, espace publiques) et bien d'autres encore. Avec l'avènement du numérique, les structures culturelles ont commencé à introduire des supports numériques dans leurs actions de médiation culturelle. Néanmoins, une action de médiation culturelle numérique ne peut pas être conçue de la même manière qu'une action de médiation culturelle « traditionnelle ». Pour rappel, la médiation culturelle numérique utilise les technologies numériques telles que l'Internet, les applications mobiles, les réseaux sociaux, la réalité augmentée, etc., en tant qu'outils pour mettre en pratique des actions culturelles. Les technologies numériques jouent un rôle en tant que supports pour la médiation et l'interprétation d'une œuvre, comme des outils permettant la création collective et comme des supports favorisant l'expression artistique. Le numérique offre ainsi une opportunité de repenser la relation avec une œuvre à travers ces différents domaines d'application. Selon Hervé Guay, Marco Pronovost, Julie Beaulieu et Prune Lieutier :

« Aux débuts de la médiation culturelle numérique, les outils servaient à susciter l'intérêt et évoquaient surtout la ludification de la médiation. Désormais, la médiation culturelle numérique dépasse largement la simple utilisation de gadgets. La conception des outils numériques s'ancre dans

²⁷⁴ CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation culturelle*, *op.cit.*, p. 154

de véritables questionnements autour de l'expérience esthétique et l'aspect numérique doit minimalement contribuer à l'optimisation de l'expérience, sinon en être le moteur. »²⁷⁵

Il est nécessaire donc de s'interroger sur l'implémentation des nouveaux outils conçus comme dispositifs de médiation culturelle numérique afin d'évaluer l'impact sur la relation entre l'œuvre et les publics. De plus, il s'agit aussi d'avoir une réflexion sur le développement des publics *via* l'utilisation des dispositifs numériques, que ce soit *in situ* ou virtuel. Enfin, il ne s'agit pas seulement de choisir un dispositif pour mettre en forme et diffuser un contenu, mais plutôt de réfléchir à l'ensemble des pratiques et techniques que l'on souhaite utiliser pour le faire, ainsi qu'à leur viabilité à long terme. L'intégration du numérique dans les actions de médiation culturelle n'est pas seulement un enjeu organisationnel, il est aussi technique, car elle demande des compétences en matière d'organisation et une familiarisation avec des nouvelles formes de culture, moins hiérarchisées et plus horizontales.

Typologie de dispositifs de médiation culturelle numérique

« On a souvent pu associer le numérique à l'immatérialité »²⁷⁶, souligne Marcello Vitali-Rosati dans son ouvrage *Pratiques de l'édition numérique*. L'auteur s'attache à analyser le changement lié au champ de l'édition de livres avec le numérique. Lorsqu'il évoque l'immatérialité, il fait référence à la fausse association du numérique, notamment le Web, qui désigne un espace matériel et qui est différent de l'espace immatériel non numérique. « Les pages du Web, par exemple, sont structurées et hiérarchisées à partir des relations qu'elles entretiennent entre elles »²⁷⁷. Ces relations sont concrètes et font référence aux liens qui unissent, par exemple, une page à une autre page. « L'ensemble de ces relations structure l'espace numérique et ces relations sont elles-mêmes écrites et enregistrées dans les disques durs des différents acteurs du Web ... rien de plus matériel. »²⁷⁸ La facilité avec laquelle les personnes peuvent "copier" les objets numériques évoque bien une certaine immatérialité, mais en réalité, elle est déterminée par la caractéristique de la multiplicité. « Or cette caractéristique fondamentale détermine ses traits distinctifs : sa facilité de circulation, son ouverture, le fait qu'il soit facilement modifiable, réutilisable, qu'il permette des objets

²⁷⁵ GUAY Hervé, PRONOVOST Marco, BEAULIEU Julie et LIEUTIER Prune, « Guide des bonnes pratiques en médiation culturelle numérique pour les arts de la scène », Laboratoire de recherche sur les publics de la culture, [<https://lrpc.ca/wp-content/uploads/2023/02/cahier-pedagogique-mediation-culturelle-Web-janv-BD.pdf>], (consulté le 23 mars 2023).

²⁷⁶ VITALI-ROSATI Marcello, « Chapitre 4. Pour une définition du "numérique" », *Pratiques de l'édition numérique*, Presses de l'Université de Montréal, 2014, p. 70.

²⁷⁷ *Ibid.*, p. 71.

²⁷⁸ *Idem.*, p. 71.

multimédias, etc. »²⁷⁹ Marcello Vitali-Rosati souligne qu'un fichier, par exemple, n'est pas copié, « il est nativement multiplié »²⁸⁰. Cette multiplicité se présente dans la transformation des objets numériques. Par exemple, une page Web²⁸¹ peut être convertie en son ou en image grâce à l'interprétation réalisée par des logiciels capables de capturer les éléments visuels ou audio de la page Web, puis de les traduire en texte HTML²⁸². Le texte sera interprété par un navigateur qui à la fois le transforme en texte avec des images, des polices, de couleurs, etc.

Cette dernière réflexion appliquée au milieu du spectacle vivant, en particulier à la médiation culturelle numérique, nous permet de mener une réflexion autour des contenus et des caractéristiques du numérique sur l'ensemble des dispositifs. Ainsi, dans le domaine du spectacle vivant, différents types de dispositifs numériques sont mis en place, offrant une variété de formats et d'outils. Nous pouvons rencontrer dans certains établissements culturels la mise en place d'archives numériques des saisons précédentes, ainsi que de ressources numériques (blogs, podcasts, vidéos, brochures pédagogiques). Ces dispositifs sont destinés aux enseignants, aux médiateurs culturels, aux spectateurs afin de proposer du matériel numérique autour d'une œuvre, des artistes et de la programmation de la structure culturelle.

Il existe aussi d'autres dispositifs numériques qui permettent aux personnes de participer et de créer des contenus numériques à partir d'une œuvre. Par exemple, L'Odéon Théâtre de l'Europe développe le projet *Richard 3.0* à partir du spectacle *Richard III* de Shakespeare mise en scène par Thomas Jolly présenté du 6 janvier au 13 février 2016. Ce projet a été réalisé en collaboration avec des étudiants issus des écoles supérieures du digital, de design et de programmation de Paris²⁸³. Les étudiants ont travaillé sur la création de dispositifs d'immersion sensorielle (cabines d'immersion en 3D) autour du spectacle, apportant une dimension ludique. Ils sont devenus également relais de l'œuvre. Un autre exemple de dispositif numérique lié à l'œuvre *Richard III* de Shakespeare a été le jeu vidéo nommé *Richard III attacks*²⁸⁴ créé par la Compagnie Piccola Familia de Thomas Jolly.

²⁷⁹ *Idem.*, p. 71.

²⁸⁰ *Idem.*, p. 71.

²⁸¹ « Le Web est inventé par l'informaticien britannique Tim Berners-Lee en 1990. [...] Le Web est un protocole de communication qui permet de relier entre elles des pages, via un système d'adressage devenu familier : <http://www>. [...] On dit que le Web est une couche haute qui utilise une couche basse : le protocole TCP/IP Internet. Le Web est contenu dans Internet. », CARDON Dominique, *Culture numérique, op.cit.*, p. 28.

²⁸² Hypertext markup language, *Ibid.*, 86.

²⁸³ Projet *Richard 3.0*, organisé par le Théâtre National de l'Odéon, (21 novembre 2016), [<https://web.archive.org/web/20210306005852/http://www.tmnlab.com/2016/11/21/grace-numerique-etre-nouvel-le-facon-denisager-mediation/>], (consulté le 29 août 2023).

²⁸⁴ Jeu vidéo *Richard III attacks*, Compagnie Piccola Familia, [<https://web.archive.org/web/20230328063253/http://www.lapiccolafamilia.fr/richard-iii-attacks/>], (consulté le 29 août 2023).

Il existe d'autres types de dispositifs numériques qui permettent à l'utilisateur de s'exprimer et d'avoir davantage des connaissances sur un univers artistique. C'est le cas de la plateforme *Datadanse*²⁸⁵ réalisée par le réseau des centres de développement chorégraphique nationaux (CDCN)²⁸⁶, avec le soutien du ministère de la Culture et de la Communication. Cette plateforme a été lancée au Théâtre national de Chaillot à Paris le 14 novembre 2016. Son objectif est de guider le public en lui fournissant des informations sur le monde de la danse de manière ludique et interactive, tout en offrant la possibilité de créer un « journal du spectateur ». La plateforme compile les impressions du spectacle vues par les spectateurs, impressions qui prendront corps dans la création de la Une d'un journal à partager *via* les réseaux sociaux, par email ou à imprimer.

Nous avons pris connaissance d'autres projets hybrides, à la fois réels et virtuels, qui intégraient un aspect plus participatif et ont été développés spécifiquement pour les jeunes âgés de 16 à 25 ans. Nous faisons référence au projet Le Conseil des jeunes²⁸⁷ mis en place par la Maison de la culture de Bobigny en Seine-Saint-Denis (MC93) et au projet Les jeunes reporters de la Colline²⁸⁸ initié par le Théâtre National de la Colline à Paris. Ces deux projets visent à ouvrir leurs portes et à donner carte blanche aux jeunes afin qu'ils s'approprient le théâtre, l'espace et les œuvres à travers une participation active. Grâce aux outils numériques du Web 2.0, la participation des jeunes peut prendre diverses formes (critiques de spectacles, organisation de lectures, interviews des équipes artistiques ...) tout au long de l'année. Ces dispositifs permettent, d'une part, d'offrir aux jeunes l'opportunité de se familiariser avec le lieu culturel, de construire des initiatives qui les motivent à en apprendre davantage sur les structures culturelles, les équipes artistiques et administratives, ainsi que les différents univers artistiques. D'autre part, ils leur permettent de communiquer directement avec leurs pairs en utilisant leurs propres codes et langages.

Ces projets illustrent différentes approches adoptées par les structures du spectacle vivant pour investir la sphère numérique. Nous pouvons identifier plusieurs types de dispositifs en

²⁸⁵ Plateforme Data Danse, [<https://data-danse.numeridanse.tv/>], (consulté le 4 février 2023).

²⁸⁶ La Manufacture – CDCN Bordeaux Nouvelle-Aquitaine, Le Gymnase | CDCN Roubaix – Hauts-de-France, l'Association des Centres de Développement Chorégraphique Nationaux, le Théâtre National de Chaillot, le Centre National de la Danse, la Maison de la Danse de Lyon (Numeridanse.tv), la DRAC Nouvelle-Aquitaine et avec le soutien du ministère de la Culture – délégation à la danse.

²⁸⁷ Projet Conseil des jeunes, Maison de la culture de Bobigny en Seine-Saint-Denis, [<https://www.mc93.com/saison/rejoignez-le-conseil-des-jeunes>], (consulté le 27 janvier 2019).

²⁸⁸ Projet Jeunes reporters, Théâtre National de la Colline, [<https://www.colline.fr/les-ateliers-pour-tous/les-jeunes-reporters-de-la-colline>], (consulté le 24 février 2023).

fonction des objectifs que la structure souhaite proposer aux publics : la consultation d'œuvres à partir de ressources numériques, la participation et la collaboration dans le cadre de projets participatifs, l'interaction et l'échange *via* des plateformes numériques telles que Datadanse ou Numeridanse²⁸⁹.

Ayant constaté un usage quotidien du Web et des outils numériques, les établissements culturels ont été amenés à s'ouvrir sur les enjeux de la culture numérique afin de saisir les opportunités offertes par ces mutations sociétales. Celle-ci, à son tour, vient réactiver l'imaginaire de l'élargissement des publics par le simple usage du numérique. Cependant, nous observons que les publics qui prennent part à ces dispositifs sont souvent des publics avertis ou qui ont été spécifiquement sollicités dans le cadre d'actions culturelles guidées par des médiateurs culturels. De plus, la plupart de ces projets sont généralement proposés par les établissements culturels eux-mêmes plutôt que par les publics.

Il est donc essentiel de continuer à réfléchir à l'élargissement de l'accès et de la participation à ces dispositifs numériques en impliquant davantage les publics variés, en développant des approches plus inclusives et en encourageant les contributions créatives des utilisateurs. Cela nécessite une attention particulière aux attentes, aux besoins et aux compétences des publics cibles ainsi qu'une co-construction des dispositifs avec les publics afin de favoriser une réelle appropriation et une participation active à la vie culturelle numérique.

François Mairesse et Bruno Nassim Abouddrar soulignent que chaque évolution technologique entraîne une évolution des processus de médiation et par conséquent, des dispositifs de médiation culturelle. La convergence des technologies de l'information et de la communication (TIC) ne sont pas anodines dans le processus de production, de diffusion de savoirs, de pensée et plus généralement dans les comportements et les identités culturelles²⁹⁰. De même, les transformations dans le domaine de la communication ont joué un rôle essentiel dans le développement des processus cognitifs, l'accroissement des connaissances et la manière de les transmettre et de les enrichir. Les TIC jouent un rôle important sur le plan culturel, que ce soit en introduisant des changements dans les pratiques de production ou dans la réception des œuvres. « Elles ont contribué à construire l'espace public, à orienter les rapports sociaux, à participer à l'élaboration des contenus de pensée et à la production des formes symboliques qui permettent l'identification de l'individu à des valeurs collectives. »²⁹¹

²⁸⁹ Plateforme Numéridanse, [<https://www.numeridanse.tv/>], (consulté le 6 juin 2023).

²⁹⁰ CAUNE Jean, *Formes artistiques et pratiques culturelles*, *op.cit.*, p. 94.

²⁹¹ *Ibid.*, p. 96.

Enfin, l'hybridation de la culture par les TIC se manifeste à travers divers produits tels que les plateformes en ligne, les jeux vidéo, les bornes numériques, etc. comme le souligne Jean Caune. Ces produits sont perçus comme un développement économique de la part des institutions culturelles qui intègrent de nouveaux usages dans leurs pratiques. L'auteur souligne également combien il est important de comprendre que « l'industrialisation de la culture et le développement des communications de masse ont conduit à la mobilité des acteurs et à la convergence des fonctions ».²⁹² Nous assistons à l'émergence d'une culture numérique fondée sur l'image et l'ordinateur, où la virtualité et l'immédiateté peuvent venir remplacer l'imaginaire et la médiation traditionnelle. Bruno Nassim et François Mairesse soulignent que le rayonnement des nouveaux médias entraîne une présence sur les réseaux sociaux qui ne peut être réduite à des fins informatives ou publicitaires. En effet, ces réseaux peuvent ouvrir les portes à d'autres formes de médiation culturelle, à la transmission de savoirs en créant des dispositifs spécifiques ou à la constitution d'une communauté autour d'un sujet artistique. Enfin, nous constatons dans le dernier état des lieux des arts vivants²⁹³ que les frontières entre médiation et communication (ou *marketing*²⁹⁴) semblent être floues et nous amènent à nous demander si l'usage d'un dispositif numérique est de l'ordre de la médiation culturelle ou participe surtout à la communication globale de la structure ou du spectacle et, par là même, au remplissage des salles. Cette question invite à réfléchir à la nature et aux objectifs réels des dispositifs numériques mis en place, ainsi qu'à leur effet sur les publics et sur la relation entre l'œuvre et ces publics.

Conclusion

« Les nouveaux canaux de diffusion numérique ont, on le voit, déstabilisé les filières culturelles traditionnelles, remis en cause leur logique habituelle de fonctionnement et affecté les modes de distribution de contenus. On assiste bien à une recomposition profonde du paysage culturel sous l'effet du numérique et sous l'emprise croissante des sites et des plateformes ».²⁹⁵

²⁹² *Ibid.*, p. 108.

²⁹³ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, étude réalisée par l'agence L'Œil du public, [<http://www.tmnlab.com/etudes/etat-des-lieux-du-numerique-2021#75>], (consulté le 20 novembre 2022)

²⁹⁴ ABOUDRAR Bruno Nassim et MAIRESSE François, *La médiation culturelle, Que sais-je?*, Paris, Presse universitaires de France, 2016, p. 86.

²⁹⁵ RIEFFEL Rémy, *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, Paris, Gallimard, coll. Folio actuel, 2014, p. 60-61.

La notion de culture numérique fait référence aux nouveaux usages engendrés par le développement et la généralisation des techniques informatiques, en particulier d'Internet et du Web. Nous assistons à une progression importante du numérique qui a bouleversé nos modes de fonctionnement et a donné naissance à de nouvelles formes de pratiques culturelles. Ces évolutions récentes s'inscrivent dans la relation entre les individus et leur environnement, et ont engendré l'émergence de nouveaux usages. L'aspect informatique, qui inclut notamment le codage et la programmation, est souvent occulté par le numérique qui permet une utilisation accrue des outils numériques. De la même manière, Internet, en constante évolution, est devenu un média polyvalent. Cette évolution a favorisé une convergence des usages et a redéfini la manière dont les individus interagissent avec leur entourage, acquièrent des connaissances et les transmettent.

Ces nouveaux usages ont un effet sur les pratiques culturelles des Français. L'enquête des *pratiques culturelles des Français*²⁹⁶ de 2008 avait déjà identifié une concentration des pratiques culturelles autour de l'audiovisuel ainsi qu'une diversification des goûts culturels grâce à Internet. L'écran, avec ses multiples usages, a offert une multitude de contenus et de fonctionnalités permettant la combinaison d'activités diverses, où les frontières spatiales s'estompent. Cette convergence des activités culturelles a permis de créer des expériences culturelles personnalisées et plus interactives. De plus, Internet a également favorisé la découverte de nouvelles formes d'expression culturelle, ainsi que l'émergence de communautés et de plateformes permettant aux individus de partager et de promouvoir leurs propres créations.

De nouvelles pratiques culturelles ont émergé grâce au numérique, sans que les personnes ne se soient pour autant détournées des sorties physiques ; au contraire, celles-ci sont valorisées pour leur dimension sociale. Anne Jonchery, Loup Wolff et Lisa Pignot²⁹⁷ soulignent le dynamisme autour des œuvres culturelles qui bénéficient d'une visibilité dans les espaces numériques, tels que les one-man-shows ou le théâtre d'improvisation. Cet intérêt pourrait être stimulé par des offres culturelles dans les espaces physiques.

Les espaces numériques peuvent jouer un rôle complémentaire en promouvant les événements culturels et en suscitant l'intérêt du public. Ils offrent une visibilité accrue et facilitent l'accès aux œuvres culturelles. Toutefois, il est important de souligner que les interactions entre

²⁹⁶ DONNAT Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, op.cit.

²⁹⁷ JONCHERY Anne, WOLFF Loup et PIGNOT Lisa, « La recomposition digitale des pratiques culturelles », *L'Observatoire*, n° 58, 2021, p. 11-15.

personnes, l'expérience physique et le partage d'émotions avec d'autres spectateurs restent des éléments irremplaçables dans certaines formes d'expression artistique, tel que le spectacle vivant.

Dans le milieu du spectacle vivant, bien que l'écran soit devenu un support privilégié, il est important de trouver des moyens de préserver l'approche unique de l'œuvre sans perdre ce qui fait théâtre, à savoir la dimension vivante et la rencontre entre les publics et les artistes sur scène. Le secteur du spectacle vivant cherche ainsi à construire des complémentarités entre l'espace physique et l'espace numérique. Les sites Internet des structures sont utilisés pour mettre à disposition des informations relatives à la programmation, aux activités développées dans les établissements culturels, aux horaires d'ouverture, à l'achat de billets, à l'accès, etc. De plus, la présence et la visibilité sur Internet, notamment sur les réseaux sociaux, ont considérablement augmenté. Cela permet aux structures de mettre en valeur la vie du lieu, les artistes et les œuvres. Cependant, nous disposons encore trop rarement d'évaluations des actions numériques pour mesurer l'évolution et les changements dans les pratiques des publics envers la structure et dans leur participation. L'engagement dans le numérique des structures diffère selon la nature, la taille et les missions de chacun. Par conséquent, les évaluations sont nécessaires pour rendre compte des modifications des pratiques culturelles des dernières décennies.

L'intérêt de cette recherche est d'apporter une analyse de dispositifs numériques existants pour en comprendre les effets sur les pratiques culturelles et l'appropriation par les publics. Les évaluations nous permettent de répondre à des questions telles que : Comment les publics interagissent-ils avec les contenus numériques proposés par les structures du spectacle vivant ? Quels sont les éléments qui les incitent à participer davantage aux dispositifs et qui demandent une participation en ligne ou *in situ* ? Comment les publics perçoivent-ils la complémentarité entre les expériences numériques et les expériences physiques dans l'appropriation de l'œuvre ?.

Par ailleurs, le numérique a rendu accessible les contenus des œuvres produites *in situ* et dans d'autres théâtres du monde entier, ce qui a considérablement modifié les conditions de circulation des connaissances et les pratiques culturelles. Cette irruption du numérique a provoqué une transformation de la pratique de la médiation culturelle *traditionnelle* car l'accès aux contenus culturels et artistiques est devenu plus facile pour de nombreuses personnes grâce à la numérisation, engendrant des changements tant dans sa réalisation que dans la relation avec les publics.

Afin d'élargir leur public et de tirer parti des nouvelles technologies numériques, les structures culturelles proposent de nouvelles formes pour favoriser le processus d'appropriation de l'œuvre. Des acteurs culturels du spectacle vivant ont ainsi développé des plateformes en ligne, des jeux vidéo et d'autres supports dans le but d'engager et de toucher de nouveaux publics grâce au numérique. « Les institutions culturelles sont incitées à refonder leurs missions (objectifs et moyens) dans un contexte d'accès aux contenus culturels profondément modifié. »²⁹⁸

Ainsi, le développement d'Internet associé à la dématérialisation des contenus et des produits culturels, transforme la relation qu'entretiennent les publics à la culture. Cette transformation se manifeste également dans les pratiques de médiation culturelle numérique, qui explorent différentes manières d'établir un lien entre l'œuvre et les publics. C'est pourquoi, nous portons notre attention sur la façon dont les technologies de l'information et de la communication ainsi que la médiation culturelle peuvent parfois induire des confusions dans leurs usages. L'utilisation et la création des dispositifs numériques ont pour résultat la visibilité et la diffusion des contenus, où les frontières entre la médiation et la communication sont parfois effacées en raison du caractère participatif et du partage entre les personnes. Les dispositifs numériques peuvent amener à penser que la participation génère une construction des savoirs et une appropriation de l'œuvre, alors qu'en réalité, cela contribue davantage à la diffusion de la structure et de la programmation dans un contexte de communication.

Il est important de prendre du recul et de réfléchir à la manière dont les technologies numériques sont utilisées dans la médiation culturelle. Bien que la participation et le partage puissent jouer un rôle important dans l'accès à la culture, il convient de distinguer clairement les objectifs de la médiation culturelle, qui visent à favoriser la compréhension, l'interprétation et l'appréciation de l'œuvre, de ceux de la communication, qui cherchent principalement à promouvoir la structure et à diffuser la programmation.

Enfin, le numérique exige de l'instantanéité, de la spontanéité et une réactivité constante pour saisir chaque nouveauté. Cependant, lors de nos recherches sur le terrain, nous avons constaté que la conception de projets numériques peut poser problème. Ils peuvent être complexes car ils nécessitent des compétences numériques spécifiques et une adaptation du temps de travail au sein des équipes. De plus, les contraintes budgétaires peuvent constituer un obstacle si les équipes ne bénéficient pas d'aides financières ou si la recherche de partenaires pour

²⁹⁸ OCTOBRE Sylvie, « Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures : Cultural practices amongst the young and transmitting institutions: a clash of cultures? », *Culture prospective*, n°1, 2009, p. 8.

développer ces projets n'aboutit pas. En outre, le numérique lui-même pose un défi en raison de la rapidité de ses évolutions. De nouvelles techniques innovantes voient régulièrement le jour, remettant en question la pertinence et l'efficacité des dispositifs récents pour susciter l'intérêt des publics toujours avides de nouveauté. C'est primordial d'être conscient de ces changements et de trouver des moyens de les surmonter. Cela implique pour les structures culturelles de consacrer des ressources adéquates, tant en termes de compétences que de financement, pour la conception et la mise en œuvre de projets numériques dans le domaine de la médiation culturelle.

PARTIE II

FORMES D'INTERPRÉTATION ET D'APPROPRIATION DE L'ŒUVRE, DES ESPACES MODIFIÉS POUR LA MÉDIATION CULTURELLE

Chapitre 1

LES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES COMME OUTILS DE MÉDIATION CULTURELLE

1.1 Introduction

Dans cette deuxième partie, nous approfondirons la réflexion entamée sur les outils numériques et leurs effets sur la médiation culturelle. Ici, nous nous intéressons aux facteurs qui favorisent l'appropriation de l'œuvre à travers les dispositifs de médiation culturelle numérique. Les enquêtes sur *Les pratiques culturelles des Français* témoignent d'une évolution des pratiques culturelles tournées vers le numérique, générant une pluralité d'usages. Il nous semble pertinent et nécessaire d'étudier et d'analyser ces effets sur l'appropriation de l'œuvre par le biais des nouvelles formes de médiation culturelle numérique proposées par les établissements du spectacle vivant.

Dans la première partie de cette thèse, nous avons défini la médiation culturelle comme un processus qui crée des mises en relation, favorise la confrontation et la familiarisation avec l'art. C'est à travers des expériences créatives que les publics construisent leur réflexion sur l'art et leur quête personnelle. Ces expériences sont partagées lors de la mise en œuvre de projets de médiation culturelle qui peuvent prendre différentes formes : ateliers de pratique artistique, rencontres avec les équipes artistiques, visites de lieux et de coulisses, entre autres ; les participants à ces actions culturelles sont, pour la plupart du temps, invités à découvrir un spectacle.

L'utilisation du numérique et la création d'outils dont le maniement est intuitif tels que le téléphone portable ou les écrans tactiles ont contribué à masquer l'aspect technologique des appareils et ont ainsi favorisé le développement de nouveaux usages et l'adoption de cette technologie par un large public. Les interfaces intuitives et conviviales ont facilité l'apprentissage des utilisateurs et leur maîtrise des appareils sans qu'il soit besoin de suivre un manuel d'utilisation complexe pour commencer à utiliser les fonctionnalités de base. De plus, les appareils numériques tels que les smartphones concentrent une multitude de fonctionnalités et d'applications dans un seul appareil. Forts de leur méconnaissance de la complexité technique, les utilisateurs ont moins peur d'explorer et d'utiliser les fonctionnalités numériques. Par conséquent, on observe une augmentation de l'utilisation de supports numériques dans les projets de médiation culturelle numérique et dans la création de contenus culturels numériques. Grâce au partage, à la création et à l'interaction entre les usagers, « l'utopie technique selon laquelle Internet permettrait un accès et une participation “universels” à la culture »²⁹⁹ laisse supposer que les nouveaux dispositifs génèrent de nouvelles formes d'appropriation et de réception de l'œuvre.

Les structures culturelles ont tendance à imaginer, en ce qui concerne le renouvellement des publics, que leur seule présence en ligne, notamment via les réseaux sociaux, est suffisante pour attirer de nouveaux publics. Paul Rasse souligne que : « [...] Si les nouvelles technologies de la communication font rêver, c'est tout simplement pour leur efficacité supposée. Elles laissent seulement espérer qu'elles résoudront des problèmes pratiques, là où les autres ont déjà échoué. »³⁰⁰

Une première hypothèse suggère que les nouveaux rapports au digital, la création de contenus numériques et la mise en œuvre de dispositifs (en ligne et *in situ*) destinés aux nouvelles générations, peuvent contribuer à déconstruire les codes et les préjugés associés au spectacle vivant, notamment en raison de l'aspect intuitif qu'offre le numérique et d'une nouvelle appréhension de l'espace (à la fois physique et virtuel) qui permet d'échapper à un enclousonnement traditionnel. Une seconde hypothèse porte sur le renouvellement de la relation entre les structures culturelles et les publics grâce à l'utilisation du numérique, ce qui entraîne l'émergence de nouvelles formes d'appropriation et de réception de la culture

²⁹⁹ CASEMAJOR Nathalie, « La participation culturelle sur Internet : encadrement et appropriations transgressives du patrimoine numérisé », *Communication & langages*, n° 171, 2012, p. 85.

³⁰⁰ RASSE Paul, « La Médiation, entre idéal théorique et application pratique », *op.cit.*, p. 6.

: partage de vidéos, création de blogs autour des œuvres, utilisation de *Hashtags*³⁰¹, de *Gifs*³⁰² ou de *Mèmes*³⁰³, etc.

Afin de comprendre comment ces dispositifs influencent la relation entre l'œuvre et le public, nous allons porter notre attention sur les projets de médiation culturelle numériques développés dans les structures culturelles du spectacle vivant. Nous examinerons, dans cette partie, deux projets transmédiés autour de deux opéras et un projet autour du processus de création du spectacle *Rothko Untitled #2* et une expérience en immersion 360°. Ces projets permettent d'aborder les notions d'appropriation à travers la participation et la transformation de l'espace. Ce faisant, nous établirons un cadre interprétatif qui nous aidera à répondre à nos hypothèses. Par conséquent, notre objectif est de nous intéresser spécifiquement au processus d'appropriation et de disposer d'une clé d'interprétation qui nous permettra d'analyser les projets de médiation culturelle numérique.

Dans le premier chapitre, nous examinerons la notion de participation à travers les deux projets transmédiés réalisés autour de deux spectacles d'opéra. Nous analyserons, d'une part, les dispositifs numériques transmédiés et la manière dont les participants les appréhendent et, d'autre part, les formes d'interprétation et d'appropriation d'une œuvre par le biais de la participation et de la création de contenus, dans le but de favoriser l'interaction, le partage et le lien entre le public et la structure culturelle. Nous aborderons ensuite le projet du processus de création et l'expérience en immersion 360° pour découvrir le processus de création mis en place autour de l'œuvre intitulée *Rothko Untitled #2*. Ce projet a offert aux participants la possibilité d'observer le processus de création de l'œuvre à la fois en présentiel et en immersion avec un casque de réalité virtuelle.

³⁰¹ *Hashtag* : « Il est composé du signe typographique croisillon (< # > appelé *hash* en anglais) auquel est accolé un ou plusieurs mots (dénommés “ tags ” ou “ étiquettes ”). Le *hashtag* permet soit de marquer un contenu avec un mot-clé afin de le partager et d'y faire référence plus facilement soit de regrouper l'ensemble des discussions faisant référence à un même thème. Il est couramment utilisé sur Internet. Il fut tout d'abord utilisé sur le protocole IRC [Internet Relay Chat “ discussion relayée par Internet ”], puis popularisé par les réseaux sociaux. », [<https://fr.wikipedia.org/wiki/Hashtag>], (consulté le 10 décembre 2022).

³⁰² *Gif* : « Le *Graphics Interchange Format* (littéralement “ format d'échange d'images ”), plus connu sous l'acronyme GIF, est un format d'image numérique couramment utilisé sur Internet. Le format GIF permet de stocker plusieurs images dans un seul fichier et de les afficher en succession. », [https://fr.wikipedia.org/wiki/Graphics_Interchange_Format], (consulté le 10 décembre 2022).

³⁰³ *Mème* : « C'est une association d'éléments en une seule unité signifiante dans laquelle il est possible de combiner du texte et de l'image, par exemple, la signification du mot même sur Internet est presque devenue une expression culturelle car, en plus de divertir, il sert à communiquer certaines valeurs et opinions. Ce contenu a la capacité de résumer une idée ou une force d'un collectif. Les mèmes ont fait irruption sur l'Internet en 2000 et, au fil des ans, la viralisation et l'évolution de leur contenu ont été liées à l'objectif fondamental de l'Internet, à savoir le partage d'une grande quantité d'informations. Ce processus s'est développé rapidement grâce aux différents réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram, Twitter ou WhatsApp. », [<https://technologie.toutcomment.com/article/qu-est-ce-qu-un-meme-definition-et-exemple-14861.html>], (consulté le 10 décembre 2022).

Dans le deuxième chapitre, il s'agira pour nous d'évaluer les effets de l'appropriation de l'œuvre à partir d'un dispositif numérique ainsi que la notion d'espace dans l'analyse de l'appropriation de l'œuvre. En effet, l'utilisation d'un outil numérique modifie l'espace en proposant deux dimensions : un espace virtuel et un espace physique. Nous examinerons ainsi comment cette dualité influe sur l'appréhension de l'œuvre et son appropriation. Enfin, nous analyserons les avantages et les contraintes liés à l'appropriation d'une œuvre par le biais de dispositifs tels que l'utilisation d'un casque de réalité virtuelle ou le partage sur des plateformes. Nous prendrons en compte à la fois les aspects positifs et les limites de cette approche, en évaluant notamment l'expérience et l'interaction avec l'œuvre.

1.2 Le transmédia, une stratégie de médiation culturelle à partir de la participation

« Le terme transmédia, quand on l'utilise seul, signifie simplement “à travers les médias” »³⁰⁴. Il a été initialement utilisé par Marsha Kinder en 1991³⁰⁵, mais c'est Henry Jenkins qui popularise le terme et parle du *storytelling transmédia*, ou narration transmédiatique. Cette notion se réfère à la circulation du contenu à travers différents médias³⁰⁶. Henry Jenkins définit la notion de storytelling transmédia « comme l'articulation de plateforme médiatique en plateforme médiatique d'un récit unifié, ou du moins coordonné dès sa conception, pouvant à la fois accorder tout à la fois, la cohérence des franchises et le plaisir spectatorial »³⁰⁷.

En utilisant le concept de transmédia, Henry Jenkins fait également référence à la culture de la convergence, qu'il considère « comme un paradigme pour penser un changement médiatique actuel, défini par la mise en couches, la diversification et l'inter-connectivité des médias. La convergence contraste avec le modèle de la révolution numérique, qui supposait que les anciens médias seraient remplacés par de nouveaux médias »³⁰⁸.

³⁰⁴ BARONI Raphaël et GUNTI Claus, *Introduction à l'étude des cultures numériques: La transition numérique des médias*, Paris, Armand Colin, 2020, p. 184.

³⁰⁵ CAILLER Bruno, DÉNIS Sébastien et SAPIEGA Jacques (dir.), *Histoire du transmédia. Genèse du récit audiovisuel éclaté*, Paris, L'Harmattan, 2014, p. 36.

³⁰⁶ BARONI Raphaël et GUNTI Claus, *Introduction à l'étude des cultures numériques: La transition numérique des médias, op.cit.*, p. 184.

³⁰⁷ JENKINS Henry, *La culture de la convergence des médias au transmédia*, Paris, Armand Colin, 2013, p.8.

³⁰⁸ BARONI Raphaël et GUNTI Claus, *Introduction à l'étude des cultures numériques: La transition numérique des médias, op.cit.*, p. 183.

La culture de la convergence « rend inévitable la dissémination de contenus à travers de multiples médias et plateformes »³⁰⁹. Lorsque l'on parle de culture de la convergence, on fait également référence à la culture participative comme le premier pilier. Ce concept met l'accent sur la participation active des individus dans la création, la diffusion et la transformation du contenu médiatique. Il s'agit d'une approche qui reconnaît le rôle actif des utilisateurs dans la production de sens et dans la construction de la culture. Le deuxième pilier de la culture de la convergence est l'intelligence collective. Ce concept se réfère à l'idée que la collaboration et la mise en commun des connaissances et des compétences des individus peuvent conduire à des résultats plus riches et plus complets que ce que chaque individu pourrait accomplir seul. Pierre Lévy souligne que l'intelligence collective pourrait ainsi augmenter ses capacités cognitives grâce à l'utilisation des médias numériques car « les participants, en travaillant ensemble à résoudre des problèmes, regroupent des informations et en font appel à l'expertise de chacun »³¹⁰.

Le transmédia a été très utilisé dans le domaine de l'audiovisuel : l'un des exemples les plus emblématiques est visible dans la franchise de Matrix, où « les clés de compréhension sont mises à disposition dans trois films, des courts-métrages animés, deux séries en bandes dessinées et plusieurs jeux vidéo. Il n'y a pas de source unique ou *ur-texte*³¹¹ vers quoi se tourner pour acquérir toutes les informations requises pour comprendre l'univers de Matrix »³¹². Les différents dispositifs permettent de développer une interaction entre les participants tout en suscitant de nouvelles interprétations de l'œuvre. Dans son ouvrage *Culture de la convergence*, Henry Jenkins observe, à partir de l'analyse des différents cas d'étude des médias, un changement important dans les relations entre les contenus des médias, les publics et les producteurs (entreprises médiatiques). Il souligne que « la convergence ne passe pas par les appareils médiatiques [...] elle se produit dans le cerveau du consommateur et dans ses interactions sociales avec autrui »³¹³.

³⁰⁹ CAILLER Bruno, DÉNIS Sébastien et SAPIEGA Jacques, *Histoire du transmédia. Genèse du récit audiovisuel éclaté*, *op.cit.*, p. 35.

³¹⁰ BARONI Raphaël et GUNTI Claus, *Introduction à l'étude des cultures numériques: La transition numérique des médias*, *op.cit.*, p. 180

³¹¹ Terme allemand qui signifie « texte original », source [<https://fr.wikipedia.org/wiki/Urtext>], (consulté le 7 juillet 2023).

³¹² JENKINS Henry, (22 mars 2007), *Transmedia Storytelling 101*, [http://etude.fanfiction.free.fr/jenkins_storytelling.php], (consulté le 20 mars 2023).

³¹³ JENKINS Henry, *La culture de la convergence des médias au transmédia*, *op.cit.*, p. 8.

En France, le « terme transmédia a [...] été utilisé assez tôt comme substantif (*le transmédia*) pour justement désigner les dispositifs “nouveaux”, à la fois dans les médias de masse et dans les milieux de la production audiovisuelle »³¹⁴. Dans le cadre de notre recherche, nous choisissons d'utiliser le substantif (transmédia), tout en conservant la notion de *storytelling transmédia* telle que décrite par Henry Jenkins, qui l'emploie pour désigner la création et la circulation des contenus.

Le *storytelling transmédia* se déroule sur de nombreuses plateformes médiatiques, chaque texte apporte à « l'ensemble une contribution différente et précieuse »³¹⁵. Le récit peut être développé dans une plateforme puis continuer à travers un roman, une bande dessinée, un jeu vidéo ou autre. « Le numérique et l'arrivée d'Internet ont permis de décupler les potentialités de cette stratégie en la rendant plus visible, participative et interactive »³¹⁶. Henry Jenkins souligne que chaque récit doit être indépendant, il doit être complémentaire et non pas répétitif afin de construire des relations logiques entre chacun des récits médiatiques.

L'auteur insiste aussi sur la question relative à la participation du public et à la différence avec l'interactivité. Pour l'auteur : « L'interactivité est liée à des aspects technologiques et la participation est liée à des aspects culturels. »³¹⁷ L'interactivité s'inscrit dans le champ de l'expérience de divertissement préprogrammée, alors que la participation sera mise en avant par la culture des fans. Ce sont les fans qui vont mettre en avant les ressources offertes par un texte en le diffusant dans des directions qui n'ont pas été préprogrammées. Cependant, selon Benjamin Hoguet, « l'interactivité se révèle dans certains cas être une meilleure alternative pour représenter le réel et engager un dialogue avec un public toujours plus sollicité et submergé de contenu »³¹⁸. Dans certains contextes, l'interactivité technologique peut offrir une expérience immersive et engageante, permettant au public de participer activement à la création et à la narration d'une histoire.

Au sujet de la narration de l'histoire et de son développement par les publics, Marta Boni analyse dans son travail sur les *Enjeux des dispositifs transmédiatiques comme cadres de l'expérience*, les pratiques d'appropriation des fans et explore la façon dont ils enrichissent

³¹⁴ CAILLER Bruno, DENIS Sébastien et SAPIEGA Jacques, *Histoire du transmédia. Genèse du récit audiovisuel éclaté*, *op.cit.*, p. 11.

³¹⁵ JENKINS Henry, *La culture de la convergence des médias au transmédia*, *op.cit.*, p. 119.

³¹⁶ *Ibid.*, p. 132.

³¹⁷ BARONI Raphaël et GUNTI Claus, *Introduction à l'étude des cultures numériques: La transition numérique des médias*, *op.cit.*, p. 190.

³¹⁸ HOGUET Benjamin, *Créer et produire pour les nouveaux médias, Le guide de la narration interactive et transmédia*, Paris, éditions Dixit, Collection La narration réinventée, 2016, p. 16.

l'univers fictionnel³¹⁹. L'autrice évoque également la notion de construction des publics, qui est, selon elle, au centre des préoccupations des concepteurs de dispositifs transmédiateurs. Cette construction a pour origine les enjeux liés à la nécessité de fabriquer un monde cohérent, persistant et efficace construit sur de multiples supports. Lorsque Marta Boni fait référence à la construction des publics, elle soulève la question de la « différence entre la marge de liberté allouée aux publics et la marge que les publics s'octroient au sein d'un récit transmédia »³²⁰. Elle étudie l'activité des publics à partir de la notion de cadre de l'expérience, décrit par Erving Goffman : « comme les modalités sociales et communicationnelles servant à donner une définition de l'activité des individus dans le monde réel »³²¹. En se basant sur cette notion de cadre de l'expérience, Marta Boni analyse la façon dont les publics s'approprient les récits transmédia et explorent les marges de liberté qui leur sont offertes. Elle examine les interactions entre les publics et les dispositifs transmédia, en mettant en évidence les modalités d'interaction des publics avec les différents supports et leur contribution à la construction de l'expérience. Cette perspective nous aide à considérer l'expérience de transmédia comme une relation entre un ou plusieurs participants et une œuvre, en prenant en compte ces deux types de marge de liberté.

Cette transmédiaticité ne correspond pas seulement à la mise en place de contenus *via* divers plateformes, mais elle fournit également aux participants les instruments nécessaires pour qu'ils construisent eux-mêmes une expérience de découverte transversale, en suivant des indices cachés à l'intérieur du texte : c'est ce qu'on appelle les *rabbit hole*³²² ou points d'entrée³²³. Dans l'article *Transmédia et expérience de consommation*, Dominique Bourgeon-Renault, Maud Derbaix, Elodie Jarrier et Christine Petr ont analysé l'influence du transmédia sur l'expérience vécue par les personnes dans un contexte culturel. Les chercheuses soulignent combien il est important pour les institutions culturelles d'imaginer différents *points d'entrée* des univers créés afin d'atteindre le plus grand nombre de

³¹⁹ BONI Marta, « Enjeux des dispositifs transmédia comme cadres de l'expérience », in Laurent Di Filippo et Émilie Landais, (dir.), *Penser les relations entre les médias, Dispositifs transmédia, convergences et constructions des publics*, Strasbourg, Néothèque, 2017, p. 143-163.

³²⁰ *Ibid.*, p. 147.

³²¹ *Idem.*, p. 147.

³²² *Ibid.*, p. 146.

³²³ BOURGEON-RENAULT Dominique, DERBAIX Maud, JARRIER Élodie et PETR Christine, « Transport narratif, expérience de consommation et intentions à l'égard d'un dispositif transmédia », *Arts, Cultural and Creative Industries Symposium Turin 2016*, Turin, Italie, 2016, p. 3.

personnes³²⁴. « Chaque contenu peut donc être appréhendé de manière indépendante et sont tous des points d'entrée dans l'univers transmédia de l'œuvre ».³²⁵

Le transmédia a suscité un grand intérêt de la part des professionnels du spectacle vivant. Il est vu comme un moyen de proposer de nouvelles formes de narration et d'interactivité aux spectateurs. Dans ce contexte, divers espaces d'exploration et de rencontres ont été créés, comme, par exemple, celui organisé par le Laboratoire européen spectacle vivant et transmédia en 2016. Ce projet a été coordonné par trois organismes culturels du Nord Franche-Comté : Viadanse, MA scène nationale de Montbéliard et Le Granit afin de découvrir et « prendre en compte les transformations sociales et artistiques liées aux pratiques numériques »³²⁶. Le format choisi pour cette rencontre était un *hackathon* spectacle vivant et transmédia. Il rassemblait des étudiants, des professionnels, des amateurs et des équipes artistiques, qui devaient collaborer ensemble pour construire un projet transmédia à partir de projets de spectacle vivant. Cette démarche permettait de favoriser la co-création et l'émergence de nouvelles idées tout en intégrant les dimensions numériques et transmédiatiques dans le processus de création. Ce type d'initiative témoigne de l'intérêt croissant pour le transmédia, ainsi que de la volonté des acteurs du spectacle vivant de repenser les pratiques artistiques en intégrant les nouvelles possibilités offertes par les technologies numériques.

Le transmédia se présente en effet comme un dispositif de médiation culturelle numérique. Dans le cadre de notre étude, nous explorons deux projets transmédia développés dans un but pédagogique. Ces projets transmédia visent à créer une expérience ludique et interactive, où les participants sont invités à créer des contenus en relation avec les œuvres. Il est important de noter que les dispositifs de ces projets peuvent être développés dans un lieu physique et/ou virtuel, et peuvent être accessibles avant, pendant ou après la représentation. En nous appuyant sur la référence du cadre d'expérience étudiée par Marta Boni, nous serons en mesure de mieux comprendre l'expérience vécue par les participants de ces projets transmédia étudiés dans notre recherche. Cette approche nous permettra d'interroger les dispositifs transmédia et la manière dont les participants construisent un sens qui puisse favoriser l'appropriation de l'œuvre.

³²⁴ BOURGEON-RENAULT Dominique, DERBAIX Maud, JARRIER Elodie et PETR Christine, « Transmédia et expérience de consommation », *Communication*, 2ème Journée de Recherche en Marketing du Grand Est, Reims, 1er avril, 2015, p. 3.

³²⁵ *Idem.*, p. 3.

³²⁶ L-EST- Laboratoire européen spectacle vivant et transmédia, rencontre Transfiction, programmée du 16 au 18 juin 2016, [<https://actu.univ-fcomte.fr/sites/default/files/brochure-l-est-bat7.pdf>], (consulté le 22 octobre 2022).

1.2.1 Deux cas d'étude de transmédia dans l'univers de l'opéra

Comme nous l'avons écrit précédemment, nous avons observé deux projets transmédia qui ont été développés autour de l'univers de l'opéra. L'un des objectifs de ces projets était de sensibiliser les jeunes et de susciter leur curiosité à partir de la création de dispositifs numériques. L'idée était d'utiliser le numérique comme un outil permettant de créer une expérience interactive et engageante tout en offrant aux participants des possibilités d'exploration et de co-crédation. Les dispositifs ont également été envisagés comme des outils visant à renouveler les pratiques de médiation culturelle, dans le but d'attirer de nouveaux publics et d'atteindre des publics éloignés des structures du spectacle vivant et de déconstruire les préjugés associés à l'opéra, souvent perçu comme un art élitiste et inaccessible. Les coordinateurs des projets transmédia ont cherché à éveiller la curiosité des participants et à favoriser le partage de connaissances ludiques, créatives et intergénérationnelles, en s'appuyant sur les usages numériques des jeunes.

Un premier cas d'étude s'est déroulé au Théâtre des Champs-Élysées à Paris fin 2016, début 2017. L'équipe, coordonnée par Chrystel Folcher-Bouby, chargée des relations avec les publics a conçu un projet pilote intitulé *L'Odyssée de Pénélope*. Le projet a été réalisé en collaboration avec huit établissements universitaires³²⁷, dont certains spécialisés dans les technologies numériques. Au total 120 étudiants, 30 enseignants et 20 artistes ont participé à la réalisation du projet. Le projet a été conçu autour de l'opéra de Monteverdi *Le Retour d'Ulysse dans sa patrie*. Le spectacle a eu lieu du 28 février au 13 mars 2017. L'objectif du projet était de créer une expérience immersive et interactive pour le public, en utilisant les outils numériques et en faisant participer les étudiants à la conception et la réalisation des contenus du projet.

Le deuxième cas d'étude a été réalisé à l'université Rennes 2 en partenariat avec l'Opéra de Rennes. Le projet, intitulé *Katia Kabanovà*, a été coordonné par Gwendoline Landais, étudiante du master 2 de Médiation du spectacle vivant numérique. Vingt étudiants de troisième année de la licence en Arts du spectacle de l'université Rennes 2 ont également participé au projet. Le projet s'est inspiré du personnage principal de l'opéra *Kátia Kabanovà* de Leoš Janáček présenté à l'Opéra de Rennes du 5 au 11 février 2018. L'objectif de ce projet

³²⁷ Établissements partenaires : le Campus la Fonderie de l'Image de l'Université Paris XIII (communication numérique, design graphique, projets multimédias), l'École de Condé (design, digital, arts graphiques, photographie et métiers d'art), l'École 42 (métier de développeur informatique), l'École Supérieure du Digital, l'École Supérieure du Parfum, l'ISIT (traduction, management, communication), l'Université Paris VIII (département théâtre, dispositifs inter-médias), le Musée Bourdelle, Le Concert d'Astrée.

transmédia était d'explorer et de mettre en valeur différentes facettes du personnage à travers des supports numériques interactifs, en impliquant les étudiants dans la création de contenus et la médiation culturelle autour de l'opéra.

Les projets transmédia ont fait appel à une variété de dispositifs pour créer un contenu narratif numérique qui puisse être exploré de différentes manières mais chaque projet explore les récits à travers les personnages principaux des œuvres sélectionnées.

Dans le cas de L'Odyssée de Pénélope, l'histoire se concentre sur les personnages de Pénélope, son fils Télémaque et les prétendants. Les participants ont créé du contenu en relation avec ces personnages, en s'appuyant sur des rencontres avec les équipes administratives et les équipes artistiques, ainsi que sur des recherches approfondies autour de l'œuvre de Monteverdi et de l'univers de l'opéra.

Pour Katia Kabanovà, le projet met en avant le rôle de l'héroïne, et explore la découverte de la ville de Rennes à travers son regard. Les étudiants participants ont été invités à découvrir les coulisses de l'Opéra de Rennes, à rencontrer les équipes artistiques (metteur en scène, chef d'orchestre, interprètes) et les équipes administratives.

Dans un deuxième temps, les participants, séparés par groupes, ont développé le récit narratif sur différents dispositifs pour donner vie au personnage de Katia Kabanovà, en utilisant la ville de Rennes comme décor pour le personnage.

1.2.2 Mise en place des projets

a) Projet transmédia L'Odyssée de Pénélope

Le Théâtre des Champs-Élysées (TCE) est une salle de spectacle située à Paris. Ce théâtre est principalement dédié à la musique, à l'opéra, à la musique de chambre et à la danse. Il bénéficie du soutien de la Caisse des Dépôts et Consignations et dispose de trois salles.

Le projet L'Odyssée de Pénélope s'est construit avec la participation des étudiants en licence et en master de différents établissements universitaires et d'écoles, en formation dans les domaines des nouveaux médias et des sciences de la communication numérique. Certains souhaitent devenir scénaristes de nouveaux médias, tandis que d'autres se destinent au management culturel et à la traduction.

La mise en place du projet s'est étendue sur une période de trois mois, de novembre 2016 à février 2017, pour prendre fin le premier jour de la représentation de l'opéra *Le retour d'Ulysse dans sa patrie* au TCE. Les participants ont été conviés à voir la générale et/ou la première du spectacle. Il convient de souligner que la construction du projet, la recherche de partenaires et de participants avaient débuté dès février 2016.

Le projet s'est déroulé en deux parties :

- La première partie du projet était dédiée à la documentation et la familiarisation avec l'œuvre de Monteverdi. Les participants, des étudiants âgés de 19 à 25 ans, ont eu l'opportunité de découvrir les coulisses du TCE. Ils ont pu rencontrer les équipes artistiques et administratives impliquées dans la création de l'œuvre, notamment le metteur en scène, le chef d'orchestre, les interprètes et les techniciens. Cette immersion leur a permis d'approfondir leur connaissance de l'œuvre et d'en apprendre davantage sur les processus de production et de création de l'opéra.
- Dans un deuxième temps, les 120 étudiants participants ont été répartis en groupes et ont utilisé les informations collectées lors de la première partie du projet pour créer les contenus des dispositifs numériques. L'objectif était de composer une histoire basée sur l'opéra et ses personnages, en utilisant différents supports numériques pour construire la narration.

Cette phase de création a donné lieu à la mise en place de plusieurs dispositifs numériques :

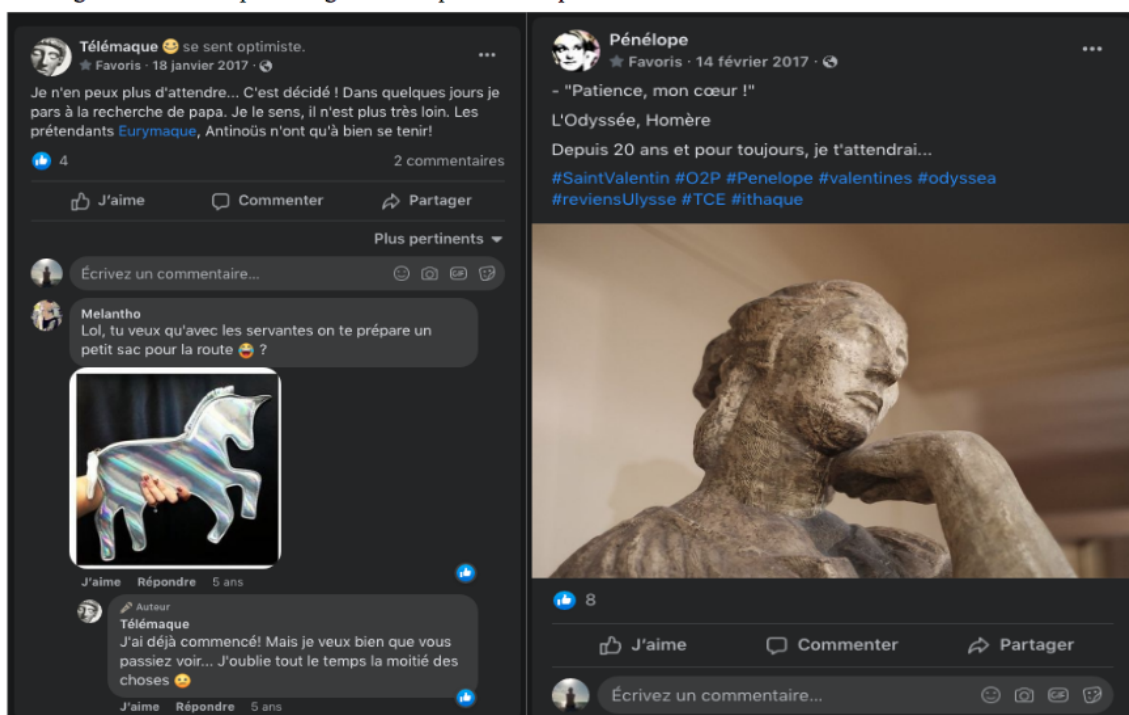
- Réseaux sociaux :

Des faux profils des personnages de l'opéra de Monteverdi ont été créés sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Snapchat, Youtube). Ces profils comprenaient celui de Pénélope³²⁸, le personnage principal, ainsi que ceux des prétendants de Pénélope. Les participants ont utilisé ces profils pour donner vie aux personnages à travers des publications, suscitant ainsi une interaction entre les personnages et les utilisateurs (Figure 1).

³²⁸ Projet transmédia L'Odyssée de Pénélope, Théâtre des Champs-Élysées, *profil de Pénélope*, [<https://www.facebook.com/PenelopeRetourdUlysse>], (consulté le 7 mars 2022).

L'utilisation des réseaux sociaux a permis de s'appuyer sur les codes de communication en ligne tels que les *GIF*, les *hashtags*, les photos, les vidéos et la musique pour rendre l'expérience plus immersive et attrayante. Les participants étaient encouragés à interagir avec les personnages en likant, commentant et partageant le contenu publié sur les réseaux sociaux. Un total de douze profils Facebook, trois comptes Instagram, cinq comptes Twitter et un compte LinkedIn ont été créés, offrant ainsi une présence multiplateforme pour atteindre différents publics. Cependant, il est intéressant de noter que bien qu'un profil ait été créé sur l'application Snapchat, il n'a pas été utilisé dans le cadre du projet.

Figure 1 - Profil de personnages Télémaque et Pénélope



En outre, la chaîne YouTube a été utilisée comme plateforme pour la création de contenus. Les participants ont exploité diverses techniques et différents outils pour donner vie aux personnages de l'opéra : des masques ou des déguisements pour incarner les personnages sur les plateformes, suivis d'un partage des vidéos sur la chaîne YouTube. Cela leur a permis de donner une voix et une présence visuelle aux personnages, ajoutant une dimension supplémentaire à l'expérience transmédia. Puis des caméras GoPro ont été utilisées pour réaliser des captations des répétitions de l'opéra. Ces captations offraient un aperçu des coulisses et du processus de création de l'œuvre, permettant ainsi aux participants de plonger dans l'univers de l'opéra. Enfin, la réalisation de séquences filmées à 360° ont été partagées sur la chaîne YouTube. Cette technique de 360° est une méthode de captation vidéo qui permet de créer une

expérience immersive en offrant une vision panoramique à 360 degrés. Elle permet de visualiser l'œuvre et les environnements de l'espace sous différents angles, par exemple le plateau et la salle de spectacles.

- Site Web :

Figure 2 - Blog de Pénélope



Dans le cadre de ce projet, un blog a été créé pour raconter l'histoire du personnage principal, Pénélope (Figure 2). Ce blog avait la forme d'un journal intime, permettant aux participants de plonger dans la vie et les pensées du personnage. Le récit est guidé par l'histoire de l'opéra *Le retour d'Ulysse dans sa patrie*, et met en lumière la relation complexe entre Pénélope, les prétendants et le peuple d'Ithaque.

De plus, la réalisation d'une page Internet appelée L'Hermès Mag a permis de narrer la vie d'Ithaque, en allant au-delà de l'œuvre. Cette page Internet proposait des publications qui abordent l'univers de la Grèce antique et du récit homérique. Elle constituait un espace virtuel où les participants pouvaient partager des contenus et des informations en lien avec l'opéra et son contexte historique.

- *In situ* :

Enfin, les participants ont créé des dispositifs *in situ* en utilisant des tablettes numériques et la réalité augmentée³²⁹. Ils ont conçu cinq livrets numériques,

³²⁹ La réalité augmentée est définie ainsi : « La réalité augmentée est la superposition de la réalité et d'éléments (sons, images 2D, 3D, vidéos, etc.) calculés par un système informatique en temps réel. Elle désigne souvent les différentes méthodes qui permettent d'incruster de façon réaliste des objets virtuels dans une séquence d'images. Elle s'applique aussi bien à la perception visuelle (superposition d'images virtuelles aux images réelles) qu'aux

développés à partir de la partition de l'œuvre *Le retour d'Ulysse dans sa patrie*. Ils étaient présentés au public les jours de représentation du spectacle au TCE (Figure 3). L'utilisation de la réalité augmentée permettait d'enrichir les contenus des livrets en superposant des éléments virtuels à la réalité physique. Les spectateurs étaient invités à utiliser des tablettes numériques pour interagir avec les livrets et découvrir des contenus supplémentaires tels que des vidéos, des images, des informations contextuelles et des annotations musicales. Les livrets numériques étaient accompagnés de panneaux explicatifs pour guider les spectateurs dans l'utilisation de la tablette et la navigation dans les contenus.

Figure 3 - Livrets numériques



En complément de ces dispositifs numériques, le projet transmédia L'Odyssée de Pénélope s'est également développé à travers d'autres éléments, comme la création d'un parfum et d'un cocktail présentés les jours de représentation de l'opéra. Ces derniers ne seront pas pris en compte dans notre analyse, puisque nous ne nous intéressons qu'aux dispositifs numériques.

b) Projet transmédia Katia Kabanovà

Le projet transmédia Katia Kabanovà s'est inspiré du projet transmédia du TCE. Comme nous l'avons écrit, le projet réalisé en partenariat avec l'Opéra de Rennes, s'est déroulé sur une

perceptions proprioceptives comme les perceptions tactiles ou auditives. », [https://fr.wikipedia.org/wiki/R%C3%A9alit%C3%A9_augment%C3%A9e], (consulté le 19 juin 2023).

période de quatre mois, d'octobre 2017 à février 2018. Il a pris fin graduellement au cours des représentations de l'opéra *Katia Kabanovà* à l'Opéra de Rennes. L'ensemble des éléments créés pendant la durée du projet transmédia ont été réunis sous forme d'un Pearltrees³³⁰.

L'Opéra de Rennes est un établissement culturel de la municipalité qui bénéficie du soutien du ministère de la Culture et de la Communication – DRAC Bretagne, du Conseil départemental d'Ille-et-Vilaine et de la Région Bretagne. L'Opéra dispose d'une unique salle et propose un répertoire lyrique allant du baroque au contemporain ainsi que des spectacles de danse et de comédie musicale. Depuis 2009, cet établissement s'est engagé dans une politique numérique, afin de favoriser l'innovation et l'expérimentation. Il a notamment diffusé des spectacles en direct sur Internet et sur un grand écran. L'un des premiers projets a été la projection de l'opéra *Don Giovanni*³³¹ sur un écran géant sur la place de la Mairie, avec une diffusion dans différentes villes de Bretagne, ainsi que l'expérimentation de la rediffusion en direct de l'opéra en 3D³³².

« Nous permettons d'amener des nouveaux publics vers une nouvelle forme d'opéra. Alors, évidemment c'était via le biais de technologies, via le biais d'un opéra en 3D comme *Don Giovanni*, mais c'était une façon de leur donner envie de venir à l'opéra et du voir de Live. Je pense que ça, que ça marche, notamment auprès des jeunes. »³³³

L'Opéra de Rennes est porteur de projets liés aux nouvelles technologies, ce qui est l'occasion de toucher un public plus large et de générer un développement des publics³³⁴. Les diffusions sur écran, par exemple, sont le prolongement de la politique d'ouverture menée « depuis nombreuses saisons en direction des jeunes, des personnes en difficultés socio-économiques, des personnes handicapées, des populations éloignées géographiquement »³³⁵. Pour les équipes de cet opéra, la médiation culturelle numérique est considérée comme une extension de la médiation traditionnelle : « La médiation numérique, c'est avant toute chose un prolongement de la médiation [...] C'est le mot de départ que l'on mène à l'Opéra depuis une vingtaine d'années. Évidemment, le mot maître, c'est développer les publics, faire venir à nous

³³⁰ Plateforme Pearltrees : site Web qui permet d'organiser, de parcourir et de partager des contenus numériques. Site du projet transmédia *Katia Kabanovà*, [https://www.pearltrees.com/katia_Kabanovà], (consulté le 22 juillet 2022).

³³¹ *Ibid.*

³³² Opéra de Rennes, *Opéra sur écran*, [<https://opera-rennes.fr/fr/opera-sur-ecrans>], (consulté le 18 janvier 2020).

³³³ Entretien #5, Secrétaire générale de l'Opéra de Rennes, mars 2018, (Annexe 2)

³³⁴ Rencontres « médiation & numérique dans les équipements culturels », le 14 octobre 2015,

[<http://www.rencontres-numeriques.org/2015/mediation/?action=restitution>], (Consulté le 19 janvier 2023).

³³⁵ *Ibid.*

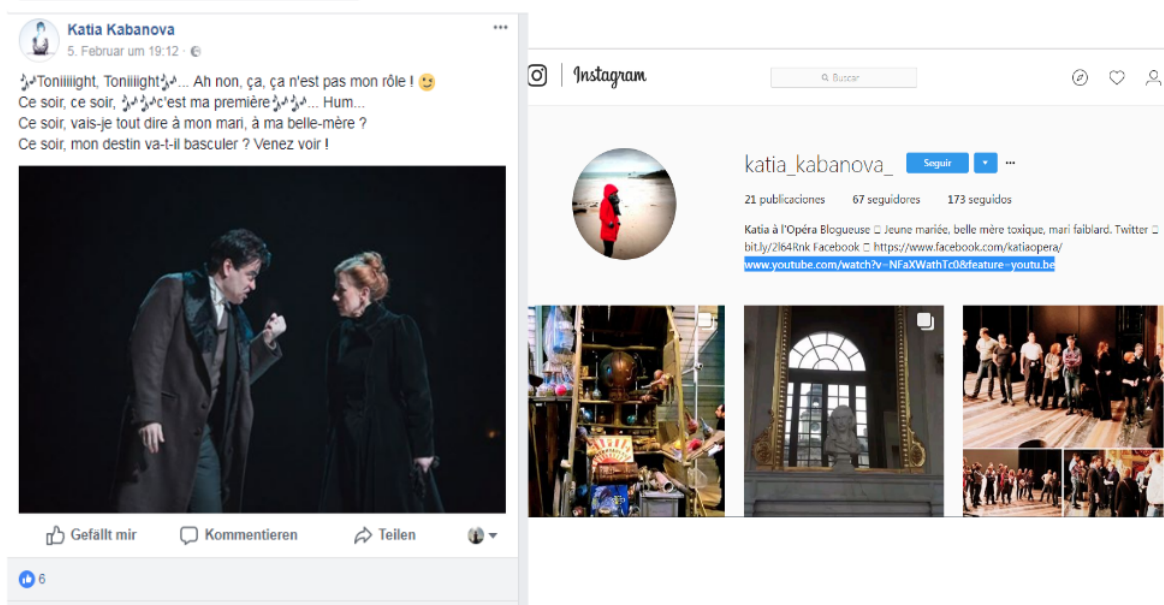
des publics qui ne seraient pas venus tous seuls »³³⁶. Les retransmissions permettent de faire partager à un public élargi la dimension spectaculaire des ces grandes soirées lyriques et de percevoir l'expérience vécue par les spectateurs présents dans la salle. L'établissement continue son exploration des innovations technologiques en proposant des dispositifs sur tablettes tactiles, de la réalité augmentée et l'utilisation de la caméra 360° lors de différents spectacles lyriques.

Le projet transmédia est dédié à la connaissance de l'œuvre et de l'univers de l'opéra du compositeur Leoš Janáček. L'ensemble des contenus créés par les participants résulte à la fois des échanges avec les équipes et de leurs recherches mais aussi de leur créativité et de leur participation active à la construction des récits transmédia. Les participants ont été invités à voir le spectacle.

Les dispositifs ont été les suivants :

- Réseaux sociaux : Les participants ont créé un profil Facebook, un compte Instagram, et un compte Twitter (Figure 4). Ces plateformes ont été utilisées comme des supports de narration et d'interaction avec le public. Tout comme le projet du TCE, les étudiants ont utilisé les codes de communication en ligne tels que les GIF, les hashtags, les photos, les vidéos entre autres pour rendre l'expérience immersive.

Figure 4 - Profil Facebook et Instagram de Katia Kabanova



³³⁶ Entretien #5, Secrétaire générale de l'Opéra de Rennes, mars 2018, (Annexe 2)

La plateforme YouTube a été utilisée pour partager du contenu lié au personnage principal, à l'œuvre et aux métiers de la culture, notamment celui de community manager de l'Opéra de Rennes. Les participants ont ainsi créé des vidéos dans lesquelles ils développent le récit de Katia Kabanová, présentent des extraits de l'opéra et abordent les différents aspects de leur projet.

- Site Web :

En parallèle, le récit de Katia Kabanová a été développé via un blog (Figure 5). Ce support a permis aux participants d'explorer et d'imaginer d'autres aspects du personnage, en donnant vie à ses pensées, ses émotions et ses expériences. Le blog a également servi de plateforme pour partager des informations sur l'opéra du même nom et pour faire découvrir la ville de Rennes.

Figure 5 - Blog de katia kabanova



1.2.3 Méthodologie et protocole d'enquête des projets transmédia

Étant donné que notre problématique implique à la fois l'utilisation d'un dispositif numérique et l'appropriation de l'œuvre, nous avons souhaité appliquer une méthodologie centrée sur une approche observatoire et qualitative dans le but de trouver des réponses à nos questions de recherche liées aux nouveaux rapports au numérique, à la création des contenus et à la mise en œuvre de dispositifs (en ligne et *in situ*) destinés à toucher les nouvelles générations, afin de désamorcer les codes et les préjugés sur le spectacle vivant. Il s'agit aussi de déterminer si la relation entre les structures culturelles et les publics se renouvelle grâce à l'usage du

numérique et ouvre ainsi de nouvelles possibilités d'appropriation et de réception de la culture.

La méthodologie est constituée, d'une part par l'observation des dispositifs transmédia créés par les participants des projets transmédia présentés plus haut, d'autre part, par l'utilisation d'une grille d'entretien (annexe 1) comprenant des questions ouvertes et fermées. La thématique de la grille d'entretien est centrée sur la notion d'appropriation, la familiarisation avec l'univers du théâtre (opéra) et avec l'utilisation des outils numériques. L'échantillon est composé de 45 étudiants du projet L'Odysée de Pénélope et de 9 étudiants du projet Katia Kabanovà, âgés entre 18 et 25 ans, qui ont répondu aux questionnaires et/ou aux entretiens.

La grille d'entretien a été utilisée pour faire passer un questionnaire auprès des participants (étudiants) des deux projets dans le but de « vérifier statistiquement jusqu'à quel point sont généralisables les informations et hypothèses préalablement constituées »³³⁷ dans notre recherche. En raison du grand nombre d'étudiants participants au projet, les enseignants des universités partenaires ont directement distribué le questionnaire à la fin du projet L'Odysée de Pénélope pendant les cours. Pour le projet Katia Kabanovà, nous avons décidé d'utiliser la plateforme Google Form pour la distribution du questionnaire afin de faciliter la récolte des données.

En outre, la grille d'entretien a également permis de réaliser des entretiens plus ciblés avec certains des étudiants afin d'approfondir certaines questions. Les entretiens se sont déroulés au Théâtre des Champs-Élysées pour le projet L'Odysée de Pénélope avec un total de cinq interviews, et au Théâtre national de Bretagne et à l'université de Rennes 2 pour le projet Katia Kabanovà avec un total de deux interviews. Les entretiens ont été réalisés à la fin des projets.

Ces entretiens nous ont permis d'approfondir les thématiques abordées dans le questionnaire et de discuter davantage de l'expérience vécue par les participants dans leurs rôles à la fois de créateur et de participant, sur lesquels nous reviendrons ultérieurement.

La collecte d'informations s'est également effectuée par l'observation des dispositifs mis en ligne et *in situ*. Pour le projet L'Odysée de Pénélope, nous avons participé à des réunions organisées autour du projet au TCE. La première réunion avait pour objectif la mise en place des dispositifs, notamment les livrets numériques, et la présentation des cinq projets développés, à l'ensemble des participants. Une présentation de l'ensemble des dispositifs mis en ligne a été réalisée. La deuxième réunion avec les partenaires avait pour objectif de faire le

³³⁷ COMBESSIE Jean-Claude, *La méthode en sociologie*, Paris, La Découverte, 2007, p. 33.

bilan du projet. En dehors de ces réunions, nous avons assisté aux trois représentations du spectacle *Le retour d'Ulysse dans sa patrie* pour observer l'interaction des spectateurs avec les livrets numériques. Les participants avaient un rôle de médiateurs car ils étaient chargés d'expliquer le fonctionnement de la tablette ainsi que le contenu et l'approche du projet.

En ce qui concerne le projet Katia Kabanovà, l'observation s'est principalement concentrée sur la participation et l'interaction en ligne des participants, car les dispositifs utilisés étaient exclusivement basés sur le Web. Ainsi, l'observation s'est limitée à ces aspects virtuels de l'expérience, à l'interaction des participants avec le récit narratif et à leur façon de donner vie au personnage de Katia Kabanovà.

1.2.4 L'enjeu théorique de la participation : le double rôle, créateur et participant

Les deux projets transmédia partagent la volonté de rajeunir et de renouveler le public en proposant une expérience narrative de l'opéra par le biais de la participation. La dernière enquête intitulée *Cinquante ans de pratiques culturelles en France*³³⁸ met en évidence le vieillissement prononcé du public de musique classique, en particulier en raison de la diminution du nombre de spectateurs plus jeunes. Dans ce contexte, le renouvellement des publics est crucial pour les structures culturelles, d'autant plus que les pratiques culturelles se diversifient avec le numérique. Ce constat est souligné par l'une des chargées des relations avec les publics au TCE :

« C'est vrai que l'on a un public qui est vieillissant, la moyenne d'âge est de 61-62 ans donc cet âge, par rapport à notre proposition de programmation et ... on est toujours à la recherche de ... on a cette grosse interrogation dans les structures du spectacle vivant et notamment lyriques de renouveler le public. »³³⁹

Du côté des participants des projets transmédia, nous constatons que persiste l'image de l'opéra comme un art élitiste et en partie inaccessible :

« Le monde de l'opéra, alors je fais des études d'art, donc quoi qu'il arrive, on s'intéresse plus ou moins à l'opéra, mais sinon c'est un milieu qui ne s'ouvre pas beaucoup en général aux ceux qui ne

³³⁸ LOMBARDO Philippe et WOLFF Loup, « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », *Culture études*, n° 2, 2020, p. 59-60.

³³⁹ Entretien #1, chargée des relations avec les publics, Théâtre des Champs-Élysées, février 2017, (Annexe 2).

sont pas initiés, que ce soit par la famille ou les professeurs, donc c'est vrai que c'était intéressant, ce n'était pas un secteur qui m'intéresse particulièrement et c'est assez lu. C'est dommage que tout le monde n'y ait pas plus facilement accès en tout cas. »³⁴⁰

Ces « barrières » sont liées, pour la plupart des personnes interrogées, au manque de compréhension de cet art, à la complexité de ses codes, et à un manque de légitimité ressenti par le public, ce qui le pousse à s'en détourner.

« Je voyais l'opéra comme quelque chose de réservé à un public averti, d'un certain âge. »³⁴¹

60 % des participants interrogés (regroupant les participants de deux projets), ont déclaré assister à un opéra pour la première fois et 80 % des participants ont dit ne connaître ni le TCE, ni l'Opéra de Rennes. C'est pourquoi, l'élaboration de dispositifs numériques est une véritable opportunité pour les structures culturelles du spectacle vivant qui veulent promouvoir une nouvelle approche des univers artistiques, et offrir ainsi un complément aux actions de médiation culturelle dites traditionnelles. Les projets ont donc été à l'origine d'une découverte à la fois du lieu et de l'univers de l'opéra, découverte qui s'est réalisée à travers de rencontres avec les équipes artistiques et administratives respectives. En plus des rencontres, la visite des théâtres et les recherches spécifiques sur chaque opéra³⁴² ont permis aux participants de se familiariser avec l'univers et les personnages. Parallèlement, ils ont utilisé divers dispositifs numériques pour explorer et donner leur propre vision de l'œuvre. Cela a établi un lien entre l'imaginaire des participants et les œuvres présentées.

« Il y a beaucoup de représentations sur la peinture, la sculpture, donc il y a une espèce d'image qu'on se fait d'eux [des personnages], mais qui ne va pas forcément, parce qu'encore une fois dans l'Iliade, dans l'Odyssée, ils décrivent d'une manière assez allusive, on arrive pas vraiment à se représenter donc nous après, on a travaillé beaucoup notre interprétation, c'est vraiment notre, la façon dont on la voit nous, c'est un peu allégorique. »³⁴³

La mise en place des projets a demandé une forte implication des participants ainsi qu'une certaine connaissance des outils numériques pour qu'ils puissent créer et développer le contenu des dispositifs. Les participants de deux projets ne manifestent pas avoir eu de grosses difficultés vis-à-vis de l'utilisation du numérique ; au contraire, certains ont enrichi leur connaissance et ont pu en profiter pour s'exprimer grâce à ces nouvelles modalités. Par

³⁴⁰ Entretien #2, participante du projet L'Odyssée de Pénélope, 20 ans, février 2017, (Annexe 2).

³⁴¹ Participante #1- 25 ans - projet L'Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

³⁴² *Le retour d'Ulysse dans sa patrie* de Claudio Monteverdi et *Katia Kavanobà* de Leoš Janáček.

³⁴³ Entretien #3, participante - réalisation des livrets numériques - Projet L'Odyssée de Pénélope, (Annexe 2).

exemple, l'écriture d'articles sur les blogs, la réalisation des interviews ou encore la personnification des personnages, Pénélope et Katia Kabanovà *via* la vidéo, leur ont permis de développer des compétences éditoriales et créatives.

Néanmoins, lorsqu'on crée ce type de projet, il faut prendre en compte la demande faite auprès des participants d'un fort investissement en termes de temps et de disponibilité car les participants doivent non seulement s'impliquer dans la création des contenus en tant que créateurs, mais aussi maintenir une interaction constante tout au long du projet en tant que participants. La collaboration et l'engagement des participants sont essentiels pour assurer la continuité et le suivi du récit des personnages sur les réseaux sociaux, les blogs et les autres dispositifs. Cela peut représenter pour eux une charge importante, d'autant plus que ce sont des étudiants et qu'ils ont d'autres engagements personnels et professionnels à gérer. Il est donc important de prendre en compte cette exigence lors de la conception et de la planification de tels projets, afin de garantir une participation volontaire et soutenable pour les participants.

En effet, tout au long des projets, les participants se sont engagés dans la production et la mise en place de contenus sur différents dispositifs numériques, endossant ainsi deux rôles distincts. Le premier rôle est celui de créateur, car ce sont eux qui ont imaginé et conçu le contenu des dispositifs numériques. Ils ont été responsables de sa création et de sa réalisation. Le deuxième rôle est celui de participant, par le biais de l'utilisation de dispositifs pour interagir et participer à la construction du récit médiatique sur les différentes plateformes. En utilisant ces dispositifs, ils ont pu jouer un rôle actif dans le processus narratif et contribuer à l'évolution de l'histoire.

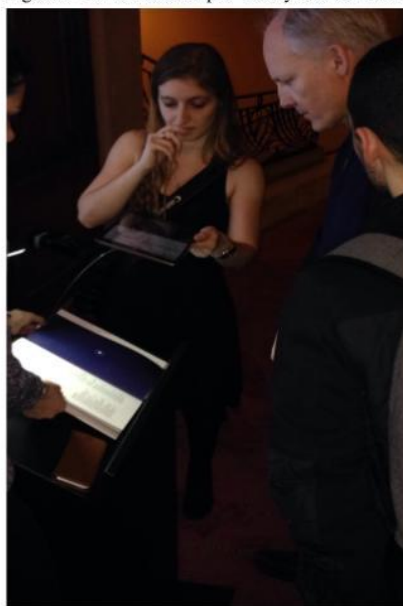
Cependant, l'observation des dispositifs du projet L'Odyssée de Pénélope montre que l'activité n'est pas parvenue à susciter une interaction majeure malgré la possibilité qui existe sur les réseaux sociaux d'échanger et de partager les contenus. Les profils Facebook, Instagram ou encore Twitter ont été très peu relayés par les participants des projets. Les profils des personnages sont basés sur un récit fictionnel, sans une explication au préalable du contexte et de l'univers narratif. Il peut être difficile pour les personnes externes au projet de partager activement ces contenus avec leurs réseaux ou d'interagir avec les personnages.

Parmi ces difficultés, les participants ont pointé du doigt le manque de temps de préparation avant la mise en ligne des dispositifs. La création de contenus sur les réseaux sociaux a exigé

de leur part une présence active tout au long du projet, ce qui leur a posé des défis en termes de gestion du temps. Pour remédier à cette difficulté, le projet Katia Kabanovà a mis en place une charte éditoriale pour mieux organiser le temps de travail des participants. Néanmoins, la forte implication qui leur était demandée a pu engendrer un manque d'enthousiasme chez certains et une perte d'intérêt. La durée totale de la mise en place en ligne des deux projets a pris près de quatre mois, depuis le lancement de l'opération sur le Web jusqu'à la première des spectacles respectifs.

Concernant les dispositifs *in situ*, les livrets numériques du projet L'Odyssée de Pénélope étant disponibles avant et après la représentation et pendant l'entracte, les participants étaient chargés d'expliquer le projet ainsi que le fonctionnement des tablettes pour que l'image augmentée soit visible (Figure 6). Les retours des spectateurs ont été partagés : certains ont apprécié le dispositif, l'accueil et les explications données par les participants alors que les habitués du théâtre ont ressenti un certain décalage entre le spectacle et le transmédia ; ils n'ont pas su voir la proposition comme un complément d'information. Les installations ont tout de même été appréciées par les publics. Les spectateurs n'ont découvert les cinq livrets numériques qu'au dernier moment : des *flyers* distribués à l'entrée de la salle, un kakemono avec l'information du projet, une annonce réalisée avant le début du spectacle. Cependant, la communication est arrivée tardivement, les dispositifs *in situ* et les dispositifs en ligne (blog, plateforme, BD numérique, etc.) n'ont pas généré une attention particulière de la part des spectateurs.

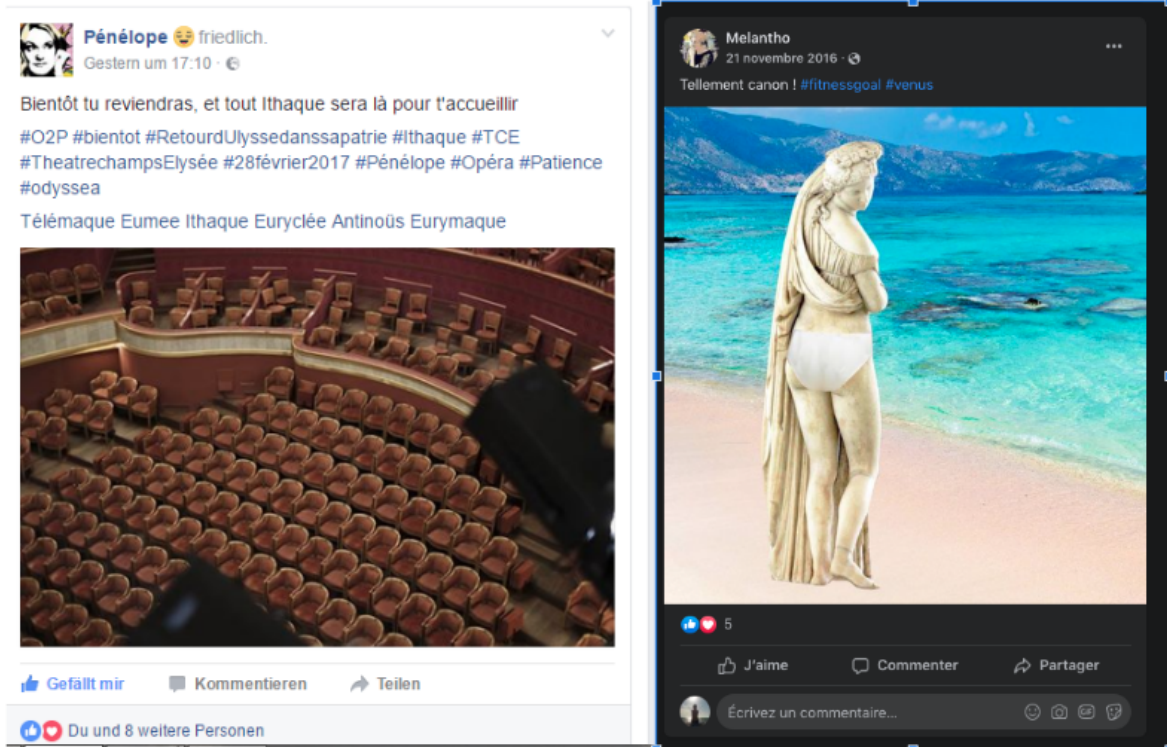
Figure 6 - Livret numérique - l'Odyssée de Pénélope



En revanche, du côté des participants, la présentation des livrets numériques leur a permis de rencontrer les publics et de partager leur création. En effet, lors des moments de rencontre avec les spectateurs, les participants ont joué le rôle de médiateurs en expliquant le projet et l'utilisation du dispositif (tablette numérique). Dans un tel projet, le rôle du médiateur est plus que nécessaire, tant pour expliquer le dispositif que pour accompagner le spectateur dans la découverte. Cette expérience met en évidence l'importance de faire de l'outil numérique un atout pour améliorer la rencontre entre le public et l'œuvre, en privilégiant le contenu plutôt que l'outil lui-même, qui peut devenir un obstacle lorsque les utilisateurs ne savent pas comment s'en servir.

Par ailleurs, nous avons constaté certaines difficultés qui ne portaient pas tant sur l'investissement que sur la communication du projet, la définition des caractéristiques des personnages et le déploiement de l'histoire sur différents dispositifs. L'utilisation d'un langage « plus moderne » sur les réseaux sociaux, notamment à travers l'utilisation de *Gifs*, *Mèmes* et *Hashtags*, a permis aux participants de communiquer sur les œuvres d'une manière différente et plus accessible (figure 7). Ces éléments visuels et interactifs sont largement répandus dans la culture numérique et sont souvent utilisés pour exprimer des émotions, créer du contenu humoristique ou participer à des conversations en ligne. En intégrant ces éléments dans les contenus autour des œuvres, les participants ont cherché à établir des connexions plus directes avec les publics des réseaux sociaux, qui sont souvent habitués à ce type de langage et de formats de contenu. Cela a pu contribuer à susciter l'intérêt et l'engagement des participants, en offrant une approche plus contemporaine et ludique de l'opéra.

Figure 7 - Projet l'Odysée de Pénélope



La mise en place de profils sur les différents réseaux sociaux avait aussi comme but de susciter des interactions des personnes externes aux projets. Le transmédia, selon Henry Jenkins, devrait permettre aux internautes d'interagir entre eux pour élaborer de nouvelles histoires et permettre à d'autres personnes d'alimenter le récit. À ce sujet Benjamin Hoguet souligne que : « L'interactivité se révèle dans certains cas être une meilleure alternative pour représenter le réel et engager un dialogue avec un public toujours plus sollicité et submergé de contenu »³⁴⁴. En effet, nous avons noté peu de réactions « like », des commentaires ou des partages des publications réalisés sur les réseaux sociaux. C'est un constat largement partagé par les organisateurs du projet et par l'ensemble de partenaires qui ont accompagné le projet. Il est possible que la mise en place des profils et la communication sur les réseaux sociaux n'aient pas été suffisamment stimulantes ou engageantes pour inciter les participants à interagir davantage. Une diminution du nombre de profils et l'établissement d'une charte éditoriale claire peuvent être envisagées lors de futurs projets de cette envergure afin de faciliter la création de contenus et d'encourager une plus grande interaction. Noémie Couillard et Maylis Nouvellon analysent dans l'article « À la rencontre des adolescents en ligne ?

³⁴⁴ HOGUET Benjamin, *Créer et produire pour les nouveaux médias, Le guide de la narration interactive et transmédia, op.cit.*, p.32.

L'enjeu du numérique pour la médiation culturelle »³⁴⁵ des propositions de médiation culturelle en ligne dans le milieu du musée. Elles constatent

« [qu'] offrir une médiation pour adolescents en ligne nécessite un personnel spécifique, aux compétences provenant de plusieurs domaines de travail: des compétences réelles en informatique (connaissance technique des outils), en communication (types et formes de discours pour les adolescents), en sociologie des usages d'Internet et en médiation culturelle et/ou éducation (connaissance en histoire visuelle)... De plus, [l']offre en ligne est difficile à mettre en place actuellement dans des musées aux structures extrêmement hiérarchisées et avec des services qui ne travaillent que très peu ensemble (médiation, communication, informatique...). »³⁴⁶

Les constats mentionnés dans l'article peuvent être applicables aux projets transmédia. En effet, la mise en place de projets transmédia demande des compétences spécifiques provenant de différents domaines tels que l'informatique, la communication et la médiation culturelle. De plus, la mise en œuvre de ces projets peut être difficile dans des structures culturelles hiérarchisées où les différents services, tels que les services de relations avec les publics ou de communication, ne travaillent pas nécessairement ensemble. Cela peut entraîner une diffusion insuffisante et inadéquate des dispositifs transmédia dès leur mise en ligne, ainsi qu'une communication déficiente et l'absence d'explication pertinente des objectifs du projet. Tout ceci peut entraver l'adhésion aux projets de personnes qui viennent de l'extérieur.

L'analyse des projets révèle qu'il est important d'anticiper la façon dont les personnes qui ne font pas partie du projet peuvent participer à l'expérience transmédia. Cela permettrait d'enrichir les échanges déjà proposés à travers les contenus et de favoriser une plus grande participation et implication des publics.

Serge Chaumier et François Mairesse observent un renouvellement des formes culturelles, plus « engageantes, interactives et participatives »³⁴⁷ ; le mode participatif est un exemple de ces nouvelles formes culturelles. Cela s'inscrit dans un contexte où l'influence des nouvelles technologies, la multiplication des bases de données et les savoirs sont à portée de main, puisque les outils technologiques (portable, ordinateur, tablettes entre autres) permettent de naviguer sur Internet, d'aller de site en site et de trouver rapidement des informations en ligne. Pour les auteurs, « les sites culturels sont promoteurs de ces bases de données et offrent de

³⁴⁵ COUILLARD Noémie et NOUVELLON Maylis, « À la rencontre des adolescents en ligne ? L'enjeu du numérique pour la médiation culturelle », *Cahiers de l'action*, vol. 38, n°1, 2013.

³⁴⁶ *Ibid.*, p.43

³⁴⁷ *Ibid.*, p. 152.

nombreux modes de consultations à distance, tout en permettant aussi de nouvelles formes de médiation *in situ* »³⁴⁸. Les structures culturelles explorent ainsi cette voie afin de créer d'autres relations avec les publics pour « susciter la curiosité, l'étonnement et le désir »³⁴⁹ comme c'est le cas des projets traités ici. Le but est de permettre aux personnes de s'impliquer autrement dans un projet en particulier et dans celui de la structure.

Comme mentionné dans le premier chapitre, dans le milieu artistique, la participation culturelle apparaît dès les années 1970 - 1980 avec le développement culturel, et devient l'une des clés de la démocratisation culturelle. Selon Marie-Christine Bordeaux, la notion de « participation culturelle » permet de « signifier les inflexions politiques du projet de démocratisation culturelle, pour en souligner les limites en dessinant de nouveaux horizons ou pour nommer les tentatives de réponse à ce que certains considèrent comme une impasse de ce projet »³⁵⁰. Les politiques culturelles dans leur ensemble sont remises en question face aux limites de la démocratisation culturelle, qui repose sur l'idée que les œuvres d'art se suffisent à elles-mêmes. Face à cette perspective, la mise en place d'actions de médiation culturelle vise à permettre aux individus de développer une pratique culturelle afin qu'ils puissent agir librement au sein du processus. Ainsi, le médiateur est là pour accompagner les individus dans leur développement culturel, et favoriser leur participation active à la vie de la cité.

Comme le rapportent Bruno Nassim Aboudrar et François Mairesse :

« La première tâche du médiateur consiste bien souvent à restaurer un sentiment de légitimité par rapport à des lieux culturels dont les personnes éloignées se pensent "indignes"... Bien des projets participatifs, développés à partir des années 1970 et poursuivis depuis quelques années dans une logique cybercommunautaire (2.0) de participation et de coconstruction, cherchent ainsi, à partir d'une action commune (la création d'une pièce de théâtre, d'une performance collective ou d'une exposition temporaire) à s'appropriier ensemble la culture. »³⁵¹

Le développement des outils numériques et surtout celui des réseaux sociaux a permis de renouveler les modes d'implication des publics³⁵² dans la relation avec les structures culturelles. « Le public devient alors partie prenante de la construction du discours produit par le média (qu'il soit audiovisuel, théâtral, muséal, etc.), ce qui bouleverse profondément à la

³⁴⁸ *Ibid.*, p. 152.

³⁴⁹ *Ibid.*, p. 152.

³⁵⁰ BORDEAUX Marie-Christine, « La médiation culturelle est-elle un concept dépassé ? », *op.cit.*, p. 39.

³⁵¹ ABOUDRAR Bruno Nassim et MAIRESSE François, *op.cit.*, p. 43.

³⁵² LEBAT Cindy, *La notion de "public" dans la culture*, Paris, Association Métis, 2019, p.8.

fois la façon dont il va lui-même définir et construire son rapport à l'objet [l'œuvre] et au lieu, mais aussi la façon dont les professionnels de la culture vont s'adresser à lui »³⁵³.

Selon Brigitte Chapelain, « la participation est une composante essentielle des nouvelles modalités collectives de ces écritures créatives numériques qui brouillent les rôles traditionnels entre auteur et utilisateur »³⁵⁴. La révolution numérique a attribué cette participation à la vie culturelle, en favorisant ce qu'Olivier Donnat appelle « les cultures expressives »³⁵⁵. À la fois par la mise à disposition d'outils d'expression comme la vidéo, la photographie, l'écriture et le dessin qui viennent privilégier le développement de pratiques amateurs. C'est pourquoi, les stratégies d'actions culturelles développées par la voie de la médiation culturelle cherchent à valoriser les pratiques et les projets qui incluent les publics dans une figure d'expression partagée³⁵⁶.

Jean-Marie Lafortune ajoute que l'appropriation des technologies encourage des expérimentations narratives, souvent participatives et inclusives, créant ainsi un nouveau rapport entre l'art et le public³⁵⁷. La construction du sens, lors du processus d'interprétation entrepris par le spectateur ou le participant en collaboration avec l'œuvre, joue un rôle essentiel dans l'appropriation de l'œuvre. Cela permet à l'individu de développer sa sensibilité, son sens critique, sa réflexion, et bien d'autres aspects.

Nathalie Casémajor a analysé des dispositifs de participation culturelle sur Internet proposés par des établissements culturels du patrimoine. Pour l'autrice, « le cas de la diffusion du patrimoine sur Internet, soit la numérisation et la mise en ligne des collections de musées, bibliothèques et archives, est un point d'entrée pour comprendre comment cet idéal de participation s'imbrique dans la mutation des pratiques culturelles et médiatiques contemporaines »³⁵⁸. Dans son étude, Nathalie Casemajor propose une typologie de modalités de participation adaptées à la mise en valeur du patrimoine sur Internet. Elle expose trois

³⁵³ *Idem.*, p.8.

³⁵⁴ CHAPELAIN Brigitte, « La participation dans les écritures créatives en réseaux : de la réception à la production », *Le français aujourd'hui*, n° 196, 2017, p 45.

³⁵⁵ DONNAT Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, Enquête 2008*, *op.cit.*

³⁵⁶ CASEMAJOR Nathalie, LAMOUREUX Ève et RACINE Danièle, « Art participatif et médiation culturelle : typologie et enjeux des pratiques », in Cécile Camart, François Mairesse, Cécile Prévost-Thomas et Pauline Vessely (dir.), *Les mondes de la médiation culturelle. Vol. 1 : Approches de la médiation*, Paris, L'Harmattan, coll, « Les cahiers de la médiation culturelle », 2016, p. 173.

³⁵⁷ LAFORTUNE Jean-Marie, « Les enjeux de l'appropriation et de la transmission de la culture dans les dispositifs de médiation culturelle au Québec », dans Cécile Camart, François Mairesse, Cécile Prévost-Thomas et Pauline Vessely (dirs.), *Les mondes de la médiation culturelle. Vol. 1 : approches de la médiation*, Paris, L'Harmattan, 2016, p. 146.

³⁵⁸ CASEMAJOR Nathalie, « La participation culturelle sur Internet : encadrement et appropriations transgressives du patrimoine numérisé », *op.cit.*, p. 82.

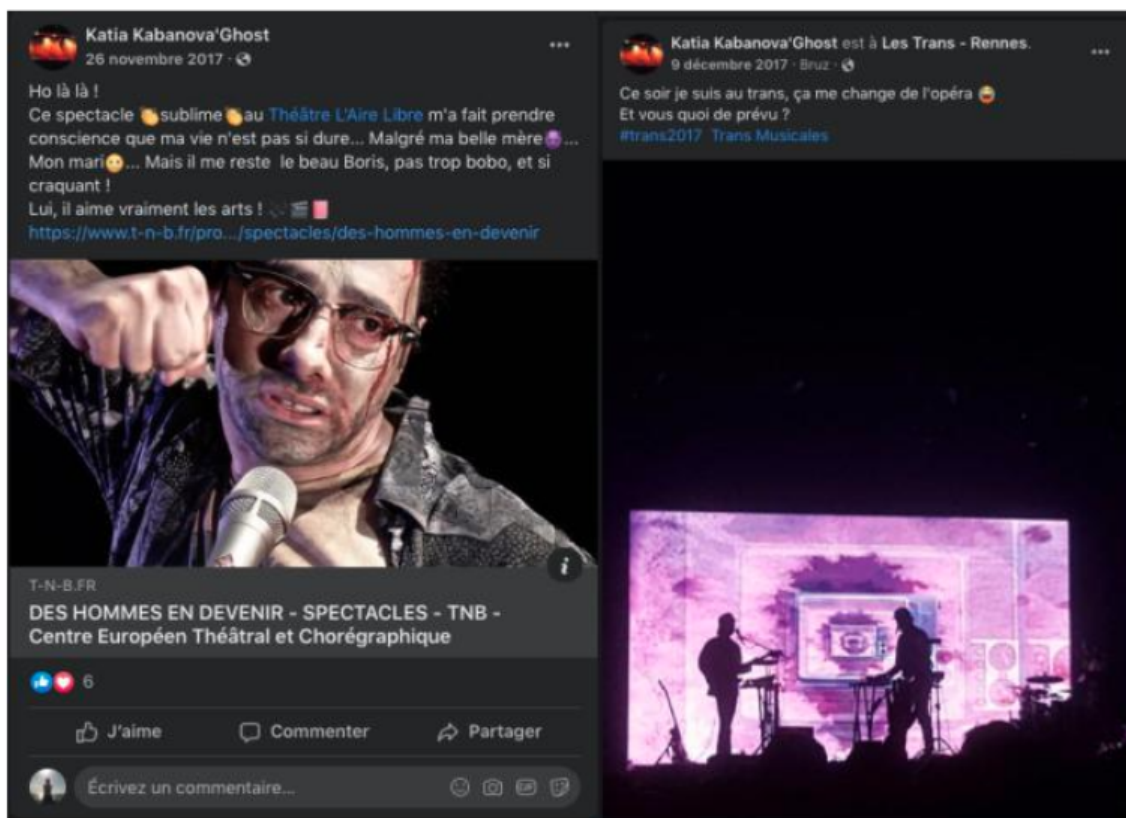
catégories : commenter (capacité des publics à réagir aux contenus), collecter (contributions des utilisateurs qui enrichissent les connaissances sur les objets) et re-crée (réutilisation d'une œuvre, par exemple, dans un travail créatif produisant une nouvelle œuvre). Cette dernière catégorie est associée à la pratique du « remix », terme souvent utilisé dans la littérature pour décrire la culture des fans qui s'approprient des icônes culturelles pour créer des œuvres de « bricolages esthétique-identitaires »³⁵⁹.

Les participants des différents projets transmédia ont eu recours au « remix » dans la création de contenus, en plaçant les personnages dans un contexte plus moderne et actuel. Nous avons remarqué également quelques tentatives de collecte, selon la typologie de Nathalie Casémajor, par exemple dans le projet Katia Kabanovà, où le personnage de Katia est présenté comme quelqu'un qui visite la ville de Rennes. Cela a conduit à une interaction avec d'autres structures culturelles de la ville (Figure 8), à la sollicitation de commentaires des autres internautes et à une visibilité du projet. Cette interaction a permis de lier l'œuvre et la structure culturelle à la vie quotidienne des personnes. De plus, les participants du projet ont envoyé des invitations à leurs proches *via* Facebook pour leur faire connaître le projet et les inciter à y adhérer par la suite.³⁶⁰ Nous pouvons donc constater que dans ces cas l'interaction a fonctionné.

³⁵⁹ *Ibid.*, p. 89.

³⁶⁰ LANDAIS Gwendoline, *Du Web 1.0 au Web 2.0 : évolution de la médiation numérique culturelle verticale vers une médiation numérique horizontale participative, projet transmédia de l'opéra Katia Kabanova*, Master de médiation du spectacle vivant à l'ère du numérique, Université de Rennes 2, sous la direction de Marion Denizot, 2018, p. 23.

Figure 8 - Projet Katia Kabanovà



L'aboutissement du travail des participants au projet L'Odyssée de Pénélope était de faire découvrir les dispositifs des livrets numériques aux publics les jours de représentations. Leur présence lors des spectacles était essentielle pour eux, comme pour les participants du projet Katia Kabanovà. Ils ont pu avoir une autre lecture de l'œuvre et ont confronté leur interprétation à celle de l'équipe artistique.

« C'était très intéressant de pouvoir comparer l'image que l'on se faisait de ce à quoi le spectacle pourrait ressembler et ce qu'il était réellement. Je pense que notre collaboration et participation au projet a pu être utile, car nous avons donné un coup de jeune à l'opéra. »³⁶¹

Cependant, Elisabeth Caillet exprime quelques réserves sur ces nouvelles formes de médiation participative :

« Une autre orientation est en train d'être prise du fait de l'apparition des outils tels que les Smartphones et des réseaux sociaux. Ce nouveau développement change à la fois la fonction de médiation et la déplace en termes professionnels vers les métiers technologiques, ce qui la rend plus attractive auprès des jeunes [...] Mais le risque n'est-il pas de dissocier cette fonction-ci des autres

³⁶¹ Participante # 2 - 19 ans - projet L'Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

activités de la médiation et d'en faire une partie de la communication ? Ce qui en dénature la fonction. Les métiers de la médiation se multiplient aujourd'hui au point d'en brouiller davantage les contours. Il reste indispensable d'en approfondir les modes d'exercice afin que les publics restent au cœur de l'action culturelle publique. »³⁶²

Les plateformes de réseaux sociaux offrent effectivement la possibilité de prolonger les actions de médiation culturelle *in situ*. Elles favorisent la création et le partage puisqu'elles permettent d'installer une relation plus horizontale entre la structure et les publics. Les dispositifs, notamment les réseaux sociaux, peuvent créer une relation contribuant à moderniser l'image des structures culturelles et à les rendre plus attrayantes pour les jeunes et les publics moins familiers avec ces structures culturelles. Mais, il est également essentiel de réfléchir aux modalités et à la marge de participation accordée aux personnes impliquées dans les projets participatifs, ainsi qu'aux équipes des structures culturelles du spectacle vivant. Les projets, tels que ceux du transmédia, exigent une coordination de l'expérience culturelle, à la fois individuelle et collective, dans la création de contenus numériques, afin que l'expérience demeure au centre de la démarche de médiation culturelle et que le projet ne devienne pas une simple vitrine axée sur la communication.

Le transmédia : un projet de médiation et communication ?

Comme nous l'avons dit précédemment, l'implication des structures culturelles est essentielle pour que les dispositifs génèrent la participation des personnes externes aux projets. Par exemple, l'Opéra de Rennes a diffusé certains contenus du profil de Katia Kabanovà sur ses propres réseaux sociaux (Figure 9) et a réalisé un suivi des ventes des places au tarif étudiant afin d'évaluer les effets du projet sur une cible jeune. Cette diffusion a contribué à augmenter les ventes du spectacle, notamment dans les 15 jours précédant la première représentation, comme l'indique Gwendoline Landais,

« Il leur a semblé [à l'Opéra de Rennes] que les ventes auprès d'étudiants étaient plus élevées que pour d'autres spectacles, ce qui peut s'expliquer par le fait que cette fois, les annonces de réductions pour les étudiants ont été publiées par Katia Kabanovà, donc par nos soins, sur de

³⁶² CAILLET Elisabeth, « Les débuts de la médiation culturelle. Politiques de l'emploi culturel et métiers de la médiation », in Cécile Camart, François Mairesse, Cécile Prévost-Thomas et Pauline Vessely (dir.), *Les mondes de la médiation culturelle. Vol. 1 : Approches de la médiation*, Paris, L'Harmattan, coll. « Les cahiers de la médiation culturelle », 2016, p. 99.

nombreuses pages Facebook des diverses UFR de Rennes 2, ainsi que sur la page de l'université elle-même. »³⁶³

Figure 9 - Page Facebook de l'Opéra de Rennes



Le personnage de Katia Kabanová a suscité sur Facebook des réactions, les personnes souhaitant connaître le destin du personnage. Néanmoins, la secrétaire générale de l'Opéra de Rennes considère que le projet aurait plus attiré d'attention s'il avait concerné une œuvre plus connue³⁶⁴. L'opéra de Leoš Janáček n'est en effet pas très connu du public, à la différence de *Carmen* de Georges Bizet, dont la reconnaissance est internationale. C'est autour de cet opéra de Bizet que la structure a réalisé en 2017 le projet « Opéra sur écran ». Le spectacle a été diffusé sur la place de la Mairie de Rennes, dans 27 communes de la région de Bretagne et sur différentes plateformes numériques, à la radio et à la télévision. L'opération a rassemblé plus de 16000 spectateurs³⁶⁵. Les équipes ont aussi réalisé différents dispositifs numériques autour

³⁶³ LANDAIS Gwendoline, *Du Web 1.0 au Web 2.0 : évolution de la médiation numérique culturelle verticale vers une médiation numérique horizontale participative, projet transmédia de l'opéra Katia Kabanová*, op.cit.

³⁶⁴ Entretien #5, secrétaire générale de l'Opéra de Rennes, mars 2018, (Annexe 2)

³⁶⁵ Opéra : *Carmen* triomphe à Rennes !, [https://www.unidivers.fr/opera-carmen-rennes-8-juin-2017/], (consulté le 20 août 2022).

du projet³⁶⁶. C'est pourquoi la secrétaire générale pense qu'un projet autour d'une telle œuvre ou d'une œuvre similaire aurait probablement généré plus de réactions de la part des publics. Cependant, nous pensons que le succès d'un projet numérique transmédia ne dépend pas seulement de la connaissance de l'œuvre, bien que nous ne nions pas que cela puisse être utile, mais aussi d'autres facteurs tels que le soutien de la structure pour diffuser le projet et participer à l'interaction entre le public et les différents dispositifs mis en place.

L'état des lieux du numérique 2021 dirigée par l'association TMNlab³⁶⁷ souligne combien il est important de créer une relation avec un public que l'on ne voit pas. Cet enjeu est majeur pour les structures du spectacle vivant. L'implication des fonctions du chargé de communication numérique ou *community manager* restent encore à consolider dans les structures culturelles, ainsi qu'une meilleure connaissance des publics en ligne, pour pouvoir identifier l'engagement vis-à-vis de la structure. L'expérience doit être plus agréable et engageante mais on a pu observer par exemple lors des représentations du spectacle *Le retour d'Ulysse dans sa patrie*, que la communication au préalable sur le projet transmédia s'est révélée insuffisante pour atteindre un tel but.

De plus, la réception et la mesure de visibilité chez les participants des deux projets est très associée aux « *like* » ou au nombre de partages des contenus créés sur les réseaux sociaux. En effet, les participants du projet L'Odyssée de Pénélope ont proposé la création de contenus sur plusieurs plateformes dont LinkedIn et Snapchat. Ces derniers ont été jugés peu pertinents pour le développement du projet, LinkedIn étant un réseau social professionnel et Snapchat une application de partage de photos et des vidéos. La création de contenus a donc été très limitée sur LinkedIn car les participants n'ont pas su transmettre le message *via* cette plateforme. La plateforme est utilisée par des personnes et des entreprises pour se connecter et établir des relations professionnelles ; la création de faux profils ne permet pas de construire et de développer le récit sur ce type de plateforme. Sur Snapchat, seul un profil a été créé, mais aucune vidéo ni photo n'a été diffusée. Par ailleurs, ce type d'application ne permet pas de suivre facilement les contenus et de les rendre visibles si le compte n'a pas d'abonnés.

³⁶⁶ Dans le cadre du projet différentes innovations ont été déployées comme : expérience 3D immersive, interface de spatialisation sonore, captation audiovisuelle en 360°, Carmen en son 3D, Métaphore visuelle du son, RennesCraft voyage dans l'imaginaire lyrique, application événementielle sur smartphone, édition et publication de vidéos en temps réel, couverture WIFI de l'événement *via* la fibre. (source dossier de presse sur l'opéra Carmen réalisé par l'Opéra de Rennes).

³⁶⁷ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, étude réalisée par l'agence L'Œil du public, [<http://www.tmnlab.com/etudes/etat-des-lieux-du-numerique-2021#75>], (consulté le 20 novembre 2022).

Nous avons constaté que pour les participants, il n'était pas évident de mettre en avant sur leurs réseaux sociaux les contenus du récit, notamment les profils de personnages. Il est essentiel de comprendre comment adapter les approches de la médiation en ligne pour répondre aux attentes et aux habitudes des adolescents, tout en maintenant la pertinence et la valeur des activités culturelles proposées. Le fait que les participants dans leur rôle de « créateur » de contenus aient été chargés de l'interaction *via* les réseaux sociaux, a généré chez eux le sentiment qu'ils devenaient ainsi les promoteurs de la structure et du spectacle, entraînant ainsi une confusion entre le rôle de la médiation culturelle et celui de la communication. Selon Dominique Pasquier, cité par Noémie Couillard et Maylis Nouvellon, les pratiques des adolescents se divisent en deux types : les pratiques de scène et celles de coulisses. Les pratiques de scène sont celles qui sont exhibées au sein de leurs groupes tandis que les pratiques de coulisses restent cachées³⁶⁸. On pourrait les qualifier, comme le suggère Dominique Cardon, de catégorie clair-obscur³⁶⁹, où la visibilité sur les réseaux sociaux oscille entre le privé et le public. Les jeunes sont les plus mobilisés par ce type de catégorie.

« On peut penser que la nature même des échanges sur les réseaux sionumériques renforce ce phénomène de sélection des activités à valoriser ou non lors de la présentation de soi et que la pratique muséale [ou de spectacle vivant] dans ce contexte peut en être exclue. Se pose ainsi la question de la marge de manœuvre possible pour une médiation en ligne, compte tenu de l'usage social que les adolescents ont de leurs pratiques numériques. »³⁷⁰

Par ailleurs, du côté du TCE, certaines publications ont dû être supprimées, la structure considérant que le langage utilisé était inapproprié. Nous avons souhaité connaître l'avis de la responsable du service édition et multimédia à ce sujet pour savoir si cet incident avait été à l'origine du peu de visibilité sur les réseaux sociaux de la structure. Contactée à plusieurs reprises, nous n'avons pas eu de retour de sa part.

Nous faisons l'hypothèse que ce langage utilisé sur les réseaux sociaux (Figure 10) par les participants, décalé et parfois humoristique, peut ne pas correspondre à l'image que le TCE souhaite donner et suscite ainsi des craintes.

³⁶⁸ COUILLARD Noémie et NOUVELLON Maylis, « À la rencontre des adolescents en ligne ? L'enjeu du numérique pour la médiation culturelle », *op.cit.*, p. 48.

³⁶⁹ CARDON Dominique, *Culture numérique*, *op.cit.*, p. 158.

³⁷⁰ COUILLARD Noémie et NOUVELLON Maylis, « À la rencontre des adolescents en ligne ? L'enjeu du numérique pour la médiation culturelle », *op.cit.*, p. 48.

Figure 10 - Profil de personnage - Projet l'Odyssée de Pénélope



Nos observations nous amènent à penser que l'axe de communication du service édition et multimédia du TCE serait plutôt orienté vers une communication institutionnelle plus traditionnelle et aurait été débordé par une communication numérique qui intègre, par exemple, les fonctionnalités caractéristiques du Web 2.0, à savoir le partage, l'interaction, la dérision et la création de communautés. « Le processus traditionnel de communication présente souvent une organisation qui peut être complexe et lente, alors que le processus numérique nécessite des outils rapides et mesurés. La communication digitale doit être sans cesse adaptée au public ciblé, presque en temps réel »³⁷¹. Comme le rappelle Sébastien Magro :

« Accepter d'entendre les commentaires des publics en ligne, même s'ils ne cadrent pas avec la communication institutionnelle, offre l'opportunité pour les musées [et pour les structures du spectacle vivant] d'installer avec ces visiteurs une collaboration dans l'élaboration du discours entourant les œuvres et la programmation. »³⁷²

Il est également important de prendre en compte les dynamiques de visibilité et de participation des jeunes dans la conception et la mise en œuvre des projets transmédia. En

³⁷¹ BALTHUS, Étude « Numérique et spectacle vivant, une nouvelle scène à investir », Ministère de la Culture / Direction générale de la création artistique (DGCA), 2021, [https://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Rapports/Numerique-et-spectacle-vivant-une-nouvelle-scene-a-investir], (consulté le 10 septembre 2022), p. 26.

³⁷² MAGRO Sébastien, « De l'usage des réseaux socio-numériques comme supports d'une médiation culturelle en ligne », *Le numérique dans les institutions muséales, op.cit.*, p. 40.

accordant une attention particulière aux attentes et aux pratiques des jeunes sur les réseaux sociaux, les structures culturelles peuvent mieux adapter leurs stratégies de communication et de médiation pour atteindre un public plus large et plus diversifié.

Aussi, le dernier *État des lieux du numérique 2021* constate que:

« La façon de concevoir la médiation est bouleversée : en lien avec la communication, elle devient créatrice de nouvelles expériences numériques pour les spectateurs. Les structures y voient l'opportunité d'une accessibilité augmentée à leurs propositions, d'une meilleure connaissance des publics, la possibilité de mobiliser de nouveaux publics, de fidéliser des publics existants, voire de « créer une communauté numérique axée sur le lien social ». Une réflexion sur les formats est engagée au regard de chaque public ou communauté de publics visé, et sur les meilleures façons de développer l'immersion, l'interactivité et l'implication. »³⁷³

Si le numérique peut générer de nouvelles expériences et rendre accessibles les œuvres à partir de propositions originales, l'analyse des projets transmédia nous amène à nous interroger sur la dualité des rôles endossés par les personnes impliquées dans le projet : créateur et participant. S'il est vrai que les projets ont procuré aux "participants" une nouvelle approche de l'univers de l'opéra, le manque de visibilité du projet aurait pu en décourager certains et par la suite impacter leur implication dans le projet en lui-même, laissant l'impression que les compétences des participants étaient utilisées au service de la structure. Certains participants ont considéré que les projets transmédia étaient plus liés à une action de communication qu'à une action de médiation culturelle, et que le but premier qui était de faire connaître l'œuvre et la structure d'une manière différente avait été perdu de vue.

« Au début, je me suis dit pourquoi pas, ça peut être sympa, puis petit à petit, j'avais de moins en moins envie de le faire, car je trouvais que ça ne servait à rien, que personne ne regardait ce qu'on faisait, ou alors pour se moquer. »³⁷⁴

En effet, la vie des lieux culturels est présentée de plus en plus *via* des publications. Les supports de diffusion comme les plateformes Facebook, Instagram, Twitter sont pour la plupart utilisés par les structures du spectacle vivant comme des outils de promotion des activités et de la programmation des lieux.³⁷⁵

³⁷³ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, *op.cit.*

³⁷⁴ Participante # 4 - 20 ans - projet Katia Kabanová, (Annexe 3).

³⁷⁵ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, *op.cit.*

Les nouvelles formes d'intervention des publics sur les réseaux sociaux ont entraîné des modifications dans les conditions et les dispositifs de la participation culturelle, comme le souligne Nathalie Casemajor : « Depuis une dizaine d'années, les conditions et dispositifs de la participation culturelle se modifient au contact des nouvelles formes d'intervention des publics sur les réseaux numériques. »³⁷⁶ Dans ce contexte, nous assistons à une diffusion des contenus dans le but de présenter la « vie » de lieux culturels différemment. C'est dans ce cadre que la mise en place des projets transmédia pourrait être « un point d'entrée pour comprendre comment cet idéal de participation s'imbrique dans la mutation des pratiques culturelles et médiatiques contemporaines »³⁷⁷ à condition d'apporter un accompagnement aux participants à travers une communication efficace du projet. Ce qui implique de veiller à ce que le projet soit compris et génère une visibilité au-delà du groupe de participants.

1.3 L'expérience d'immersion en 360° dans le cadre de l'observation d'un processus de création : entre le réel et le virtuel

Une expérimentation autour du processus de création du spectacle *Rothko Untitled #2* de Claire-Ingrid Cottanceau et Olivier Mellano a eu lieu entre le 5 et le 8 février 2020 au Théâtre National de Bretagne (TNB). Ce projet d'expérimentation s'inscrit dans le cadre du projet Argos (Actes de Créations et Dynamiques de Collaboration croisées, projet Europe Créative 2018-2021)³⁷⁸, cofinancé par l'Union européenne. Le projet s'appuie sur l'observation des processus de création et de la « fabrique » du spectacle afin de créer une communauté de regardeurs pour étudier la pratique de la création et les dynamiques transversales générées au cours du processus dans le domaine des arts de la scène. Ce projet est élaboré en lien avec le projet MedNum (Pour un observatoire des dispositifs numériques de médiation du spectacle vivant)³⁷⁹, financé par la Maison des Sciences de l'homme de Bretagne. Ce dernier s'intéresse aux enjeux théoriques qui traversent le champ de la médiation du spectacle vivant à l'ère du numérique et aux dispositifs numériques de médiation à destination des publics du spectacle vivant. La collaboration entre les projets permet de croiser les problématiques, à savoir les

³⁷⁶ CASEMAJOR Nathalie, « La participation culturelle sur Internet : encadrement et appropriations transgressives du patrimoine numérisé », *op.cit.*, p.82.

³⁷⁷ *Ibid.*, p.82.

³⁷⁸ Projet Argos, *Actes de Créations et Dynamiques de Collaboration croisées, projet Europe Créative 2018-2021*, coordonné par LUCET Sophie et LEROY Séverine, Université de Rennes 2, [<https://www.argoeseuropecreative.eu/observations/observation-3-intercultural-observation/>], (consulté le 23 juin 2023).

³⁷⁹ Projet MedNum, *Pour un observatoire des dispositifs numériques de médiation du spectacle vivant 2019-2022*, coordonné par DENIZOT Marion, Université Rennes 2, [https://www.mshb.fr/projets_mshb/mednum/5460/], (consulté le 23 juin 2023).

conditions d'observation du processus de création et la construction d'une communauté pour Argos, mais également l'analyse et le développement des dispositifs numériques pour la médiation culturelle dans le spectacle vivant pour Mednum. Ainsi, dans le cadre de notre recherche, nous allons identifier la collaboration des deux projets en l'appelant le projet Argos/Mednum.

Le projet d'expérimentation Argos/Mednum propose un terrain d'étude à partir duquel les participants sont invités à regarder le processus de création de l'œuvre *Rothko Untitled #2*, à partir des différents dispositifs mis en place dans le Théâtre National de Bretagne.

Pendant quatre jours, un groupe de participants a pu assister au processus de création qui s'est déroulé une semaine avant la première. Le spectacle a été programmé du 12 au 14 février 2020 au TNB. Puis les participants ont été invités à assister au spectacle les jours de représentation. Trente personnes ont participé au projet Argos/Mednum. Ce groupe était composé par des chercheurs³⁸⁰, des étudiants du Master Médiation du spectacle vivant à l'ère du numérique, des spectateurs et quelques personnes de l'équipe du TNB.

Durant le déroulement du projet Argos/Mednum, différents dispositifs ont été déployés autour du processus de création du spectacle, réalisés avant et/ou après les représentations. Ainsi, une des façons de participer au processus de création des artistes était en présentiel, c'est-à-dire qu'un groupe de personnes pouvait être assis, en silence, durant un moment défini, dans les gradins de la salle de répétition pour observer le travail des artistes. Il était également possible, dans une salle proche de la scène, de suivre les répétitions en immersion *via* trois casques de réalité virtuelle qui captaient en direct la répétition ou d'avoir accès à la captation à partir d'un écran plasma et des casques audio. La caméra 360° était placée au milieu de la scène pendant les répétitions (Figure 11).

³⁸⁰ Issus de l'Université de Rennes 2.

Figure 11 - Caméra 360°



Une sélection des extraits des répétitions a été faite et compilée dans une vidéo en 360° de 8,55 minutes. La vidéo comporte des extraits de différents moments de répétition du spectacle. Les extraits présentent des moments de travail autour des textes, des sons, des lumières, des échanges entre les artistes et les techniciens et des échanges entre les artistes et le chœur, identifiés de la manière suivante :

- a) échanges entre le technicien lumière et les interprètes Olivier et Claire-Ingrid ;
- b) échanges entre Fabrice (installation lumière) et les interprètes Olivier et Claire-Ingrid (à 1'44) ;
- c) répétition du texte par Claire-Ingrid (à 3'17) ;
- d) arrivée des chanteurs sur le plateau et explication de la partition (à 5'07).

En plus du dispositif d'immersion et des répétitions en présentiel, les participants du projet Argos/Mednum ont été invités à suivre les dispositifs de médiation créés autour de l'œuvre comme la Pause théâtre³⁸¹ à l'université de Rennes 2 et le bord de scène³⁸², avec les deux

³⁸¹ La Pause théâtre est un cycle de rencontres proposé par le Département Arts du spectacle, en partenariat avec les structures culturelles de Bretagne, [<https://www.univ-rennes2.fr/campus/acteurs-culturels#accordion-5615>], (consulté le 13 mars 2023).

³⁸² Rencontre avec les artistes proposée à l'issue de la représentation du 13 février.

artistes Claire-Ingrid Cottanceau et Olivier Mellano, au TNB. Le groupe de participants s'est également retrouvé pour échanger sur l'expérimentation vécue et a pu assister à la générale et à la première du spectacle.

Dans un deuxième temps, et afin de tester le dispositif en dehors du projet Argos/Mednum, les extraits des répétitions ont été utilisés par deux autres groupes : un groupe, constitué de personnes du TNB venues voir le spectacle, qui n'a pas participé directement au projet Argos/Mednum et n'a pas vu le processus de création en présentiel mais qui a eu accès au dispositif d'expérimentation du processus de création *via* un casque de réalité virtuelle ; un dernier groupe, constitué de personnes ayant vu le spectacle. Ils ont été invités à tester le dispositif du casque de réalité virtuelle. Une fois que le visionnage du processus de création *via* le casque de réalité virtuelle a été expérimenté, les participants des deux groupes ont été interviewés afin d'obtenir davantage d'informations sur la réception de l'œuvre à travers ce dispositif. Les détails de la grille d'entretien seront fournis ultérieurement.

Pour notre étude, nous allons centrer notre analyse sur le dispositif créé pour visionner les répétitions en immersion 360° par le biais d'un casque de réalité virtuelle. Le dispositif Pause théâtre sera pris en compte dans une démarche d'éclairage supplémentaire ou pour une meilleure compréhension du dispositif immersif.

1.3.1 Les dispositifs autour du processus de création

a) Casque de réalité virtuelle (Immersion en 360°)

Durant le projet Argos/Mednum, trois casques de réalité virtuelle ont été mis à la disposition des participants pour regarder le processus de création. Les participants du projet étaient plutôt autonomes quant au moment choisi pour utiliser le casque, contrairement aux enquêtes extérieures au projet et qui n'ont fait que regarder les extraits du processus de création. Pour eux, un seul casque a été mis à leur disposition qu'il fallait faire tourner entre les personnes, ce qui prolongeait le temps de l'entretien. Si la durée de la vidéo elle-même était de 8'55, le dispositif lui-même était bien plus long puisqu'il était nécessaire d'intégrer les temps de mise en route, d'explication du dispositif et de résolution de problèmes techniques.

En termes techniques, le casque étant une nouveauté pour les enquêtés, une présentation préalable a été nécessaire pour expliquer le fonctionnement du casque, de la manette permettant de déclencher la vidéo, ainsi que la position du corps (assis ou debout) en privilégiant la position assise, car le visionnage peut déstabiliser l'utilisateur quand il n'est pas habitué. La présence d'une personne est également nécessaire pour accompagner les participants en immersion qui pourraient ne pas maîtriser leurs gestes et se faire mal. De plus, les défauts techniques comme les coupures ou une image floue perturbent parfois l'expérience d'immersion totale du participant. Enfin, l'utilisation du casque n'est pas évidente pour tout le monde.

L'explication concerne aussi l'expérience en elle-même afin que les participants puissent profiter au maximum de l'immersion en 360°. S'il est recommandé de pivoter pour regarder ce qui se passe dans la vidéo, ce n'était pas toujours possible parce que les conditions physiques n'étaient pas réunies : pendant l'expérimentation, il arrivait que les chaises ne soient pas adaptées pour pivoter ou que l'espace lui-même devienne une source de distraction à cause du bruit des personnes autour des participants.

Par ailleurs, la mise en scène du spectacle *Rothko Untitled #2* étant très sombre, elle rendait le visionnage de la répétition un peu difficile à cause du manque de visibilité à travers le casque de réalité virtuelle. La sélection des extraits a joué sur ce manque de visibilité, privilégiant les moments où il y avait plus d'interaction entre les artistes et les techniciens et des moments de répétition avec un éclairage qui permettait de voir la scène et les artistes. Ce choix, technique plutôt que délibéré, a pu affecter la compréhension du processus de création de l'œuvre en réduisant malgré lui la répétition aux aspects techniques.

b) Dispositif de médiation (Pause théâtre)

La Pause théâtre est un espace de dialogue proposé depuis 2012 par les enseignants-chercheurs du département arts du spectacle, avec l'aide des étudiants de l'Université de Rennes 2 et en partenariat avec diverses structures culturelles de la région de Bretagne. Les rencontres sont proposées le temps de la pause déjeuner afin de rencontrer des acteurs de l'actualité théâtrale : « En une heure, une fois par mois, ces pauses offrent l'occasion de découvrir un artiste, un projet, un métier, un spectacle, pour mieux comprendre

l'univers du théâtre, réfléchir ensemble à un geste artistique et nourrir la réflexion sur la création d'aujourd'hui. »³⁸³

Le 12 février 2020 après la première du spectacle, la Pause théâtre a été animée par Séverine Leroy, chercheuse au sein de l'Unité de Recherche Arts : Pratiques et Poétiques (UR APP) et coordinatrice du projet Argos à l'université de Rennes 2, en présence des artistes Claire-Ingrid Cottenceau et Olivier Mellano. Les participants à la Pause théâtre étaient pour la plupart des étudiants de Licence en Arts du spectacle, des enseignants ainsi que des participants au projet Argos/Mednum. On comptait une quarantaine de participants. Les artistes ont parlé du temps de travail de création depuis le début du projet, des choix artistiques, des éléments de l'œuvre. Ils ont aussi parlé de leur ressenti lors de la première et ont manifesté un mécontentement lié aux problèmes techniques posés par l'usage de la fumée dans la scénographie, sans pour autant dévoiler le spectacle, car certaines personnes ne l'avaient pas encore vu.

1.3.2 Méthodologie et protocole d'enquête du projet Argos/Mednum

Les enquêtes réalisées durant le projet d'expérimentation Argos/Mednum cherchent à identifier les rapports créés entre l'œuvre et le spectateur grâce à l'utilisation d'un outil numérique. Elles ont également pour objectif de répondre aux hypothèses visant à approfondir l'expérience du spectateur confronté à l'utilisation d'un outil numérique dans la médiation culturelle, à connaître les vertus et les limites du dispositif et à savoir ce que le numérique peut apporter ou pas à l'appropriation de l'œuvre dans le cadre d'une action de médiation.

Les questions ont été conçues pour s'adresser à trois échantillons de spectateurs : un premier échantillon constitué de personnes ayant participé à la totalité du projet Argos/Mednum, un deuxième ayant participé à l'une des actions de médiation proposées autour du spectacle, dans notre étude, à la « Pause théâtre », et un troisième ayant assisté seulement au spectacle *Rothko Untitled #2*.

Tous ces spectateurs avaient néanmoins en commun le fait d'avoir fait l'expérience du casque de réalité virtuelle et leur présence au spectacle l'un des jours de représentation.

Les échantillons étaient répartis de la manière suivante :

³⁸³ La Pause théâtre, [<https://www.lairedu.fr/collection/la-pause-theatre/>], (consulté le 14 juillet 2023).

- Spectateur (spectacle - Argos/Mednum - Casque de réalité virtuelle (VR))

Ce premier groupe, constitué de personnes abonnées au TNB, a participé au projet Argos/Mednum. Tous ses membres connaissaient aussi le travail des artistes car ils avaient travaillé auparavant avec eux dans l'un de leurs spectacles. Ce groupe a pu assister aux répétitions en présentiel et en immersion 360° avec le casque de réalité virtuelle.

- Spectateur (spectacle - Casque de réalité virtuelle)

Le deuxième groupe, composé de personnes abonnées au TNB, avait un lien avec les artistes et/ou connaissait le travail du peintre Rothko. Il était également composé des étudiants de l'université de Rennes 2 qui avaient choisi le spectacle au sein des sélections de la saison 19/20 proposées par le pass spectacle de l'Université. Ce groupe a pu regarder les extraits du processus de création à l'aide du casque de réalité virtuelle.

- Spectateur (spectacle - Pause Théâtre - Casque de réalité virtuelle)

Le troisième groupe, constitué d'étudiants de Licence 2 en arts du spectacle de l'Université de Rennes 2, a assisté à la représentation *Rothko Untitled #2*, inscrite dans leur cursus universitaire. Les étudiants ont participé à l'une des actions de médiation proposées autour du spectacle, à la « Pause théâtre » dans le cadre de notre étude, et ont également utilisé le casque de réalité virtuelle.

Ces échantillons ont été formés à partir d'un appel à participation au projet Argos/Mednum lancé avec l'aide de Perrine Cadiou - chargée de relations avec les publics du TNB. Le spectacle faisant partie du programme de l'un des cours de la licence 2 en arts du spectacle de l'Université de Rennes 2, les étudiants ont été invités à participer au projet en répondant aux entretiens.

La grille d'entretien (Annexe 4) était constituée de questions semi-directives. Le protocole d'enquête implémenté comportait quatre thématiques :

- La relation au théâtre (lieu et pratique artistique), à l'artiste et à son univers,
- La relation au dispositif d'immersion en 360° et aux dispositifs numériques en général,
- La relation à l'expérience du processus de création en lien avec l'œuvre,

- La relation à l'expérience du processus de création en lien avec la pratique du spectateur en général.

La méthodologie est centrée sur une approche exploratoire et qualitative. Un total de seize personnes ont été interviewés pour le projet Argos/Mednum. Pour notre recherche nous en avons sélectionné sept car elles ont en commun l'utilisation du casque de réalité virtuelle qui est notre objet d'observation. Parmi les sept personnes, quatre ont été interviewées par les étudiants du Master 2 Médiation du spectacle vivant à l'ère du numérique de l'Université de Rennes 2. Afin de tester l'expérience immersive du processus de création auprès des publics, dans le cadre du projet Mednum, nous avons fait un appel à participation pour tester le dispositif d'immersion en 360° quelques semaines après le spectacle. Les personnes ont été contactées par un email, envoyé aux spectateurs ayant assisté à l'une de représentations par Perrine Cadiou, chargée de relations avec les publics du TNB. Deux personnes ont répondu à cet appel. Au total neuf personnes intègrent notre sélection.

Les entretiens ont été réalisés de manière individuelle, seuls deux des entretiens ont été faits en binôme. Ils ont été effectués dans le hall du théâtre ou dans une salle mise à disposition par le TNB et dans le hall de l'université de Rennes 2.

Voici ci-dessous un tableau récapitulatif des trois échantillons de spectateurs décrits. Le premier groupe (spectacle - Argos/Mednum - Casque VR) correspond aux numéros 1, 2, 3, le deuxième groupe (spectacle - Casque VR) aux numéros 4, 5, 6 et le troisième (spectacle - Pause Théâtre - Casque VR) aux numéros 7, 8, 9.

N° entretien	Prénom ou sexe	Activité	âge	Dispositif ou action(s) suivi(es)	Proximité au TNB ou aux artistes
1	Homme	À la retraite, ancien proviseur de lycée	67 ans	Argos/Mednum	Abonné au TNB + Nova
2	Pierre	Formateur en entreprise.	50 - 55 ans	Argos/Mednum	Abonné au TNB + a travaillé avec les artistes
3	Nadia	-	55 - 65 ans	Argos/Mednum	Abonnée au TNB

					+ Nova ³⁸⁴
4	Homme	Avocat	55 ans	Utilisation du casque VR	Abonné au TNB
5	Léa	Étudiante	20 ans	Utilisation du casque VR	Pass de spectacles avec la Université Rennes 2
6	Caroline	Chargée de communication	53 ans	Utilisation du casque VR	Travaille avec Olivier Mellano
6(bis)	Nicole	À la retraite	70 ans	Utilisation du casque VR	Abonnée au TNB + Nova
7	Homme	Étudiant	20 ans	Utilisation du casque VR + Pause théâtre	Dans le cadre d'un cours
7 (bis)	Femme	Étudiante	22 ans	Utilisation du casque VR + Pause théâtre	Dans le cadre d'un cours
8	Camille	Étudiante	22 ans	Utilisation du casque VR + Pause théâtre	Dans le cadre d'un cours
9	Homme	Étudiant	20-24 ans	Utilisation du casque VR + Pause théâtre	Dans le cadre d'un cours

1.3.3 Découvrir le processus de création d'une œuvre *via* un outil numérique

Comme nous l'avons dit dans le chapitre précédent, l'utilisation des outils numériques se multiplie dans tous les milieux. Ces outils numériques sont associés au développement des nouveaux usages, que ce soit par le Web ou par le biais des nouvelles technologies. De ce fait, nombreux sont les dispositifs numériques qui intègrent les structures culturelles. Du côté des musées, on peut être mis au contact, entre autres, de collections numérisées, de jeux, d'espaces virtuels, de bornes multimédia. Il en est de même pour les structures du spectacle vivant qui commencent à se doter également de dispositifs numériques comme des visites en 360°, de casques de réalité virtuelle, de tablettes numériques, de plateformes numériques, d'applications numériques.

Le numérique porte en lui la promesse de créer, d'entretenir des relations et d'être un support

³⁸⁴ Projet de création créé en collaboration avec les artistes Claire-Ingrid Cottanceau et Olivier Mellano.

de participation partagée. Le projet Argos/Mednum intègre des personnes venues de différents milieux (chercheurs, étudiants, spectateurs, professionnels du spectacle) afin de tester une nouvelle approche dans l'observation du processus de création d'une œuvre. Les échanges et les témoignages ont permis aux participants de découvrir ou redécouvrir l'œuvre, et en même temps de questionner l'usage d'un outil numérique. « Les réflexions autour de l'élaboration de chacun des projets a permis d'identifier un concept opératoire commun : celui de communauté »³⁸⁵. L'implication des personnes détenteurs de différents savoirs – théoriques et pratiques – assure une adhésion issue d'une culture numérique commune, laquelle fait référence à l'intelligence collective entendue comme la valorisation, la mobilisation des compétences et l'augmentation des capacités cognitives des personnes. Pierre Camusat, cité par Florence Andreacola, « a décrit l'expérience de participation à partir de cinq modalités : participation aux décisions, aux restitutions (de savoirs, d'usages), à l'accueil et aux informations, à l'échange de témoignages et enfin par la participation à la constitution des collections par le don ou les prêts »³⁸⁶. Dans le même esprit, Florence Andreacola souligne :

« que [la] notion de participation peut recouvrir d'autres diversités de pratiques au sein du musée : consultation de comités de visiteurs pour la préparation d'une exposition, ateliers de médiation interactifs, incitation à participer à des débats en lien avec la programmation des expositions temporaires, dispositifs d'exposition nécessitant des actions de la part des visiteurs pour s'approprier un message ou construire un contenu dans la collaboration. »

Ainsi, il nous semble important de remarquer que le projet Argos/Mednum fait lui aussi appel à cette notion de participation, d'une part par la constitution d'un groupe d'observateurs du processus de création, en présentiel et *via* un casque de réalité virtuelle ; d'autre part, par la constitution de groupes de spectateurs afin de tester également le casque de réalité virtuelle en immersion 360°. Cette diversité de mise en relation avec les publics et les différents dispositifs permet de créer des échanges entre certains participants et d'apporter de nouvelles connaissances quant à l'utilisation d'un outil numérique pour la médiation culturelle, ainsi que de générer un échange sur l'interprétation et l'appropriation de l'œuvre entre les participants. Serge Chaumier, cité par Florence Andreacola, « rappelle que lorsqu'il décrit et

³⁸⁵ DENIZOT Marion, *Expérience spectatorielle et dispositif numérique immersif de la «fabrique du spectacle»: quels enjeux pour la médiation?*, 2020, [<https://www.argo-seuropecreative.eu/new/wp-content/uploads/2021/01/2020-Denizot-Rothko.pdf>], (consulté le 18 septembre 2022).

³⁸⁶ ANDREACOLA Florence, POLI Marie-Sylvie et SANJUAN Eric, *Musée et numérique. Quelles visions du participatif ?*, 9ème colloque Ludovia "Imaginaire(s) du numérique", Michel Lavigne ; Jean-Pierre Jessel; Patrick Mpondo-Dicka, Aug 2013, Ax-les-Thermes, France, p.1.

analyse la “muséologie participative” [il] propose, notamment, de l’approcher comme un processus se situant entre une expression de soi et un processus d’appropriation »³⁸⁷.

Afin de connaître les apports et/ou les limites du dispositif numérique et d’analyser le projet Argos/Mednum, nous avons séparé les spectateurs en groupes, selon les thématiques suivantes:

a) La relation au théâtre (lieu et pratique artistiques), à l’artiste et à son univers

Les résultats des enquêtes montrent que le premier groupe de spectateurs (spectacle - Argos/Mednum - Casque VR) avait déjà une relation établie avec le TNB. Les personnes avaient une connaissance de la programmation du lieu ; elles possédaient un abonnement. Les enquêtés avaient déjà travaillé avec les artistes ou avaient vu leur travail, motif pour lequel ils avaient envie de venir découvrir le spectacle.

Le deuxième groupe - Spectateur (spectacle - Casque VR) est plus hétérogène quant à l’âge et aux activités de ceux qui le constituent. Néanmoins, c’est un public averti. Les raisons pour lesquelles ses membres ont sélectionné le spectacle ne sont pas les mêmes pour tous. Certaines personnes l’ont choisi car elles connaissaient les artistes ou avaient travaillé avec eux. Les étudiants avaient choisi ce spectacle parce qu’il faisait partie de la carte des spectacles proposés à l’université de Rennes 2. Enfin, certaines personnes, abonnées au TNB, avaient choisi ce spectacle parce qu’elles étaient sensibles à la peinture de Rothko et avaient basé leur choix sur l’univers de l’œuvre.

Enfin, le troisième groupe - Spectateur (spectacle - Pause Théâtre - Casque VR) concerne des étudiants de la licence en Arts du spectacle de l’université de Rennes 2. Le choix du spectacle faisait partie du programme du cursus des certains enseignants.

b) La relation au dispositif d’immersion en 360° et aux dispositifs numériques en général

Si les trois groupes de spectateurs étaient familiarisés avec l’utilisation du numérique, c’était la première fois qu’ils utilisaient un casque de réalité virtuelle pour être en immersion 360°. Les sensations ont été nombreuses, en raison de l’outil lui-même : inconfortable parce qu’il

³⁸⁷ ANDREACOLA Florence, *Nouvelles modalités d’appropriation et de partage au musée : les pratiques multiples de l’expérience de visite à l’époque de la culture numérique*, thèse de doctorat en sciences de l’information et de la communication, Université d’Avignon et des Pays de Vaucluse, sous la direction de Marie-Sylvie Poli, soutenue le 2 décembre 2015, p. 47.

créait une sensation de vide, le sentiment d'être loin ou très haut par rapport au plateau ; inconfortable également pour des raisons liées à la technique et à la qualité de l'image, ce qui perturbait parfois leur expérience. Par contre, tous ont remarqué que le visionnage de la vidéo en 360° leur permettait d'accéder à d'autres éléments de l'œuvre, comme la disposition des corps dans l'espace. Le dispositif technique placé au milieu du plateau leur a permis d'avoir un autre point de vue du processus de création. Malgré les sensations déstabilisantes liées à l'outil, ils ont découvert un autre moyen d'accéder au processus de création d'une œuvre et ont souligné que c'est une chose à laquelle ils avaient très rarement accès.

De plus, le premier groupe - Spectateur (spectacle - Argos/Mednum - Casque VR) qui a vu le processus de création, avec et sans casque, a expliqué qu'avec le casque, il pouvait avoir une autre vision de l'espace, différent de la vision frontale qu'offre une simple présence dans la salle de répétition.

« J'ai pu vraiment aller voir ailleurs que la vision frontale que j'avais dans un premier temps. »³⁸⁸

Le support a permis aux participants d'expérimenter une autre approche de la scène. Néanmoins, en raison de la mise en scène parfois sombre, ils ont été gênés par la qualité, souvent obscure, de l'image vidéo. Cela ne leur permettait pas d'apprécier ou de comprendre ce que les artistes étaient en train de faire, ce qui pouvait devenir assez ennuyeux pour la personne qui portait le casque.

« Il n'y avait aucune émotions alors que sur scène, le noir, ça m'a fait quelque chose, ça me parlait, alors que sur l'écran avec cette petite lumière sur le côté, ça devait être un projecteur ... »³⁸⁹

Pour le deuxième groupe - Spectateur (spectacle - Casque VR), les résultats montrent que les personnes ont expérimenté une nouvelle relation avec les artistes et l'œuvre. Le regard dans l'espace a été modifié par la position de la caméra sur scène. Celle-ci transformait la relation aux artistes et la manière de regarder une répétition. Les personnes qui connaissaient les artistes ont eu le sentiment d'être en répétition avec eux.

« Je connaissais les deux, les artistes, j'avais l'impression de répéter, d'être avec, en répétition avec eux (rires). »³⁹⁰

³⁸⁸ cf tableau entretien #1.

³⁸⁹ cf tableau entretien #3.

³⁹⁰ cf tableau entretien #6b.

D'autres personnes se sont senties « comme une souris »³⁹¹, comme des observateurs dans un lieu dans lequel ils ne devraient pas être ; l'observation leur a néanmoins permis de découvrir l'envers du décor, de voir comment les artistes travaillaient, de se « sentir » à leur place. Parmi les quatre personnes de ce groupe, une seule n'a pas du tout trouvé intéressante l'utilisation du casque.

Le troisième groupe - Spectateur (spectacle - Pause Théâtre - Casque VR) a découvert des éléments artistiques liés à la façon de travailler entre les artistes, les chanteurs et les danseurs pendant le moment de partage dans la rencontre Pause théâtre. Ces éléments ont été complétés par le visionnage de la vidéo en 360°, lors du passage des échanges entre l'équipe technique et les artistes pendant le processus de création.

« On comprend beaucoup plus ce qu'ils ont fait dans le spectacle, pourquoi, parce qu'au début qu'on est arrivé hier [au spectacle], il y avait plein de bruit et est-ce qu'ils font des tests pour après? En fait, c'est le moment zéro qui a été déclenché. »³⁹²

Cependant, les personnes ont trouvé aussi que les extraits ne permettaient pas de voir la globalité du processus, ce que propose la présence à une répétition en salle. Lors d'une « vraie » répétition, le fait d'avoir une vision globale et d'accéder à l'enchaînement des actions permet de comprendre la globalité des actions des artistes et les interactions lors des répétitions. La décision de ne présenter que des extraits pourrait défavoriser la compréhension des enjeux de l'œuvre en réduisant la répétition aux aspects techniques de la création.

« Je trouve que le moment plus clair est le moment où elle [Claire-Ingrid Cottanceau] parle aux chanteurs, là, je ne sais pas si c'est parce qu'il y a des thèmes un peu plus techniques ou quoi, mais on saisit mieux l'enjeu de ce qu'elle veut mettre sur scène et la façon dont elle le perçoit tandis que quand elle fait le test micro ou le test guitare, on les voit au travail, mais on saisit moins la relation avec ce qu'il y a sur scène. »³⁹³

« Le premier créneau de répétition, il ne se passe pas énormément de choses, c'est plus Ingrid qui explique sa vision... sa vision à elle de la pièce qui en parle aussi aux chœurs pour leur faire comprendre le message à diffuser derrière. Donc c'est intéressant quand même, mais il n'y a pas tellement de choses à regarder en tout cas, avec le casque à ce moment-là. »³⁹⁴

³⁹¹ cf tableau entretien #6.

³⁹² cf tableau entretien #7.

³⁹³ cf tableau entretien #8.

³⁹⁴ cf tableau entretien #9.

c) La relation de l'expérience en immersion en lien avec l'œuvre

Assister au processus de création d'une œuvre suscite encore de la méfiance de la part des artistes car elle suppose l'idée de perte de l'illusion théâtrale pour les spectateurs. Les dispositifs de médiation culturelle privilégiés seront alors orientés vers les rencontres avec les artistes à l'issue du spectacle ou les notes d'intention des artistes. Néanmoins face aux usages des réseaux sociaux, les structures culturelles ouvrent plus grand leurs portes en réalisant, par exemple, des vidéos de répétitions pour faire découvrir la fabrique du spectacle. Ainsi, le projet Mednum place au centre de la réflexion le processus de création en interrogeant les enjeux au cœur de la médiation culturelle, à savoir « la première est que la diffusion d'extraits de répétitions sur un dispositif numérique [qui] contribue à désacraliser l'œuvre. La seconde, qui traverse également les enjeux d'ARGOS, est que la découverte de "l'envers du décor" permet une familiarité du (futur) spectateur avec l'œuvre, à même d'élargir et de diversifier les publics de la culture »³⁹⁵. Ces enjeux permettent d'aborder les questionnements liés à l'appropriation de l'œuvre à travers l'utilisation d'un outil numérique. Cette approche met en évidence l'intérêt qu'il y a à créer des moments de partage entre les participants sur les différentes interprétations données à l'œuvre pour nourrir les différentes perceptions du sens.

Ainsi, pour le premier groupe - Spectateur (spectacle - Argos/Mednum - Casque VR), l'immersion et la participation *in situ* aux répétitions leur a permis de voir le travail effectué par les artistes et l'équipe technique, l'interaction, la construction des langages et des éléments de l'œuvre.

« D'une part, les chanteurs, qui connaissaient déjà leur partition, puisqu'elle a été préparée dès 2017, c'est ce que j'ai compris ce matin, apportent un nouveau matériel qui venait compléter ce que je n'avais jusqu'à présent vu avec la caméra immersive. »³⁹⁶

Cette confrontation à la création artistique aide à la construction du sens de l'œuvre soutenue par l'utilisation des deux dispositifs. Nous rappelons que cette construction du sens permet au spectateur de nourrir son travail d'interprétation pour aller vers l'appropriation de l'œuvre. Elle permet à la personne de développer sa sensibilité, son sens critique, etc. Lors d'une rencontre organisée autour du projet, les participants ont pu échanger sur l'expérimentation des différents dispositifs mis en place.

³⁹⁵ DENIZOT Marion, *Expérience spectatorielle et dispositif numérique immersif de la « fabrique du spectacle »: quels enjeux pour la médiation ?*, op.cit.

³⁹⁶ cf tableau entretien #1.

L'un des participants (personne # 1 interviewée) a expliqué combien il avait été important pour lui de participer aux échanges entre les participants du projet Argos/Mednum pour alimenter l'interprétation qu'il avait faite de l'œuvre.

« Le soir-même, nous avons eu un échange avec tous les participants au projet, de même, mardi matin j'ai été invité par Madame Cadiou à participer au groupe du mardi matin ; et ces deux moments-là ont été pour moi plus importants que la journée de répétition. Parce qu'elle nous a permis de confronter des expériences différentes du moment. »³⁹⁷

En outre, le groupe - Spectateur (spectacle - Casque Vr), lui, qui avait pu observer le processus de création à partir du casque de réalité virtuelle, a remarqué le changement qui s'opérait dans l'espace scénique entre la répétition et la représentation :

« C'est intéressant de voir les choses dénudées de tout ce qu'il a pu se passer pendant le spectacle. »³⁹⁸

Les personnes ont mis en valeur également l'artisanat du processus de création, l'identification de détails vus durant l'immersion qu'elles n'avaient pas vu dans la représentation:

« Je trouve ça génial. Je trouve ça très intéressant, car je fais un peu de théâtre et j'aime bien voir sur quelles choses ont travaillé les acteurs et l'équipe technique aussi, et voir comment ils interagissent entre eux, voir les images qu'ils utilisent pour créer des images communes. »³⁹⁹

« C'est intéressant de voir le cheminement de comment Claire-Ingrid va se poser sur le long de la paroi, comme elle répète sa voix et puis les échanges qu'elle a au niveau son. »⁴⁰⁰

L'acte d'interprétation est valorisé en fonction de la valeur artistique que les personnes attribuent à l'œuvre. La construction du sens se nourrit à partir du travail de création réalisé par les artistes. Pour les participants, l'œuvre touche la perception à travers les images et le son, les extraits leur permettent de placer le corps et les mouvements dans le spectacle.

Par ailleurs, en nous appuyant sur les travaux de Fabien Dumay, nous pouvons dire que l'interprétation d'une œuvre est le résultat du sens donné en fonction des différentes habitudes et de l'être affecté par l'expérience d'un objet culturel⁴⁰¹. De ce fait, les attentes des spectateurs à l'égard d'un spectacle et leur imagination sont nourris par le lien qu'ils

³⁹⁷ cf tableau entretien #1.

³⁹⁸ cf tableau entretien #5.

³⁹⁹ cf tableau entretien #5.

⁴⁰⁰ cf tableau entretien #6.

⁴⁰¹ DUMAIS Fabien, *L'appropriation d'un objet culturel : une réactualisation des théories de C.S. Peirce à propos de l'interprétation*, Québec, Les Presses de l'Université du Québec, 2009.

entretiennent avec le sujet de l'œuvre, en l'occurrence Rothko et sa peinture. Certains participants sont en effet allés voir le spectacle, parce qu'ils s'intéressaient au travail de Rothko.

« Oui, je pense, c'est ce qui est dit du spectacle, c'est le fait que ça soit autour de la peinture... Une exposition à Paris il y a 2 ou 3 ans et un petit livret de chez Taschen sur Rothko. Voilà... j'aimais beaucoup, j'aime beaucoup. »⁴⁰²

Les connaissances de l'œuvre peinte influent sur les attentes des spectateurs vis-à-vis du spectacle et sur leur interprétation *a posteriori*. Le processus d'interprétation de l'œuvre de *Rothko Untitled # 2* est construit à partir d'une expérience déjà vécue et ressentie.

« Les sensations qui m'ont plu, c'est plutôt cette espèce de perception, sorte de chose assez éthérée, presque sacrée en fait, dans les voix. Quelque chose très contemplatif, très méditatif, assez dans ce qu'on peut parfois trouver lorsqu'on est en face d'un tableau, d'ailleurs pour le monde de la peinture. Il y a un dialogue qui s'instaure avec soi-même, mais ce qui m'a manqué, c'est de pouvoir continuer ce dialogue intime, enfin cette espèce de colloque intime qu'on a, quand on est face d'une peinture, quel que soit le peintre d'ailleurs. »⁴⁰³

De plus, l'expérimentation en immersion a permis à certaines personnes de redécouvrir l'œuvre, tandis que pour celles ayant déjà élaboré leur propre interprétation, cette expérience n'a pas été aussi enrichissante. À leurs yeux, l'immersion devrait susciter quelque chose de nouveau en lien avec l'imaginaire et le travail artistique attendu dans le spectacle. Les extraits vidéo devaient apporter des éléments supplémentaires pour enrichir l'interprétation ou en construire une nouvelle. Néanmoins, certains participants ont eu le sentiment que les répétitions étaient dédiées à la simple reprise d'un texte ou d'une partition, sans tenir compte des aspects techniques ou préparatoires inhérents à la création d'un spectacle. Les extraits vidéo peuvent ne pas répondre aux attentes d'un processus de création :

« Je dirais que c'est de la cuisine, mais ce n'est pas la cuisine qui moi m'intéresse dans la création.... Oui ce n'est pas désagréable, mais ça ne m'apporte rien, je ne vois pas l'intérêt. Si c'est de re-transmettre une répétition des échanges, je trouve que ce qu'on a filmé ou ce qu'on nous donne, ce n'est pas ce que j'ai envie de voir de la répétition. Enfin, moi je n'aurais pas mis le curseur ici, je l'aurais vraiment mis avec des musiciens avec les chœurs avec des répétitions vraiment. »⁴⁰⁴

⁴⁰² cf tableau entretien #4.

⁴⁰³ cf tableau entretien #4.

⁴⁰⁴ cf tableau entretien #4.

Pour le troisième groupe - Spectateur (spectacle - Pause Théâtre - Casque VR), l'interprétation de l'œuvre a été complétée pour certains par l'immersion en 360° et la Pause théâtre.

« Oui, ça enrichit vraiment l'expérience, et l'utilisation de cet enchaînement, à un moment donné elle [Claire-Ingrid Cottanceau] parle d'une structure qu'elle a écrite, le squelette pour la pièce, elle parle de l'utilisation de projecteurs etc. et même pour un spectateur non spécialisé entre guillemets, c'est des éléments qu'on remarque, mais sur lesquels on n'a pas vraiment de mots et qu'on comprend sans vraiment comprendre et avec la Pause théâtre et la vidéo 360, c'est beaucoup plus... ah , mais oui en fait, ce que j'ai ressenti ou ce que j'ai perçu là , c'est ça... met des mots en dessous entre la perception et l'expression même de ce qu'on voit. »⁴⁰⁵

Les informations collectées autour du travail de création artistique enrichissent l'interprétation que la personne se fait de l'œuvre. L'interprétation est valorisée à partir des éléments obtenus grâce aux deux dispositifs et aide ainsi à donner un sens au vécu du spectateur lors du spectacle.

Certaines personnes valorisent la découverte du processus de création avant de voir le spectacle alors que pour d'autres cela pourrait générer des *a priori* sur l'œuvre et gêner sa réception.

« Je pense que ça aurait été plus utile de la voir après [la Pause théâtre] parce que du coup, je suis partie avec des *a priori* en allant au spectacle que je n'aurais pas eus. En fait, je pense que c'est la Pause théâtre qui m'aurait fait comprendre des choses du spectacle. C'est dans le spectacle que j'ai compris la Pause théâtre ... j'ai retrouvé quelques éléments qui sont donnés et que j'avais notés, le sens de boucle de répétition et le gros travail lumière, ça, c'est sont des éléments que j'ai retenus de la Pause théâtre et qui m'ont sauté aux yeux pendant le spectacle. »⁴⁰⁶

Enfin, le travail d'interprétation montre une lecture à l'œuvre construite à partir de la justification, par laquelle la personne donne un sens au ressenti, au vécu durant la représentation.

« Je ne vais pas dire que je n'ai pas aimé le spectacle pour le contenu... par rapport à ce qu'il se passe concrètement... c'est plutôt par rapport à ce qu'il se passe, par rapport à mes ressentis que je n'ai pas aimé le spectacle, que par rapport à ce qu'il se passe concrètement. »⁴⁰⁷

⁴⁰⁵ cf tableau entretien #8.

⁴⁰⁶ cf tableau entretien # 8.

⁴⁰⁷ cf tableau entretien #9.

d) La relation entre les dispositifs et la pratique artistique

Les informations recueillies ont en commun le fait que les personnes interrogées tendent à ne pas beaucoup se renseigner sur l'œuvre ou sur le spectacle avant la représentation. Les raisons sont basées sur l'idée de ne pas vouloir se créer de prime abord une fausse idée de l'œuvre et de vouloir privilégier la découverte et l'effet surprise du spectacle le jour de la représentation. D'autres lisent le programme de salle quelques instants avant de voir le spectacle.

Néanmoins, les dispositifs mis à disposition ont été plébiscités par les participants du premier groupe - Spectateur (spectacle - Argos/Mednum - Casque Vr) ; le fait de pouvoir assister aux répétitions a été perçue comme quelque chose de positif dans la relation à l'œuvre car cela permet de voir le travail engagé des artistes et de le valoriser :

« Par rapport à ce que j'avais vu, du travail technique, etc, c'est tout à fait autre chose. C'est une magie, on se rend pas compte que derrière la magie, il y a toute cette technique, les répétitions, c'est une magie, oui. »⁴⁰⁸

De même, pour le deuxième groupe - Spectateur (spectacle - Casque VR) le fait d'avoir vu les répétitions *via* la vidéo 360° a suscité chez eux l'envie d'assister au processus de création en présentiel si l'opportunité se présentait.

« Moi j'ai déjà assisté à des répétitions de théâtre ici, j'adore ça moi. »⁴⁰⁹

« Et de manière générale, si on sort un peu de l'outil, est-ce que vous seriez intéressée d'assister aux répétitions de spectacles?

Léa: Ah oui! Pour tous les spectacles pour le coup, oui. »⁴¹⁰

Le troisième groupe - Spectateur (spectacle - Pause Théâtre - Casque VR) a considéré que le visionnage d'extraits avec le casque de VR était un outil utile qui pourrait devenir un complément pour avoir accès aux répétitions. L'expérience a aussi été aussi appréciée pour sa nouveauté.

« Ah oui oui oui bien sûr, ça peut être intéressant, l'accessibilité au processus de création en soit est intéressant en fait, que ça soit par vidéo ou en réel, c'est intéressant aussi bien pour les artistes

⁴⁰⁸ cf tableau entretien # 2.

⁴⁰⁹ cf tableau entretien # 6(bis).

⁴¹⁰ cf tableau entretien # 5.

que pour nous parce qu'il y a une caméra et personne les dérange, ils ont leur confort, leur intimité et nous on a la retranscription de l'information même. »⁴¹¹

L'expérience du spectateur varie aussi en fonction des dispositifs de médiation expérimentés. Dans ce groupe par exemple, certaines personnes ayant assisté à la Pause théâtre avant le spectacle ont fait un lien avec les échanges entre les artistes et le public présent pour ensuite interpréter le spectacle.

« [après avoir assisté à la Pause théâtre et au spectacle], Moi j'ai compris pourquoi on était perplexe hier à la fin, c'était leur effet et leur but, du coup sur moi ça a marché. »⁴¹²

Conclusion

Le numérique a donné lieu au déploiement de nouveaux outils et de différents usages, qui favorisent le développement de pratiques culturelles dans un espace virtuel. Dans le monde numérique, le mode collaboratif fait de la participation un moteur pour réinventer des formes participatives de la médiation culturelle. Cela nous amène à interroger les nouvelles formes de médiation culturelle numérique. De plus, le numérique est considéré comme un instrument tout à fait innovant qui permet de créer des richesses culturelles mises à la disposition de tous.

Les actions de médiation conduisent les participants à s'approprier les propositions culturelles et artistiques comme on peut le constater avec les projets transmédia. De plus, elles visent à impliquer les participants dans l'élaboration de nouvelles formes et/ou pour répondre aux enjeux spécifiques liés à la désacralisation de l'œuvre, à la découverte du processus de création, à élargir et diversifier les publics, comme c'est le cas pour le projet Argos/Mednum. Ce dernier vise à observer les conditions du processus de création et à construire une communauté pour Argos, ainsi qu'à analyser et développer les aspects numériques pour faire évoluer la médiation culturelle dans le spectacle vivant pour Mednum.

Nous avons abordé ces nouvelles formes de participation au travers de l'analyse de trois projets pour lesquels l'utilisation des dispositifs numériques a amené les participants vers une expérience immersive. Cette expérience immersive est caractérisée pour les projets transmédia à partir de la création d'un *storytelling* qui a donné vie aux personnages sur

⁴¹¹ cf tableau entretien # 8.

⁴¹² cf tableau entretien # 7.

différents dispositifs et par la découverte des participants ayant vu le processus de création *via* un casque de réalité virtuelle en immersion en 360°.

Cependant, les nouvelles formes de participation, telles que le transmédia, semblent parfois brouiller les objectifs des projets de médiation culturelle au profit d'une démarche de communication dont le but serait une augmentation de la fréquentation. De ce fait, la création de contenus sur les réseaux sociaux a amené les participants vers une course aux *likes*, générant un sentiment de promotion de la structure pour certains et pour d'autres un déclin dans l'implication du projet.

Par exemple, le manque d'implication des participants du projet Katia Kabanovà s'explique par le fait que certains avaient eu du mal à s'investir par manque de temps, mais aussi par manque d'attachement vis-à-vis de l'œuvre et de la narration choisie. Comme nous l'avons dit, des questions se posent quant au double rôle des participants (créateur et participant) ainsi que sur les possibles dérives, ce qui a suscité de l'agacement chez certains.

En revanche, le rôle du participant en tant que créateur reste davantage valorisé par l'ensemble de participants, car il permet d'exprimer et de partager leur propre interprétation de l'œuvre ainsi que l'univers artistique *via* un dispositif numérique. Dans le chapitre suivant, nous aborderons de manière plus détaillée les notions d'appropriation et d'interprétation en lien avec les projets étudiés.

Les projets transmédiés ont pour objectif de familiariser les jeunes avec l'opéra en les impliquant dans des démarches créatives et pédagogiques. L'idée de permettre aux jeunes de construire des dispositifs et des contenus adaptés à leur propre public pourrait favoriser les échanges entre pairs. Des études sur les propositions de médiation en ligne dans les musées, comme celle réalisée par Noémie Couillard et Maylis Nouvellon, constatent que ces médiations en ligne sont très peu développées et parfois semblent délaissées par les institutions. Les autrices expliquent que cela peut être dû, d'une part, à la nécessité de les faire mettre en œuvre par un personnel spécifique, « aux compétences provenant de plusieurs domaines de travail : des compétences réelles en informatique (connaissance technique des outils), en communication (types et formes de discours pour les adolescents), en sociologie des usages d'Internet et en médiation culturelle et/ou éducation (connaissance en histoire visuelle) »⁴¹³. De plus, l'organisation des structures parfois très hiérarchisées et le manque de moyens financiers s'ajoutent également. D'autre part, Noémie Couillard et Maylis Nouvellon

⁴¹³ COUILLARD Noémie et NOUVELLON Maylis, « À la rencontre des adolescents en ligne ? L'enjeu du numérique pour la médiation culturelle », *op.cit.*, p. 46.

soulignent aussi qu'il existe une crainte de la part des institutions à s'aventurer sur des terrains incertains liés à l'utilisation des réseaux numériques.

Ces analyses font écho aux observations réalisées des projets transmédia L'Odyssée de Pénélope et Katia Kabanovà. Aujourd'hui, 98% des structures culturelles du spectacle vivant sont présentes sur les réseaux sociaux, notamment sur Facebook⁴¹⁴. Toutefois, comme nous l'avons constaté dans les projets transmédiés, les institutions culturelles ont montré un faible engagement envers les nouvelles pratiques numériques. Ce manque d'investissement se traduit par un manque de visibilité et une incompréhension des enjeux des projets de la part de personnes extérieures aux projets. En conséquence, l'accès aux contenus et la participation à la construction du récit transmédiatique ont été peu nombreux.

De même, certains facteurs doivent être pris en compte lors de la manipulation d'un dispositif numérique par le public. Tout d'abord, il est essentiel de fournir une explication préalable du contexte et de l'utilisation du dispositif. Nous avons l'exemple des livrets numériques du projet L'Odyssée de Pénélope avec l'utilisation d'une tablette, et encore le projet Argos/Mednum avec l'utilisation du casque de réalité virtuelle. La présence d'un médiateur est indispensable, d'une part, pour expliquer l'utilisation du dispositif, et d'autre part, pour guider le public dans la découverte de l'œuvre. Il est primordial que l'utilisation d'un outil numérique contribue à la rencontre entre le public et l'œuvre, et ne devienne pas un obstacle. Le dispositif doit servir de moyen facilitant l'expérience et l'interaction avec l'œuvre, plutôt que créer une barrière entre le public et celle-ci.

Aussi, les résultats des projets transmédia mettent en lumière que la participation *via* l'interaction et la création des différents dispositifs requiert que la personne s'approprie le dispositif. Le processus de recherche et de rencontre sur l'univers de l'opéra et des œuvres favorise une convergence de discours à travers des diverses plateformes et par là même une appropriation de l'œuvre. Les résultats montrent aussi que la diversification des médias permet d'aller plus loin dans la caractérisation des personnages. Ces éléments sont indispensables pour trouver du sens à l'histoire. En conséquence, il est important, pour susciter de l'intérêt, de proposer le contenu sur les supports adéquats.

Concernant le projet Argos/Mednum, nous constatons d'une part un effet plutôt positif dans l'utilisation d'un casque de réalité virtuelle comme moyen pour regarder un processus de création. Néanmoins, il est nécessaire de compléter l'expérience d'immersion par

⁴¹⁴ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *Le numérique dans les théâtres en France : État des lieux 2016*, *op.cit.*

l'accompagnement d'un médiateur, non seulement pour l'utilisation du casque, mais pour expliquer le contexte, faire un lien et créer un échange entre les personnes qui participent à ce type de médiation. Nous soulignons aussi l'importance des autres actions de médiation, comme la Pause théâtre, pour avoir d'autres éléments artistiques qui ne pourraient pas être perçus par le visionnage de captations du temps de répétitions du processus de création.

En revanche, les opinions divergent quant au moment idéal pour assister à un échange avec les artistes ou pour avoir accès au processus de création de l'œuvre. Certaines personnes profitent de dispositifs mis en place pour avoir plus d'éléments qui peuvent nourrir le sens donné à l'œuvre avant d'assister au spectacle. D'autres personnes préfèrent découvrir les éléments une fois qu'ils ont déjà vu le spectacle. En effet, que ce soit par immersion ou en présentiel, les conditions de réception de l'œuvre seront perçues à chaque fois différemment selon la personne.

De plus, les participants remarquent que le visionnage de la vidéo en immersion leur a permis de découvrir des éléments supplémentaires de l'œuvre, tels que la disposition des corps dans l'espace scénique et les aspects techniques, venant renforcer leur réflexion et leur perception du spectacle. Malgré les sensations déstabilisantes liées à l'outil, les personnes ont découvert un moyen différent d'accéder au processus de création d'une œuvre, en soulignant que c'est une modalité à laquelle elles ont très rarement accès.

Le visionnage des extraits du processus de création à partir d'un dispositif comme l'immersion 360° *via* un casque de réalité virtuelle pourrait être un outil de médiation culturelle pour permettre à d'autres personnes d'assister au processus de création, lorsque celui-ci le permet, et ainsi d'ouvrir un autre espace de découverte d'une œuvre. Cette ouverture vers un autre espace de découverte de l'œuvre contribue à démystifier le processus de création artistique, à rapprocher le public de l'œuvre. Le dispositif de médiation en immersion a suscité la curiosité des participants. Ils l'ont vu comme un complément qui pourrait enrichir leur expérience, l'appropriation à l'œuvre et créer d'autres manières de connaître le travail artistique dans tout le sens du terme. En utilisant l'immersion en 360° par le biais d'un casque de réalité virtuelle, il devient possible de créer des espaces hybrides où les frontières entre les espaces réel et virtuel se brouillent. Ceci ouvre de nouvelles perspectives quant à la manière dont le public peut interagir avec l'œuvre et la manière dont les espaces de création et de réception de l'art peuvent être transformés. Ces questions seront explorées en détail dans le prochain chapitre.

Chapitre 2

LES EFFETS DES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES DANS L'APPROPRIATION DE L'ŒUVRE

2.1 Introduction

Les études de sociologie de la réception préfèrent aujourd'hui parler d'*horizon d'attente* plutôt que de réception. Cette expression, de Hans-Robert Jauss, historien de la littérature allemande et auteur du livre *Esthétique de la réception*⁴¹⁵, semble en effet plus propre à décrire les effets de la réception des œuvres. L'hypothèse principale de Hans-Robert Jauss est que l'histoire de la littérature est avant tout un processus de réception. Selon lui,

« l'analyse de l'expérience littéraire du lecteur échappera au psychologisme dont elle est menacée si, pour décrire la réception de l'œuvre et l'effet produit par celle-ci, elle reconstitue l'horizon d'attente de son premier public, c'est-à-dire le système de références objectivement formulable qui, pour chaque œuvre au moment de l'histoire où elle apparaît, résulte de trois facteurs principaux : l'expérience préalable que le public a du genre dont elle relève, la forme et la thématique d'œuvres antérieures dont elle présuppose la connaissance, et l'opposition entre langage poétique et langage pratique, monde imaginaire et réalité quotidienne. »⁴¹⁶

Pour l'auteur, le concept d'*horizon d'attente* permet une approche renouvelée de l'expérience esthétique qui constitue une perception particulière d'une œuvre ; il permet de redonner au lecteur un rôle actif dans le processus de réception. Ce processus permet de replacer l'œuvre dans un contexte spécifique en attribuant différents registres. Parmi ceux-ci, la rencontre entre

⁴¹⁵ JAUSS Hans-Robert, *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard, 1990.

⁴¹⁶ *Ibid.*, p. 49.

le lecteur et l'œuvre qui est à la fois singulière et originale. De plus, l'œuvre est influencée par les attentes et références culturelles du public de l'époque où elle a été créée. L'analyse doit donc considérer ces aspects pour rendre l'expérience littéraire collective et partageable.

Comme en témoigne Jean-Claude Passeron, chaque individu porte en lui plusieurs horizons d'attente :

« Si l'on scrute de plus près la réception d'une même œuvre par un spectateur ou un lecteur unique, on constate presque toujours dans la communication artistique la scissiparité de ce récepteur individuel en plusieurs publics qu'il superpose, alterne ou combine différemment par la permutation incessante de ses "horizons d'attente". Chez un même récepteur, il y a place à la fois – et souvent simultanément – pour les écoutes et les regards au "premier" ou au "second degré", pour les attentes ascétiques de connaissance comme pour la recherche d'extase (mentale ou corporelle), pour le travail studieux de se former comme spectateur compétent d'un art "de haute légitimité" comme pour la pulsion (intermittente ou continue) de subversion des règles du jeu; pour le plaisir d'une délectation ou d'un recueillement privés comme pour le désir de participation fusionnelle à une cérémonie, etc. »⁴¹⁷

Là où Hans-Robert Jauss évoque, entre autres, l'expérience préalable que le public a du genre auquel l'œuvre appartient, Jean-Pierre Esquenazi, lui, explique que la façon d'interpréter une œuvre dépend notamment de la « relation que l'œuvre entretient avec un collectif humain donné »⁴¹⁸. Dans son livre *Sociologie des œuvres*, l'auteur analyse le concept d'œuvre en s'intéressant à l'œuvre en tant que processus : celle-ci serait affectée par la diversité des situations ou des milieux dont sont issus les spectateurs. Son statut, sa forme, son sens et sa fonction seraient ainsi fluctuants, instables. À chaque nouvelle rencontre avec les publics, le sens de l'œuvre se renouvellerait en jouant pour chacun de ces publics un rôle propre selon leur situation historique et sociale. « L'identification contenue dans la déclaration d'une œuvre représente finalement une mise en contexte de l'œuvre ; parfois savante, parfois imaginée, éventuellement fantaisiste ou fragmentaire, elle prépare de toute façon à la présentation puis à l'interprétation de l'œuvre. »⁴¹⁹

La rencontre entre l'œuvre et le public conduit à l'élaboration d'un sens, où « l'œuvre est un processus symbolique produit au sein d'une institution culturelle selon les règles d'un modèle

⁴¹⁷ PASSERON Jean-Claude, « Consommation et réception de la culture. La démocratisation des publics », *Le(s) public(s) de la culture. Politiques publiques et équipements culturels*, in Olivier Donnat (dir.), Paris, Presses de Sciences Po, « Académique », 2003, p. 372.

⁴¹⁸ ESQUENAZI Jean-Pierre, *Sociologie des œuvres, de la production à l'interprétation*, Paris, Armand Colin, 2007, p. 6.

⁴¹⁹ *Ibid.*, p. 72.

énonciatif spécifique, puis interprété ou réinterprété au sein de communautés interprétatives à travers des reconstitutions de son énonciation ». ⁴²⁰

Pour Laurent Fleury également, la sociologie de la réception se fonde sur l'idée que « les choses n'ont de valeur que celle qu'on leur accorde : cela signifie qu'une œuvre n'existerait pas en elle-même, mais qu'elle serait l'objet de multiples interprétations » ⁴²¹. Comprendre le sens des œuvres suppose de s'intéresser au cheminement des significations qu'elles prennent « au sein de communautés interprétatives » ⁴²², plutôt qu'à l'étude de leur production.

Dès lors, il s'agit de comprendre, à partir des *horizons d'attente* des participants, comment ces publics s'emparent des œuvres à travers les médiations culturelles numériques proposées pour créer un tout qui soit cohérent et qui les enrichisse en affectant à la fois leurs goûts et leurs pensées. Antoine Hennion invite à ne pas séparer les objets (les œuvres, mais aussi les dispositifs mis à disposition) des sujets. Pour comprendre ce qu'est l'engagement, il faudrait considérer l'investissement symbolique que les individus proportionnent aux objets, d'une manière ou d'une autre, à partir des expériences et du goût qui n'est pas quelque chose de préexistant, mais plutôt le résultat d'un processus actif et subjectif.

C'est à partir de ce travail d'attachement des objets que « leur contenu se révèle peu à peu, leur sens propre se spécifie précisément à travers les explorations, les épreuves, les expériences réalisées par les amateurs. Le goût est produit, il n'est pas donné, il est "tentative", comme disent les Anglais, il est "à faire" à partir de ce qui se passe, il n'est pas le constat d'une réalité externe ». ⁴²³

Nous nous sommes saisis de ces propositions des sciences humaines pour construire l'hypothèse suivante : les nouveaux rapports au numérique et à la création des contenus numériques génèrent une nouvelle interprétation de l'œuvre qui favorise son appropriation, notamment grâce à l'aspect intuitif que procure le numérique. Afin de répondre à cette hypothèse, nous aborderons la question de l'appropriation à partir de ce processus d'interprétation : en effet, l'appropriation ne pourrait se faire en un seul temps mais serait le fruit d'un processus d'interprétation lié à la formation du goût, lequel suppose un long travail ; c'est à partir des expériences et des actions de médiation que le processus peut déclencher une

⁴²⁰ *Ibid.*, p. 87.

⁴²¹ FLEURY Laurent, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, *op.cit.*, p. 106.

⁴²² *Idem.*, p. 106.

⁴²³ HENNION Antoine, « 14. Ce que ne disent pas les chiffres... Vers une pragmatique du goût », in Olivier Donnat (dir.), *Le(s) public(s) de la culture, Politiques publiques et équipements culturels*, Paris, Presses de Sciences Po, 2003, p. 293.

formation ou une autoformation⁴²⁴. Certaines actions de médiation par exemple introduisent le public à une œuvre en sollicitant tous les sens pour éveiller une autre façon de se rapprocher de l'art plutôt que de donner des explications tacites de l'œuvre.

Il est important de considérer dans notre analyse l'effet attribué au numérique dans la relation aux publics et spécialement au Web 2.0, par son aspect collaboratif et intuitif. La participation n'est pas une notion nouvelle que les structures culturelles auraient découverte par le biais du numérique. Depuis 1970, les acteurs de la culture ont voulu penser le développement des territoires grâce à l'action culturelle et la participation des habitants. Ils ont voulu allier développement individuel et développement collectif au sein d'une action commune, comme la création d'une performance collective, d'une pièce de théâtre ou d'une exposition pour que les citoyens s'approprient ensemble la culture. La médiation culturelle est une approche qui vise à créer des liens entre les individus ou les groupes avec la culture, en favorisant l'inclusion sociale, la participation citoyenne et le dialogue autour des objets culturels. Elle s'appuie sur des actions concrètes et utilise les lieux culturels comme des leviers pour promouvoir ces objectifs. Il est essentiel de reconnaître que ce développement doit permettre aux individus d'exprimer leur propre compréhension de la culture. C'est en ce sens que Serge Chaumier propose d'approcher le processus de participation en identifiant d'une part l'expression de soi et d'autre part le processus d'appropriation. L'usage du numérique pourrait accompagner le développement de nouvelles médiations culturelles enrichies par la nouveauté de ces approches. « Si les réseaux sociaux permettent de partager et de désigner ce qui intéresse, créant ce faisant des cercles de connaisseurs et d'amateurs, cela peut aussi servir à aller plus loin dans les processus participatifs. »⁴²⁵

Dans ce chapitre, nous aborderons dans un premier temps l'analyse de l'appropriation de l'œuvre à partir des projets de transmédia et du projet Argos/Mednum. Nous examinerons comment ces projets ont permis aux participants de s'approprier l'œuvre de manière interactive et immersive. De plus, ces trois projets partagent un point commun : les participants ont assisté à l'une de représentation, que ce soit avant ou après avoir utilisé l'un des dispositifs. Cette rencontre avec l'œuvre dans sa forme originale a enrichi leur perception et, lors de leur interaction avec les dispositifs technologiques, leur compréhension ultérieure. Nous analyserons l'effet de cette rencontre sur l'expérience globale d'appropriation de l'œuvre. Dans un deuxième temps, nous analyserons l'appropriation de l'œuvre à travers les nouveaux

⁴²⁴ ABOUDRAR Bruno Nassim et MAIRESSE François, *La médiation culturelle, Que sais-je?*, op.cit., p. 42.

⁴²⁵ CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La médiation culturelle*, op.cit., p. 157.

espaces numériques créés par l'utilisation d'un dispositif numérique. Nous analyserons les avantages et les limites de ces espaces numériques dans le processus d'appropriation de l'œuvre, ainsi que leur impact sur l'interprétation des participants.

2.2 De l'interprétation à l'appropriation de l'œuvre *via* un dispositif numérique

Les résultats obtenus montrent que le fait de participer à la création de contenus numériques d'une œuvre amène les participants à créer leur propre interprétation d'un univers. C'est le cas des participants des projets transmédia, par exemple. La narration est un point clé pour développer un projet de médiation. Les dispositifs numériques créés racontent des histoires et mettent en scène des personnages. Un lien a été créé entre les participants et l'œuvre à partir de la création et du développement des différents outils numériques. Le projet Argos/Mednum, lui, a proposé, à partir de l'immersion en 360° *via* un casque de réalité virtuelle, la découverte de la fabrique du théâtre. L'expérience a permis aux participants d'avoir différents éléments artistiques à partir de dispositifs en présentiel et en immersion qui viennent nourrir également l'interprétation de l'œuvre. C'est une fois le travail d'interprétation effectué, que peut se faire le travail d'appropriation.

Les projets étudiés nous permettent d'identifier trois expériences vécues par les participants : une première expérience *esthétique* en se confrontant à une œuvre par le biais de la mise en scène ; une expérience *artistique* en s'impliquant dans la création de formes, de langages, d'outils ; et une expérience *réflexive* en se distanciant et en analysant les œuvres, en comprenant la pluralité des lectures possibles et le processus de création de la mise en scène.

Ces trois expériences font partie du travail qu'entreprend le public lorsqu'il se confronte à une œuvre d'art. Le travail d'interprétation de l'œuvre amène la personne vers l'appropriation. Le terme d'interprétation, telle qu'il est présenté par Nathalie Heinich dans l'ouvrage *Sociologie de l'art*⁴²⁶, désigne la *signification* accordée à une œuvre par les publics⁴²⁷. Elle rappelle qu'avant tout acte d'interprétation, il y a une disposition du regard pour trouver quelque chose qui est caché dans l'œuvre, c'est ce qu'elle appelle *une mise en énigme* qui permettra ensuite de lui trouver un sens. Pour l'autrice, « Trouver un sens : autrement dit non seulement

⁴²⁶ HEINICH Nathalie, *La sociologie de l'art*, Paris, La Découverte, 2004, p 29.

⁴²⁷ *Ibid.*, p. 17.

découvrir quel est son sens, mais aussi et avant tout, trouver qu'il y a du sens, plutôt que rien. "Je trouve que cette œuvre a du sens" : c'est là le postulat premier qui rend possible toute interprétation avant même d'engager l'activité interprétative. »⁴²⁸ L'autrice centre sa réflexion sur trois modalités possibles assumées par l'interprétation d'une œuvre d'art. Ces modalités seraient attribuées aux trois fonctions qui sont : intellectualisation (intellectualiser le rapport à l'œuvre), valorisation (valeur artistique de l'œuvre) et justification (destinée à convaincre et à donner une valeur par la justification). Ces trois fonctions permettent d'organiser notre réflexion autour du sens que les personnes donnent à l'œuvre et d'analyser l'effet que peut avoir un outil numérique sur le cadre d'interprétation.

Ces fonctions interprétatives pourraient faire l'objet de ce que Jean-Pierre Esquenazi appelle un « cadre d'interprétation où un public peut aisément construire sa "réponse" à l'objet, c'est-à-dire son interprétation »⁴²⁹. Ce travail d'interprétation sera impacté par les conditions dans lesquelles l'œuvre rencontre le public, autrement dit l'interprétation est renouvelée et appréciée différemment à chaque fois, en fonction des analyses sémiotiques (c'est-à-dire tous les éléments visuels, sonores, gestuels, et textuels qui composent une représentation théâtrale) réalisées par les publics.

Dans son ouvrage *Sociologie des publics*, Jean-Pierre Esquenazi développe une approche générale du cadre d'interprétation qui est nécessaire pour comprendre les conditions dans lesquelles le public est confronté à un objet et peut s'en approprier le sens :

- « Un cadre d'interprétation apparaît quand un objet symbolique est proposé à un des publics.
- Les diffuseurs (les médiateurs) de l'objet y proposent une définition qui implique un mode de lecture proposé.
- Les communautés d'interprétation se déterminent à l'intérieur du cadre par leur choix d'une définition et d'un mode de lecture, qui peuvent ou non être identiques à ceux proposés par les diffuseurs.
- Des interprétations sont construites, résultant des analyses sémiotiques de l'objet suivant la méthode choisie. »⁴³⁰

Inspirés par les fonctions et cadres interprétatifs ainsi décrits, nous avons identifié pour ce travail de recherche trois fonctions interprétatives qui pourraient selon nous permettre de

⁴²⁸ HEINICH Nathalie, « Ce que fait l'interprétation. Trois fonctions de l'activité interprétative », *Sociologie de l'Art*, vol.13, (OPuS 13), n° 3, 2008, p. 19.

⁴²⁹ ESQUENAZI Jean-Pierre, *Sociologie des publics*, *op.cit.*, p. 111.

⁴³⁰ *Ibid.*, p. 112.

développer un cadre interprétatif spécifique pour mieux comprendre, à partir des résultats des enquêtes et des entretiens, comment l'interprétation amène à une appropriation ou non de l'œuvre au travers d'un dispositif de médiation culturelle numérique.

Nous avons nommé la première fonction : *l'interprétation de l'univers artistique*. Cette interprétation est liée aux perceptions et expériences précédentes que la personne peut avoir : univers artistique, connaissance de l'artiste, pratique artistique, etc. Celles-ci sont nourries par les actions culturelles mises en place dans les différents projets.

Ici, nous faisons référence aux actions culturelles proposées par les personnes encadrant les projets transmédia et destinées à faciliter la rencontre entre l'œuvre et les participants. Ces actions comprennent la documentation et la recherche sur les œuvres telles que *Le retour d'Ulysse dans sa patrie* de Monteverdi et *Katja Kabanovà* de Leoš Janáček, ainsi que sur l'univers de l'opéra en général et les thématiques abordées dans ces œuvres. De plus, elles impliquent des rencontres avec le metteur en scène, les équipes artistiques et administratives, ainsi que des visites de structures telles que le Théâtre des Champs Élysée et l'Opéra de Rennes.

Du côté du projet Argos/Mednum, la plupart des participants avaient déjà une relation avec l'œuvre *Rothko Untitled #2*, les artistes Claire-Ingrid Cottanceau et Olivier Mellano ou avec l'univers artistique de Rothko. Toutefois, des actions culturelles, comme la Pause théâtre, ont été proposées afin de faire découvrir d'autres éléments propres au processus de création de l'œuvre.

La deuxième fonction, nous l'avons nommée la *ré-interprétation de l'œuvre*. Cette fonction est définie par l'imaginaire des participants qui, après avoir été dotés de nouvelles clés de lecture, effectuent une nouvelle interprétation de l'œuvre. L'interprétation de l'œuvre est nourrie par les actions culturelles proposées, mais aussi par leurs propres réflexions, leurs échanges et leurs découvertes tout au long du projet. Grâce à cette ré-interprétation, les participants sont en mesure d'approfondir leur compréhension de l'œuvre et de développer leur propre vision et leur interprétation personnelle. Ils peuvent exprimer leur créativité, leur sensibilité et leur subjectivité, en faisant dialoguer leur expérience préalable avec les nouvelles connaissances acquises.

Nous avons nommé la troisième fonction : la *contextualisation de l'œuvre*, contextualisation produite à partir du sens donné à l'œuvre par l'expérience vécue, la connaissance des œuvres d'opéra ou de la peinture, le travail des artistes, les sensations et l'imaginaire. Enfin, le fait

d'assister au spectacle a permis aux participants de confronter le sens donné à l'œuvre et à l'image qu'ils se sont faite de la mise en scène, que ce soit avant ou après l'utilisation des dispositifs numériques.

Ces trois fonctions nous permettent d'identifier quelles sont les conditions propices à la construction du sens dans une œuvre. Nous pouvons également constater que l'interprétation de l'œuvre est nourrie par la combinaison de différents dispositifs de médiation (numériques et physiques - rencontres, échanges, découverte du lieu). Cette combinaison de dispositifs enrichit le processus d'appropriation en fournissant de nouveaux éléments qui permettent l'élaboration de l'interprétation de l'œuvre. Comme le soulignent Serge Chaumier et François Mairesse :

« La médiation culturelle nécessite un ensemble d'outils, de techniques, de démarches, de méthodologies. Ces moyens sont au service de la confrontation, du dévoilement à soi-même. Un dévoilement qui passe par l'art ou par des ressources qui nous permettent de nous confronter à l'art, de l'approcher, de le comprendre, de le saisir, d'en percevoir le sens, d'en attribuer un nouveau qui devient le nôtre au travers d'un cheminement et d'un processus d'appropriation, de redéploiement dans nos propres vies et de constructions de nos personnalités. »⁴³¹

L'appropriation de l'œuvre dans les projets observés

Comme nous venons de le développer, la recherche du sens dans l'interprétation est un processus qui amène vers une appropriation. Pour Fabien Dumais, l'interprétation serait le premier levier pour les spectateurs pour parvenir à une appropriation de l'œuvre :

« Le terme appropriation s'avère sans doute adéquat pour décrire l'effort d'interprétation du spectateur, car l'appropriation met l'accent sur la responsabilité du spectateur, ses propres interprétations ayant des effets culturels qu'il doit prendre en compte. Son ouverture à l'expérience est relative aux degrés de sensibilité – une sensibilité contrôlée – qu'il a développés ainsi qu'à ses capacités imaginatives qu'il utilise pour produire des hypothèses originales et pertinentes pour la description de l'objet culturel »⁴³².

L'appropriation est donc au cœur de l'interprétation grâce à une relation à soi dans l'acte même d'interpréter. L'acte d'interpréter agit en fonction de l'imagination, de l'esprit critique, des habitudes et des conceptions culturelles établies des publics.⁴³³

⁴³¹ CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation culturelle, op.cit.*, p. 52.

⁴³² DUMAIS Fabien, *L'appropriation d'un objet culturel : une réactualisation des théories de C.S. Peirce à propos de l'interprétation*, Québec, Les Presses de l'Université du Québec, 2009, p.33.

⁴³³ *Idem*, p.33.

Selon les recherches en psychologie sociale de l'environnement faites par Gustave Nicolas Fischer, citées dans les études de marketing expérientiel réalisées par Antonella Carù et Bernard Cova, l'appropriation d'un espace se définit comme « un processus psychologique fondamental d'action et d'intervention sur un espace pour le transformer et le personnaliser ; ce système d'emprise sur les lieux englobe les formes et les types d'intervention sur l'espace qui se traduisent en relations de possession et d'attachement »⁴³⁴.

« Le fait de faire sien quelque chose, et plus particulièrement l'appropriation de l'espace, apparaît comme la construction et la délimitation d'un chez-soi »⁴³⁵. On reconnaît ainsi l'importance du lien entre l'objet et l'individu pour créer et construire une relation qui amène à une appropriation. Une multitude d'actions de médiations s'interposent entre l'objet et l'individu. Il s'agit alors de comprendre comment les participants des différents projets s'emparent des objets numériques proposés pour développer leur propre interprétation, ce qu'Antoine Hennion nomme *un attachement* entre l'objet et le sujet.

Antonella Carù et Bernard Cova ont identifié dans leurs travaux sur l'immersion du consommateur dans l'expérience trois types de pratiques d'appropriation : « la nidification, le marquage et l'exploration de l'espace »⁴³⁶.

Chaque pratique est définie ainsi :

« • Nidification : l'individu se sent chez-soi en isolant une partie de l'expérience à laquelle il est confronté, partie qui lui est déjà familière par son expérience accumulée (et dans laquelle il s'installe). Il fait ainsi l'exercice fréquent de la stabilité et du contrôle de l'expérience par les compétences qu'il a développées et se donne une image positive de soi susceptible de lui permettre de se laisser aller par la suite.

• Exploration : l'individu va, à partir de son nid ainsi créé, tenter des explorations, repérer de nouveaux produits ou activités, pour développer ses points d'ancrage et de contrôle (balises). Il développe sa connaissance du contexte de l'expérience auquel il est confronté et il étend progressivement son territoire ;

• Marquage : l'individu va imprimer un sens particulier à l'expérience ou à une partie de l'expérience. Ce sens ne sera pas le sens général donné à l'expérience, mais le sien, construit à

⁴³⁴ CARÙ Antonella et COVA Bernard, « Expériences de consommation et marketing expérientiel », *Revue française de gestion*, vol. 162, n° 3, 2006, p. 91.

⁴³⁵ CARÙ Antonella et COVA Bernard, « Approche empirique de l'immersion dans l'expérience de consommation: les opérations d'appropriation », *op.cit.*, p. 50.

⁴³⁶ *Ibid.*, p. 49-50.

partir de ses référents, de son histoire personnelle... Ici, l'individu fait usage de sa créativité pour jouer subjectivement avec le contexte de l'expérience et y inscrire du sens. »⁴³⁷

Selon les chercheurs, ces étapes d'appropriation se produisent tout au long de l'expérience vécue, les trois opérations sont confirmées par leurs observations. Cependant, ils remarquent que l'on peut trouver que l'ordre est très variable selon les cas, les trois étapes d'appropriation pouvant se répéter au cours d'un même processus : « de la nidification, on peut passer directement au marquage, comme on peut revenir à la nidification tout de suite après une opération d'exploration en sautant le marquage. »⁴³⁸. Suite à ces opérations, la personne est en capacité de s'approprier plus profondément l'espace, ce qui lui permet de créer ce que les auteurs appellent sa signature, son inscription personnelle. Elle a alors accès à l'expérience. Le modèle d'appropriation permet de comprendre les différentes étapes que traversent les personnes dans une expérience de médiation culturelle numérique, pour construire le sens qui les amène à l'appropriation de l'œuvre.

Le concept d'immersion est défini ainsi :

« Tel qu'il est utilisé en marketing expérientiel : c'est un moment fort vécu par le consommateur et résultant d'un processus partiel ou complet d'appropriation de sa part. L'expérience de consommation est constituée d'une succession de ces moments forts entrecoupée de nombreux moments vécus beaucoup moins intensément. Ce n'est donc pas toujours un plongeon unique, instantané et total du consommateur. »⁴³⁹

Si l'on se saisit de ce concept que nous trouvons intéressant pour notre propre analyse de recherche, nous avons pu identifier des moments d'*immersion* durant les projets étudiés.

Ces moments d'immersion peuvent être accompagnés de différentes expériences vécues liées à l'artistique, l'esthétique ou le réflexif. Dans le cas des projets de transmédia, la création de personnages, la mise en place de dispositifs et la présence aux représentations ont offert aux participants des moments d'immersion suivis de l'interprétation de l'œuvre pour enfin aboutir au processus d'appropriation. Les participants aux projets Argos/Mednum ont vécu eux aussi une succession de moments d'immersion suite aux différents dispositifs expérimentés - vidéo en immersion 360°, Pause théâtre - et présence lors du spectacle.

⁴³⁷ *Ibid.*, p. 50.

⁴³⁸ *Ibid.*, p. 56.

⁴³⁹ *Ibid.*, p. 60- 61.

Ainsi, l'analyse de l'expérience et du ressenti des participants s'avère importante pour nous aider à identifier ce processus préalable à l'appropriation de l'œuvre. Dans le cas des projets transmédia, les dispositifs numériques ont cherché, à travers la participation et la création de contenus, à créer une façon différente d'approcher l'œuvre qui permette aux personnes de l'interpréter en utilisant des outils et des codes numériques (vidéo, *GIF*, VR, *hashtag* entre autres). Cette expérience leur a donné l'opportunité d'élaborer une nouvelle interprétation de l'œuvre en imaginant la vie de personnages via les récits (blog, post sur les réseaux sociaux), en les interprétant (vidéos sur les réseaux sociaux), dans les différents contenus numériques. À partir des entretiens et des questionnaires, nous pouvons ainsi identifier certains critères liés à l'appropriation de l'œuvre : engagement émotionnel avec les différents personnages et avec l'histoire en elle-même, compréhension du contenu, opportunité de s'exprimer en s'appuyant sur un personnage fictif, capacité à imaginer ou à créer une autre lecture de l'œuvre et connaissance préalable de l'œuvre.

L'analyse permet de mettre en évidence une diversité d'étapes d'immersion vécues par les participants ; comme les auteurs Antonella Carù et Bernard Cova le soulignent, ces étapes peuvent ne pas être linéaires mais au contraire s'entremêler, se dérouler ou se reproduire au gré des situations rencontrées. Nous avons observé que toutes ces étapes, résultant de l'expérience et des compétences acquises par les participants dans la construction des dispositifs et des contenus, ont permis la création de nouveaux points d'ancrage liés à la compréhension de l'œuvre, comme la nidification :

« Participer au projet m'a permis de mieux comprendre la pièce particulièrement la musique et de mieux l'apprécier. »⁴⁴⁰

« J'ai beaucoup aimé me replonger dans cet univers que j'affectionne tout particulièrement [...] J'ai beaucoup apprécié le fait de transposer l'opéra dans notre contexte actuel. J'ai vraiment aimé, merci pour ce moment. »⁴⁴¹

Nous pouvons également qualifier de marquage le processus d'investissement dans la création de contenus. Durant ce processus, les participants ont fait preuve de créativité en utilisant leur imagination et leur expérience pour donner à l'œuvre une nouvelle signification qui leur est propre et qui s'est construite à partir de leurs références mais aussi de leurs vécus durant le déroulement du projet. De plus, nous remarquons que l'objet numérique lui-même

⁴⁴⁰ Participante #9, 21 ans - projet transmédia l'Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

⁴⁴¹ Participante #10, 19 ans - projet transmédia L'Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

participe également à une ré-interprétation de l'œuvre en rendant la narration intéressante par son aspect créatif et immersif :

« En trouvant un format, celui des Boloss [chaîne sur YouTube - projet Katia Kabanovà], et proposer un travail de création m'a beaucoup plus intéressé et à partir de là, je me suis vraiment senti impliqué. C'était une très belle aventure que de découvrir l'opéra. »⁴⁴²

« Pour notre projet, nous nous sommes énormément intéressés aux personnages, à leurs caractères et leurs caractéristiques. L'immersion fut totale dès le début puis cela nous a permis d'en faire notre propre interprétation par la suite. »⁴⁴³

« Sensible à l'univers de la danse et du théâtre et ayant un intérêt pour le monde du spectacle, je connaissais le monde de l'opéra mais de loin. [...] J'ai trouvé très intéressant l'étude poussée que nous avons eu à faire des différents personnages. Que ce soient leurs personnalités, leurs caractères, leurs tourments. Cela m'a permis de m'immerger totalement dans le récit de leurs aventures et de mieux comprendre les enjeux de la pièce. »⁴⁴⁴

L'accompagnement ou les différentes façons d'approcher l'œuvre peuvent aussi contribuer à la construction et à l'élaboration de son interprétation. Ainsi, la pratique par l'exploration, pour reprendre les mots d'Antonella Carù et Bernard Cova, proposés dans les projets transmédia ou au premier groupe de spectateurs du projet Argos/Mednum a apporté aux participants des éléments des œuvres que leur ont permis d'approfondir leur perception de :

- l'univers de l'opéra, du théâtre ou de la peinture :

« Je ne connaissais pas l'opéra, mais vaguement l'œuvre d'Homère. Je n'avais pas tellement d'avis dessus avant Cela m'a permis de me sentir plus proche de l'œuvre. »⁴⁴⁵

« ce que j'avais vu du travail technique etc (rire) c'est tout à fait autre chose. C'est une magie (rire) on se rend pas compte que derrière la magie il y a toute cette technique, les répétitions (avec un sourire), c'est une magie oui (rire). »⁴⁴⁶

- voir les point de vues des artistes :

« D'une part, les chanteurs, qui connaissaient déjà leur partition, puisqu'elle a été préparée dès 2017 - c'est ce que j'ai compris ce matin [lors de la participation en présentiel du processus de création] - apportent un nouveau matériel qui venait compléter ce que je n'avais jusqu'à présent vu avec la caméra immersive »⁴⁴⁷

⁴⁴² Participant #5, 20 ans - projet transmédia Katia Kabanovà, (Annexe 3).

⁴⁴³ Participante #11, 24 ans - projet transmédia L'Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

⁴⁴⁴ Participante #12, 23 ans - projet transmédia L'Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

⁴⁴⁵ Participant #3, 19 ans - projet Transmédia L'Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

⁴⁴⁶ cf tableau entretien # 3.

⁴⁴⁷ Participant projet Argos/Mednum - tableau entretien #1.

- faire un parallèle avec leur imaginaire et leur interprétation :

« C'était intéressant d'aller voir le spectacle, à l'Opéra, après avoir approché l'histoire de différentes manières, visiter l'Opéra, rencontrer des gens qui y travaillent : cela donne de la matière à ce que l'on voit sur scène. On imagine tout ce qu'il se passe sur les côtés de la scène, sous la scène, tout ce qui se dit dans les casques, l'urgence ... »⁴⁴⁸

« Cela nous a appris à faire le parallèle entre la vie de Pénélope et notre vie actuelle. »⁴⁴⁹

Cette approche a facilité la création d'un lien avec l'œuvre à partir de l'interprétation de contextualisation.

Certains retours nous ont cependant permis de constater que l'outil numérique ne se suffit pas à lui-même dans la construction de l'interprétation d'une œuvre et que les participants peuvent ne pas se reconnaître dans le projet qui leur est présenté :

« Je ne suis pas sûr que mon apport ait été en lien avec un projet transmédia, puisque je ne me suis pas occupé de la diffusion de notre production, et tant mieux, je n'ai aucun attrait pour ce domaine. »⁴⁵⁰

« Participer à un projet de ce type était intéressant mais malheureusement les différents projets ne se croisaient pas, je n'ai donc eu l'impression de participer à un projet transmédia. »⁴⁵¹

Néanmoins la participation continue d'être valorisée pour son aspect collaboratif et créatif :

« [...] En revanche, collaborer pour créer quelque chose ensemble m'a beaucoup plu, ça a rendu la chose très dynamique et a allégé la charge. Je suis très content d'avoir pu voir le spectacle, c'était très enrichissant. »⁴⁵²

« Cette collaboration a été intéressante dans le sens où nous avons pu travailler sur quelque chose qui nous était inconnu et qui dépassait parfois notre niveau de compétence. Cela nous a permis de nous dépasser. Le fait de participer à la représentation était très enrichissant. Collaborer avec le théâtre pour ce projet est un premier pas vers la modernisation de ce milieu. »⁴⁵³

« Pour ma part je n'avais pas eu l'occasion jusqu'alors de collaborer avec de réelles structures culturelles et j'ai beaucoup apprécié les différents échanges que nous avons pu avoir avec l'équipe du

⁴⁴⁸ Participante #4, 20 ans - projet transmédia Katia Kabanovà, (Annexe 3).

⁴⁴⁹ Participant #6, 21 ans - projet transmédia L'Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

⁴⁵⁰ Participant #5, 20 ans - projet transmédia Katia Kabanovà, (Annexe 3).

⁴⁵¹ Participant #13, 24 ans - projet transmédia L'Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

⁴⁵² Participant #5, 20 ans - projet transmédia Katia Kabanovà, (Annexe 3).

⁴⁵³ Participant #14, 22 ans - projet transmédia L'Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

TCE. Les retours pertinents et enrichissant des intervenants nous ont permis d’aboutir à des projets riches, variés et complets. »⁴⁵⁴

Comprendre les éléments de réception tels que les horizons d’attente, l’interprétation, l’appropriation ou l’attachement semblent importants, puisqu’ils se révèlent susceptibles d’aider à la conception de projets de médiation culturelle numérique.

« J’ai trouvé fort sympathique cette immersion *via* le projet [L’Odyssée de Pénélope] dans cet univers qui m’intéresse. »⁴⁵⁵

« L’immersion se fait progressivement, par la discussion, les recherches et les visites au Théâtre des CE [Champs-Élysées]. »⁴⁵⁶

Les différents *verbatim* recueillis à partir des entretiens et des questionnaires nous permettent d’observer que l’aspect collaboratif, la créativité, la connaissance d’un nouvel univers artistique, le lieu ainsi que les échanges sont valorisés par les participants. Ces différents éléments sont propices à l’immersion dans le projet et à la création d’un attachement à l’œuvre. Ils peuvent faciliter l’implication des publics dans les projets qui leur sont proposés. Toutefois, il faut noter que l’engagement des participants dépendra entre autres de l’attachement à l’œuvre, de la connaissance du sujet de l’œuvre, de l’auteur, et de l’imagination. Par exemple, concernant les projets transmédia, le développement de la narration transmédia favorise l’appropriation en permettant aux personnes de s’approprier imaginativement ou réellement les objets ou l’espace⁴⁵⁷. L’immersion (immédiate ou progressive) serait portée par l’expérience artistique et esthétique vécue. C’est ce que l’on appelle un transport narratif qui « se produit chaque fois que le consommateur éprouve le sentiment d’entrer mentalement dans un monde évoqué par le récit, en raison de l’empathie pour les personnages de l’histoire et le développement de son imagination par rapport à l’intrigue de l’histoire ». ⁴⁵⁸ Les chercheuses Christine Petr, Dominique Bourgeon-Renault, Maud Derbaix et Élodie Jarrier ont mené une étude auprès de participants du projet transmédia L’Odyssée de Pénélope, afin de mesurer le transport narratif appliqué à un

⁴⁵⁴ Participante #12, 23 ans - projet transmédia L’Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

⁴⁵⁵ Participant #7, 26 ans - projet transmédia L’Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

⁴⁵⁶ Participante #8, 23 ans - projet Transmédia L’Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

⁴⁵⁷ PETR Christine, BOURGEON-RENAULT Dominique, DERBAIX Maud et JARRIER Élodie, « Le transport narratif au cœur de l’expérience d’un dispositif transmédia », *33ème Congrès international de l’Association Française de Marketing*, Tours, France, 2017, p 6.

⁴⁵⁸ BOURGEON-RENAULT Dominique, DERBAIX Maud, JARRIER Élodie et PETR Christine, « Transport narratif, expérience de consommation et intentions à l’égard d’un dispositif transmédia », *Arts, Cultural and Creative Industries Symposium Turin 2016*, Turin, Italie, 2016, p. 2.

dispositif numérique d'une expérience transmédia. L'étude a également été proposée aux abonnés ayant assisté aux représentations du spectacle *Le retour d'Ulysse dans sa patrie*. Les chercheuses ont conclu que la narration joue, en effet, un rôle majeur dans le récit et repose sur d'autres facteurs comme l'imaginaire, l'empathie envers les personnages, la perte du sens de la réalité et de la notion de temps. Les participants ont exprimé leur désir de poursuivre leur découverte de l'univers de l'opéra. Néanmoins, l'étude pointe certaines limites, notamment la nécessité de mettre en place une deuxième collecte de données qui puisse permettre d'affirmer ou infirmer l'engagement dans l'univers narratif, l'œuvre et la structure. Nous rencontrons cette même limite dans les deux projets transmédia étudiés. En effet, il aurait été souhaitable de recontacter les participants ultérieurement pour valider ou invalider leur engagement vis-à-vis de la structure ou de l'univers de l'opéra.

Pour le projet d'immersion en 360°, si seul un groupe (premier groupe de spectateurs Argos/Mednum) a participé à l'observation du processus de création en présentiel et avec un casque en VR, les retours des différents groupes indiquent que le dispositif suscite une attente particulière liée à l'expérience d'immersion. Les aspects visuels et sonores, les mouvements en 360°, voir les artistes en répétition plutôt que de simplement assister à des échanges entre les artistes et l'équipe technique, sont autant d'éléments qui sont expérimentés avec un casque de réalité virtuelle. Notons que les projets étudiés donnent des pistes de réflexion quant à l'adaptation des contenus, à l'organisation, la durée et le type de dispositif à utiliser. Ces ajustements sont importants pour susciter l'intérêt des publics et favoriser une appropriation de l'œuvre à travers l'utilisation d'outils numériques.

Il est vrai que les dispositifs numériques apportent une nouveauté dans la découverte d'une œuvre. Le numérique est souvent associé à l'idée d'intuitivité, c'est-à-dire qu'il est supposé être facile à utiliser et favoriser de nouvelles formes d'échanges. Cependant, Camille Jutant attire l'attention sur l'imaginaire qui accompagne cette idée préconçue du « numérique » lorsqu'elle fait référence aux dispositifs numériques en contexte muséal. Elle suggère que qualifier un outil d'« intuitif » peut en réalité nier la capacité d'interprétation de l'individu ; l'utilisation des dispositifs numériques pourrait nuire à une véritable compréhension approfondie de l'œuvre d'art et de son langage artistique :

« La notion d'intuitif, par exemple, a un succès particulier dans le monde des nouvelles technologies et du design. Or dire qu'un outil est intuitif ne revient-il pas à nier la capacité d'interprétation de l'individu, à nier le statut d'objet intellectuel au média, tant l'immédiateté supposée

de l'utilisation fait l'impasse sur l'appréhension de l'outil, la compréhension de son fonctionnement et l'interprétation de ses signes, fussent-ils exclusivement plastiques ? »⁴⁵⁹

Or, l'utilisation d'un casque de réalité virtuelle demande de se sentir à l'aise avec un dispositif et d'avoir un minimum de connaissances pour pouvoir activer le casque par exemple. Il en est de même pour les tablettes utilisant la réalité augmentée. Il existe donc le risque que les personnes se concentrent uniquement sur leur aisance à manipuler les outils plutôt que sur une attention plus profonde au contenu et à sa signification. Si nous constatons qu'il y a eu une appropriation de l'œuvre de la part des participants, c'est parce qu'il y a eu une combinaison d'actions culturelles en présentiel (Pause théâtre, rencontres) et virtuelles (réseaux sociaux, blog, casque de réalité virtuelle) qui ont permis aux personnes de connaître et d'enrichir leur interprétation de l'œuvre et par la suite de se l'approprier. La figure du médiateur est d'autant plus importante : il doit être l'intermédiaire entre les participants, les dispositifs, et les œuvres afin de guider les participants dans le parcours de découverte.

Nous avons identifié certaines limites des dispositifs de médiation numérique comme celui de transmédia :

- durée trop longue du dispositif et risque de perte de sens,
- investissement trop exigeant pour les participants afin d'atteindre leur objectif : créer des contenus et générer une participation,
- ambiguïté des rôles conjoints de créateurs et de participants.

L'intensité de l'investissement peut effrayer un certain nombre de personnes et donc limiter le nombre réel de participants ; cela peut créer une barrière et décourager l'implication de certains publics, en particulier ceux qui ne sont pas familiarisés avec les technologies numériques ou qui n'ont pas le temps disponible pour s'engager pleinement.

La double responsabilité de créateur et de participant, peut, elle, être stimulante pour certains, mais intimidante ou accaparante pour d'autres. Certains participants peuvent préférer que l'on leur propose une expérience plus passive où ils peuvent simplement profiter de l'œuvre sans avoir à contribuer activement à sa création.

⁴⁵⁹ JUTANT Camille, *S'ajuster, interpréter et qualifier une pratique culturelle : Approche communicationnelle de la visite muséale*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, spécialité muséologie, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, Université de Québec à Montréal, sous la direction de Yves Jeanneret et de Bernard Schiele, soutenue le 18 novembre 2011, p. 15.

Par ailleurs, notre observation du projet Argos/Mednum a rencontré certaines limites. En effet, tous les participants de ce projet étaient déjà des initiés, connaissant les artistes, l'œuvre et/ou le lieu. De plus, ils avaient déjà une pratique culturelle bien établie. Pour eux, étant donné qu'ils avaient déjà une relation préexistante avec l'œuvre, notre analyse ne nous a pas permis de déterminer si le dispositif en lui-même avait rendu l'œuvre plus accessible. En revanche, nous avons recueilli des retours sur l'utilisation d'un dispositif numérique dans le cadre d'une action de médiation culturelle..

« Je suis très curieux des nouvelles expériences et cela était une expérience que j'ai beaucoup appréciée, j'ai découvert [utilisation du casque de réalité virtuelle]. Dire ce que j'ai ressenti ce n'est pas assez mûri dans ma tête. Je suis très heureux d'avoir fait cette expérience mais là, je ne sais pas. »⁴⁶⁰

« Les lunettes ça c'est horrible, j'ai cru que j'allais tomber dans le vide. (rire) À un certain moment, j'ai cru que j'étais au bord d'un vide et que j'allais tomber. Je l'ai vite enlevé. Bon et puis on voit en gros plan mais on ne voit pas le reste. Quand on veut regarder, on voit un gros plan d'Olivier mais je ne voyais pas l'ensemble fallait tourner, fallait bouger...»⁴⁶¹

Néanmoins, les actions culturelles en présentiel et par le biais du numérique ont rendu visible une autre partie du travail des artistes et de la création d'une œuvre, complémentaire de la découverte de la fabrique du théâtre. C'est pourquoi l'expérience avec un casque de réalité virtuelle a été particulièrement appréciée malgré les problèmes techniques rencontrés.

2.3 Des espaces modifiés : entre le réel et le virtuel

Les nouvelles pratiques que nous avons observées se développent dans l'espace numérique et se combinent dans l'espace réel, créant ainsi un entre-deux, entre le réel et le virtuel. Nous assistons donc à la création d'espaces hybrides.

Dans l'ouvrage *Qu'est-ce que le numérique ?*⁴⁶² Milad Doueïhi invite à nous interroger sur la convergence entre l'héritage culturel et une technique qui est devenue un lieu de sociabilité. Cette convergence est facilitée par le numérique et réunit le passé et le présent. Elle permet d'intégrer des idées et des valeurs de l'héritage culturel dans le contexte actuel de la

⁴⁶⁰ cf tableau entretien # 2

⁴⁶¹ cf tableau entretien # 3

⁴⁶² DOUEIHI Milad, *Qu'est-ce que le numérique ?*, Paris, Presses universitaires de France, 2013.

technologie, réorganise les concepts, les catégories, les objets, tout comme les comportements et les pratiques qui y sont liés, au sein d'un nouvel environnement. « L'humanisme numérique est l'affirmation selon laquelle la technique actuelle, dans sa dimension globale, est une culture, dans le sens où elle met en place un nouveau contexte, à l'échelle mondiale. »⁴⁶³

Pour Milad Doueïhi, le statut du corps est modifié par l'environnement numérique. Faisant référence à l'essai de Marcel Mauss « les techniques du corps »⁴⁶⁴, il écrit :

« Les travaux de Mauss montrent qu'il existe un lien entre la position du corps, c'est-à-dire la manière dont le corps se déploie dans l'espace social et la nature, et la fonction des objets culturels. Dans ce contexte, on peut dire que la culture numérique est en pleine évolution. Jusqu'à présent, elle a été une culture assise, une culture du bureau et de la chaise, alors qu'elle est en train de se transformer en une culture mobile. Ce passage de la fixité vers la mobilité semble accompagner l'hybridation à la fois des objets, du temps et de l'espace. Il s'ensuit que les pratiques culturelles sont aussi modifiées : gestes, écriture, lecture et communication. Dans l'analyse de Mauss, la technologie joue un rôle essentiel : elle transmet une technique du corps, incite souvent une imitation et modifie la culture locale en fonction de la présence et de l'accessibilité de l'outil technique »⁴⁶⁵

Avec la création de dispositifs de médiation culturelle numérique dans les structures du spectacle vivant, cette question de l'espace et de la place du corps dans l'espace se pose car nous assistons à une mutation des espaces habitables, qui sont développés « en partie avec les interfaces et les plates-formes numériques ».⁴⁶⁶ Le numérique propose un nouveau terrain, où le virtuel, le participatif et le contributif font appel à des dynamiques connues, mais font émerger une transformation de l'espace public.

En effet, l'espace, « est un lieu pratiqué, c'est-à-dire que le lieu devient espace lorsqu'il y a mouvements, directions, temporalité ».⁴⁶⁷ Ces lieux transformés en espaces ne sont pas fixes, mais en constante transformation. Les espaces qui participent à la mise en œuvre des formes de médiations culturelles seront transformés, car ils prennent vie au travers des usages que les personnes en font. Ces espaces semblent être modifiés par l'usage du numérique qui vient réinventer de nouvelles approches et de nouvelles relations à l'œuvre. Chantal Dahan rappelle que :

⁴⁶³ *Ibid.*, p. 33.

⁴⁶⁴ MAUSS Marcel, « Les techniques du corps », in *Techniques, technologie et civilisation*, Paris, Presses universitaires de France, « Quadrige », 2012.

⁴⁶⁵ DOUEIHI Milad, *Qu'est-ce que le numérique ?*, *op.cit.*, p. 34-35.

⁴⁶⁶ *Idem.*, p. 33.

⁴⁶⁷ DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien, Tome 1, Arts de faire*, *op.cit.*, p. 172.

« sur le net, un nouvel espace se construit, abolissant les contraintes géographiques et temporelles puisqu'on peut potentiellement se mettre en relation avec toutes les parties du monde n'importe quand. Les techniques numériques ont transformé les pratiques artistiques et démultiplié la possibilité de réaliser des images et des sons sans que la maîtrise des techniques traditionnelles soit nécessaire ». ⁴⁶⁸

Cette évolution est rendue visible dans les contenus et les interactions entre les participants grâce aux profils de personnages créés pour les projets transmédiés sur les réseaux sociaux. Les contenus exposés sur les réseaux sociaux sont disponibles pour l'ensemble des utilisateurs et pas seulement pour les participants de projets, rendant possible que d'autres personnes prennent connaissance et participent aux projets.

Les études sur les pratiques culturelles des Français ⁴⁶⁹ attestent également de ces changements. La montée du numérique et l'apparition des appareils nomades influent sur l'ensemble des générations en créant de nouveaux environnements et en provoquant de nouvelles manières de concevoir et de conceptualiser la réalité, les jeunes générations étant celles qui s'emparent le mieux des nouvelles technologies. Les réseaux sociaux sont devenus omniprésents, permettant aux utilisateurs de rester en contact avec leurs amis, leur famille et leur réseau professionnel en temps réel, quel que soit l'endroit où ils se trouvent. Les personnes peuvent créer et partager des vidéos, des photos, des podcasts, des blogs et bien d'autres formes de contenu de manière informelle et créative. Cela a donné lieu à des communautés en ligne actives, où les personnes peuvent échanger des idées, collaborer sur des projets et développer leurs compétences dans des domaines variés.

Certaines structures culturelles du spectacle vivant développent des espaces immersifs en créant de nouveaux dispositifs : par exemple, l'Opéra de Rennes ⁴⁷⁰ propose aux publics une visite du lieu à 360° grâce à une application à télécharger. La visite immersive permet de découvrir le plateau, les loges, de se promener dans les différents espaces du bâtiment tout en jouant. D'autres théâtres offrent des visites en 3D de leurs espaces, comme le Théâtre du Jeu de Paume ⁴⁷¹ qui propose une visite du bâtiment à partir de leur site Internet et donne des explications sur les différents espaces et des jeux interactifs. Ces nouveaux espaces permettent

⁴⁶⁸ DAHAN Chantal, « Les adolescents et la culture », *op.cit.*, p. 15

⁴⁶⁹ DONNAT Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, *op.cit.*

⁴⁷⁰ Applications immersives et ludiques, Opéra de Rennes, [<https://opera-rennes.fr/fr/applications-immersives-et-ludiques>], (consulté le 15 novembre 2022).

⁴⁷¹ Théâtre du Jeu de paume, [<https://www.lestheatres.net/fr/34-theatre-du-jeu-de-paume>], (consulté le 15 novembre 2022)

de suivre une dynamique d'*habitus*⁴⁷², c'est-à-dire la possibilité de suivre dans un monde imaginaire les habitudes déjà inscrites dans le corps telles que les décrit Milad Doueïhi.

« Ce qui m'intéresse dans l'*habitus*, c'est tout simplement la coexistence des usages savants et des usages populaires. Cette cohabitation se traduit également dans le passage du mot latin en anglais et en français : habit comme costume et habit comme habitude. Si l'adage latin exprimait déjà cette parenté : *Sicut vestis corpus, it habitus vestit* (L'*habitus* habille l'âme comme le vêtement le corps), les jeux vidéo, en tout cas certains d'entre eux, nous permettent de suivre, dans un milieu ordonné, cette dynamique de l'*habitus*. »⁴⁷³

Les outils de réalité virtuelle s'inscrivent dans ces liens entre l'*habitus* et le virtuel, car la personne est invitée à interagir avec son corps avec le monde virtuel. Le casque de réalité virtuelle dans l'expérimentation du projet Argos/Mednum a favorisé la création d'une interface entre le réel et le virtuel. La création des espaces hybrides s'est faite grâce à l'observation du processus de création à la fois en présentiel et par le biais d'un casque de réalité virtuelle en immersion 360°. Ces espaces s'inscrivent dans l'analyse des nouveaux modes de communication où les échanges d'informations se remodelent et les savoirs se redéfinissent dans de nouvelles formes et de nouveaux formats.

Milad Doueïhi souligne que la culture numérique, désormais considérée comme une valeur propre à notre société, se trouve soumise à une nouvelle temporalité, fondée sur l'accélération, l'immédiateté et l'instantanéité. De même, l'auteur rappelle que « la conversion numérique modifie, plus encore que la temporalité, l'espace »⁴⁷⁴ et que c'est dans ce sens « qu'elle réinvente notre quotidien, avec ces espaces variables »⁴⁷⁵.

Ainsi, comme il a été dit auparavant, regarder le processus de création en immersion en 360° a permis aux personnes d'avoir la sensation de jouer un autre rôle, différent du rôle de spectateur assis face à la scène. Cette découverte leur a permis d'avoir une vision en 360° et d'adopter un autre point de vue sur la création, mais aussi de transformer leur place dans l'espace en tant que spectateur.

De même, pour les personnes ayant participé aux dispositifs en présentiel (répétitions et Pause-théâtre) et en immersion, ces expériences leur ont permis de percevoir le travail

⁴⁷² DOUEIHI Milad, *Qu'est-ce que le numérique ?*, op.cit., p. 38.

⁴⁷³ *Ibid.*, p. 37-38.

⁴⁷⁴ DOUEIHI Milad, *Pour un humanisme numérique*, Paris, Éditions du Seuil, 2011, p. 12.

⁴⁷⁵ *Idem.*, p. 12.

effectué par les artistes et l'équipe technique, leur interaction, mais aussi d'observer la construction de l'œuvre et l'élaboration d'un langage commun au travers de deux points de vue différents. Ces différents éléments enrichissent et complètent l'interprétation que les spectateurs ont fait de l'œuvre, à l'issue des représentations. espaces (réel et virtuel) créés par l'utilisation d'un dispositif numérique et par la participation en présentiel, modifient donc la relation du public à l'œuvre et à son appropriation, en favorisant une construction personnelle de l'interprétation et du sens donné à l'œuvre. Cependant, rappelons à nouveau que les dispositifs numériques doivent apporter quelque chose de nouveau à l'expérience au risque de passer pour un gadget.

Par ailleurs, les personnes remarquent que le visionnage du processus de création *via* la vidéo en immersion permet d'observer des éléments de l'œuvre qui échappent généralement à l'attention, comme la disposition des corps des artistes dans l'espace ou le dispositif technique de la scène. La prise en compte de ces éléments contribue à transformer la relation à l'espace et à construire un ressenti par rapport au spectacle. Dans cette perspective, le contenu des dispositifs numériques prend toute son importance afin d'apporter un nouveau regard et une nouvelle perspective sur l'œuvre.

En outre, la convergence des contenus vers des produits mobiles, interactifs et polyvalents permet aussi une mutation de l'espace. Pour Sylvie Octobre, les mutations visibles dues au basculement numérique mettent en place de nouveaux équilibres dans les univers culturels⁴⁷⁶. L'utilisation du numérique a effacé en partie la contrainte géographique en mettant en relation les personnes depuis différentes parties du monde⁴⁷⁷.

Cette mutation de l'espace s'applique également aux projets de transmédia qui, comme nous l'avons dit dans le chapitre I, réside dans l'extension narrative, plus connue comme le *storytelling* dont parle Henry Jenkins. Cette extension narrative permet de produire et d'encourager diverses formes de participation. Ainsi, dans les projets transmédia étudiés, les participants pouvaient passer du rôle de créateur à celui de participant en investissant différents espaces réels et virtuels ; réels lorsqu'ils sont dans les lieux physiques (par exemple un établissement culturel) et virtuels lorsqu'ils utilisent le Web (par exemple les réseaux

⁴⁷⁶ OCTOBRE Sylvie, *Deux pouces et des neurones: Les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*, Ministère de la Culture, Département des études et de la prospective, 2014, p. 286.

⁴⁷⁷ *Ibid.*, p. 87.

sociaux, plateformes). La création des histoires et des personnages fictifs dans l'élaboration des projets place l'œuvre dans un processus de production, de médiation et de réception.

En outre, la mutation de l'espace est accompagnée d'une mutation du temps, comme le souligne Sylvie Octobre :

« La mutation du rapport à l'espace est indissociable d'une mutation du rapport au(x) temps : les technologies permettent d'abolir la linéarité et la mono-occupation des temps culturels, de même que la dépendance à l'égard des grilles des institutions de diffusion privées et publiques, et favorisent une individualisation, une démultiplication et une déprogrammation des temps culturels, du visionnage de séries télévisées en streaming à la visite virtuelle à domicile d'un musée. »⁴⁷⁸

Cette évolution semble encourager diverses formes de participation, d'échanges et de confrontation avec l'œuvre, mais aussi à établir une autre relation avec les institutions culturelles du spectacle vivant. Comme le souligne Noémie Couillard et Maylis Nouvellon :

« Au-delà, tout porte à croire que la question spécifique du numérique va devenir une part essentielle de celle de la médiation culturelle en général conduisant à penser le numérique de concert avec les dispositifs in situ, dans un jeu d'allers-retours et de continuité, et non indépendamment les uns des autres. »⁴⁷⁹

Enfin, Jean Caune rappelle que « la mobilité et la circulation des œuvres ont produit un espace-temps des pratiques culturelles, qui modifie le comportement sensible et transforme les modalités de transmission des œuvres et des phénomènes culturels »⁴⁸⁰. Les Technologies de l'information et de la communication et les pratiques culturelles occupent aujourd'hui une place de plus en plus grande favorisant de nouvelles pratiques. Ces pratiques renouvellent l'expérience esthétique et restituent un rôle actif dans la réception des œuvres.

⁴⁷⁸ *Idem.*, p. 87.

⁴⁷⁹ COUILLARD Noémie et NOUVELLON Maylis, « À la rencontre des adolescents en ligne ? L'enjeu du numérique pour la médiation culturelle », *op.cit.*, p. 48.

⁴⁸⁰ CAUNE Jean, *Formes artistiques et pratiques culturelles*, *op.cit.*, p. 38.

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons cherché à mettre en évidence le processus d'appropriation de l'œuvre par le biais de l'utilisation d'un dispositif numérique dans la médiation culturelle.

Le processus passe d'abord par une interprétation de l'œuvre, la façon de construire les significations d'une œuvre selon la relation des spectateurs avec les situations, les milieux et les personnes. De fait, l'interprétation est renouvelée à chaque fois. De plus, cette approche renouvelée de l'expérience esthétique est fondée par la perception de l'œuvre et les « horizons d'attente » de chaque individu. S'intéresser aux trajectoires des participants dans la construction des significations qu'ils donnent à l'œuvre à travers les projets de médiation culturelle numérique permet de comprendre comment ils s'emparent des œuvres et se les approprient.

Les promesses du numérique sont d'améliorer et d'enrichir les expériences des publics afin de procurer une nouvelle interprétation qui permette une appropriation de l'œuvre, fruit de la participation et de l'immersion des spectateurs grâce à l'utilisation d'un dispositif numérique. Ces dispositifs numériques visent à enrichir l'expérience du spectateur en même temps qu'elle procure une dimension pédagogique ; elle cherche à procurer des émotions, renouer ou créer des liens avec les structures culturelles et avec les œuvres. Ces propositions de médiation reposent sur la motivation et la capacité des publics à s'emparer de ces dispositifs en y participant activement afin de créer des contenus qui puissent générer un partage. Si cette expérience est, pour la plupart, personnelle, elle est nourrie par des échanges, des partages d'expériences et des actions culturelles "traditionnelles"⁴⁸¹ qui aident à construire une interprétation de l'œuvre.

Nous avons identifié que les participants ont vécu trois expériences de participation : artistiques, esthétiques et réflexives qui participent du travail d'interprétation et d'appropriation que le public entreprend lorsqu'il est confronté à une œuvre. Ce travail d'interprétation découle des fonctions analytiques développées qui font l'objet d'un cadre interprétatif. C'est pourquoi, nous avons abordé l'étude de trois fonctions interprétatives :

⁴⁸¹ Rencontre, Pause-théâtre entre autres actions culturelles *in situ*.

l'interprétation de l'univers artistique, la ré-interprétation de l'œuvre et la contextualisation de l'œuvre. Elles ont été présentes à différents moments des projets étudiés. Les fonctions d'intellectualisation (intellectualiser le rapport à l'œuvre), de valorisation (valeur artistique de l'œuvre) et de justification (destinée à convaincre et à donner une valeur par la justification), nous ont amenés à valider l'identification des étapes des fonctions d'interprétation proposée par Nathalie Heinich. Ce n'est qu'une fois qu'ils auront traversé l'étape d'interprétation que les publics seront capables de s'appropriier l'œuvre, d'en percevoir le sens ou de lui en attribuer un nouveau.

L'appropriation, qui consiste à faire sien quelque chose, nous amène à nous intéresser tout particulièrement à l'importance des attachements de l'individu avec l'objet pour en identifier les processus. C'est dans l'expérience proposée grâce aux dispositifs mis en place dans les projets étudiés que l'appropriation prend forme. Ces dispositifs ont aidé les participants à découvrir ou à développer des éléments artistiques qui leur ont permis d'approcher l'œuvre différemment et de lui trouver un sens à partir de leur vécu.

« J'ai apprécié cette expérience. Elle m'a permise de découvrir l'histoire sous un autre angle et de déceler davantage de sentiments et d'émotions. »⁴⁸²

« J'ai assisté le matin en immersion à une partie très technique de réglage des éclairages, et vendredi après-midi en salle, où j'ai pu assister à l'accueil des trois chanteurs. Ce qui pour moi a été déterminant pour la suite [...] Oui, oui, c'est-à-dire l'intérêt était double : d'une part les chanteurs, qui connaissaient déjà leur partition – puisqu'elle a été préparée dès 2017 c'est ce que j'ai compris ce matin – apportent un nouveau matériau qui venait compléter ce que je n'avais jusqu'à présent vu qu'avec la caméra immersive; et ce qui m'a beaucoup intéressé c'est le moment où Claire-Ingrid a accueilli les trois chanteurs. »⁴⁸³

Nous avons observé que ce processus d'appropriation de l'œuvre ne peut être réussi que si la personne qui utilise le dispositif développe un intérêt pour l'objet et s'y attache, quand bien même le dispositif numérique pourrait être un frein à l'interprétation de l'œuvre. En effet, si celui-ci n'apporte pas quelque chose de nouveau au sens donné à l'œuvre ou à l'expérience vécue avant ou après avoir vu le spectacle, il est dissuasif.

Dans l'ouvrage *La culture de la convergence*⁴⁸⁴, Henry Jenkins s'attache à illustrer et à expliquer à travers l'analyse de différents cas (films, jeux vidéos, plateformes) comment se

⁴⁸² Participante #13, 24 ans - projet transmédia L'Odyssée de Pénélope, (Annexe 3).

⁴⁸³ cf tableau entretien # 1.

⁴⁸⁴ JENKINS Henry, *La culture de la convergence des médias au transmédia*, op.cit.

sont créées des communautés de fans hautement participatives, ce qui a entraîné un croisement et une convergence des anciens et des nouveaux médias. L'auteur a exploré la façon dont les fans créent du contenu, échangent des idées et contribuent à l'expérience globale de la culture médiatique. Les communautés ont acquis un savoir culturel qui leur a permis de s'exprimer et de s'approprier l'élément transmédiatique et de générer ainsi une intelligence collective. Cette intelligence permet au public d'agir et interagir sur les œuvres à partir des dispositifs.

Ce constat est partagé par Christine Petr, Dominique Bourgeon-Renault, Maud Derbaix et Elodie Jarrier dans l'étude *Le transport narratif au cœur de l'expérience d'un dispositif transmédia*.

« Les publics déjà acquis (les fans de l'univers fictionnel) le transmédia s'y adapte particulièrement bien. Cela s'observe en particulier à travers les contenus narratifs qui sont produits, complétés et enrichis par les fans de l'univers transmédia. Dans cette configuration de ciblage des publics déjà acquis, l'attachement à l'objet de la narration est renforcé par l'usage du dispositif »⁴⁸⁵.

Ainsi, le transmédia peut être un outil pour inventer des nouvelles formes d'appropriation d'une œuvre. Toutefois, nous remarquons que l'engagement des publics est généré aussi en partie grâce aux actions culturelles autres que les outils numériques. Celles-ci ont permis à ce public acquis (l'étudiant participant et créateur des projets transmédia) de s'approprier les œuvres et par là même de créer les contenus pour les dispositifs.

Cette observation entre en écho avec le projet en immersion 360° d'Argos/Mednum. Le casque de réalité virtuelle apporte de nouveaux éléments à la connaissance de l'œuvre et une nouvelle manière de découvrir la fabrique de théâtre. Il peut être un complément des autres actions culturelles réalisées au sein des équipements culturels de spectacle vivant.

Il nous semble donc essentiel de rappeler l'importance du rôle de médiateur dans ces dispositifs. Le médiateur est en capacité de guider les personnes dans l'attachement à l'œuvre et dans l'expérience proposée par le biais des dispositifs numériques, que ces individus fassent partie intégrante du projet ou soient extérieurs à celui-ci.

Enfin, notre étude a montré que le numérique a modifié les usages et a permis la conception de nouvelles pratiques qui se sont développées dans un espace numérique où les espaces réel

⁴⁸⁵ PETR Christine, BOURGEON-RENAULT Dominique, DERBAIX Maud et JARRIER Élodie, « Le transport narratif au cœur de l'expérience d'un dispositif transmédia », *op.cit.*, p. 6.

et le virtuel sont interconnectés, constituant ainsi un espace hybride. La convergence de ces deux espaces a modifié la relation entre les objets et les personnes, et a également amené à une modification de la perception du temps.

De même, le virtuel a encouragé la participation et la création de nouvelles dynamiques contributives et collaboratives. Ces nouveaux environnements virtuels suscitent de nouvelles manières de concevoir la réalité, en grande partie grâce aux nouvelles formes de communication : « Les changements du monde de communication ont toujours joué un rôle essentiel dans le développement des processus cognitifs; dans l'accroissement du savoir et des capacités qu'ont les hommes à le stocker, l'enrichir et le diffuser. »⁴⁸⁶

Tel est le cas de projets ici étudiés ; le transmédia et l'immersion en 360° s'inscrivent dans la création de liens entre le réel et le virtuel, car les personnes sont invitées à interagir, créer, partager et découvrir dans ces nouveaux espaces, une nouvelle approche de l'œuvre. Les modes de communication et les outils mis à disposition redéfinissent et remodelent les savoirs dans de nouvelles formes. Enfin, les structures culturelles cherchent, par le biais de la conception des dispositifs numériques dans la médiation culturelle, à profiter de ces nouveaux canaux de communication pour proposer de nouveaux espaces et favoriser de nouvelles approches avec les publics.

⁴⁸⁶ CAUNE Jean, *Formes artistiques et pratiques culturelles, op.cit.*, p.96.

PARTIE III

LE DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS EN LIGNE

Chapitre 1

LA CAPACITÉ DES INSTITUTIONS À RENOUVELER LES PUBLICS PAR LE NUMÉRIQUE

1.1 Introduction

Le premier chapitre de cette troisième partie a pour objet l'analyse du terrain d'étude nommé « Le spectacle vivant connecté ». Ce projet est centré sur les propositions numériques développées par Le Phénix – scène nationale de Valenciennes pendant la période de fermeture des structures culturelles, face à la crise sanitaire de 2020.

À partir de l'enquête réalisée au Phénix, nous avons voulu analyser les effets des dispositifs numériques en ligne, à travers les propositions élaborées par les structures culturelles durant cette période. Le potentiel que représente l'accès à la culture à domicile, intensifié par le confinement, a ouvert un champ d'intervention aux structures culturelles du spectacle vivant qui semble leur offrir une nouvelle voie pour garder le lien avec les publics déjà acquis, toucher de nouveaux publics et en attirer d'autres.

Comme nous avons pu le mettre en évidence dans la deuxième partie de la thèse, l'utilisation en médiation culturelle d'un dispositif numérique amène à réfléchir à l'expérience que l'on

souhaite faire vivre aux publics. Cette réflexion devrait porter sur le contenu, l'usage, l'accessibilité et le lien avec l'œuvre ou le projet de la structure.

Avec le numérique, la relation avec les publics se construit en dehors de l'espace réel pour s'étendre également à un espace virtuel. Dans ce contexte, les interactions entre les pratiques numériques et culturelles se mélangent entre l'*in situ* et le virtuel. Nous émettons l'hypothèse que la mise à disposition des dispositifs de médiation culturelle numérique en ligne est considérée comme suffisante pour générer un processus d'appropriation de l'œuvre et pour maintenir ou créer de nouveaux liens entre les personnes et les structures culturelles. De même, la mise en place des dispositifs numériques suppose de rendre accessible la culture et de favoriser la démocratisation de la culture.

Dans le contexte muséal et patrimonial, l'intégration de dispositifs numériques pour la médiation culturelle s'est déclinée sous plusieurs formes. Le milieu des musées est devenu précurseur dans l'utilisation du numérique depuis déjà plus de dix ans en proposant entre autres, audioguides, jeux vidéos, réalité augmentée et virtuelle, cartels explicatifs interactifs. Eva Sandri décrit dans sa thèse de doctorat que les musées conçoivent de plus en plus de dispositifs numériques. La rapidité de cette évolution place les professionnels dans une culture de l'urgence⁴⁸⁷. L'obsolescence rendrait également complexe toute réflexion sur le long terme, en particulier sur la nécessité d'identifier et de se procurer les dispositifs appropriés pour développer des dispositifs numériques. Eva Sandri fait référence à l'étude sociologique sur l'accélération du rythme professionnel⁴⁸⁸ d'Hartmut Rosa. Elle y souligne que l'auteur

« développe une pensée critique sur la question du rapport au temps en lien avec l'innovation technique. Il fait apparaître le paradoxe suivant : si la technologie conçoit des innovations censées faire gagner du temps libre à leurs usagers, ce temps gagné n'est jamais utilisé pour le repos ou pour le loisir mais il est au contraire sans cesse réinvesti dans une nouvelle urgence de l'innovation. Pour expliquer ce paradoxe, il distingue l'accélération technique, l'accélération du rythme de vie et l'accélération de la vitesse des transformations sociales et culturelles, dans un modèle où l'accélération technique explique l'accélération du rythme de vie. »⁴⁸⁹

Lors de notre recherche de terrain dans le secteur du spectacle vivant, nous avons été confrontées à cette urgence que rencontrent les professionnels dans l'acquisition de dispositifs numériques. L'évolution de la technologie rend parfois difficile d'effectuer des choix entre,

⁴⁸⁷ SANDRI Eva, *L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, en cotutelle entre l'université d'Avignon et des Pays de Vaucluse et l'université du Québec à Montréal, sous la direction de Cécile Tardy (UAPV) et de Catherine Saouter (UQAM), soutenue le 5 décembre 2016, p. 204.

⁴⁸⁸ *Ibid.*, p. 69.

⁴⁸⁹ *Idem.*, p. 69.

par exemple, un dispositif de réalité augmentée ou un dispositif de réalité virtuelle, car l'un ou l'autre pourraient devenir rapidement obsolètes ou ne pas suivre les tendances numériques associées à l'utilisation ou à l'invention d'une nouvelle technologie (Métaverse⁴⁹⁰, Intelligence artificielle⁴⁹¹ entre autres). À cela s'ajoute, la complexité que rencontrent les équipes confrontées à certains équipements pour développer ce type de projets par manque de compétences, de temps ou de budget.

Cependant, comme le souligne Michel de Certeau :

« L'innovation, ici, ne tient pas à la modernité des médias utilisés, même s'ils multiplient les possibilités de création ; elle réside dans l'usage qui en est fait... Reste que, si importantes soient-elles par leur nature, ces expériences restent adjacentes et symboliques, tant qu'elles ne trouvent pas leur effectivité dans les lieux du travail productif et l'organisation socio-économique »⁴⁹².

L'auteur soulève un point crucial qui intéresse la création de dispositifs numériques dans le milieu du spectacle vivant. L'innovation ne réside pas uniquement dans la modernité des outils utilisés, tels que la réalité augmentée ou la réalité virtuelle, qui offrent de nombreuses possibilités créatives. Au contraire, ce qui compte vraiment, c'est l'usage qui est fait de ces technologies. Si ces expériences technologiques peuvent être importantes par nature et ouvrir de nouvelles perspectives, elles demeurent symboliques et superficielles tant qu'elles ne sont pas pleinement intégrées dans les lieux de travail et surtout dans la relation avec les publics.

Dans la précédente étude *l'État des lieux du numérique* de 2016, il est dit que le secteur du spectacle vivant est en retard par rapport à la transition numérique. Le dernier *État des lieux du numérique pour les arts vivants et visuels* réalisé en 2021⁴⁹³ conduit par l'association Théâtre et médiations numériques (TMNlab), et confié à l'Œil du public, montre une évolution dans l'intégration des dispositifs numériques. Il constate une reconnaissance des bienfaits de l'utilisation du numérique pour le développement des publics tout en soulignant que le développement numérique a des effets sur les métiers de la culture et la chaîne de valeur. Les évolutions étant marquées par une présence accrue sur les différentes plateformes numériques, les structures culturelles ont été amenées à produire des contenus plus créatifs,

⁴⁹⁰ Le Métaverse ou Métavers est un univers virtuel en 3D dans lequel les utilisateurs peuvent interagir et explorer en temps réel grâce à des dispositifs de réalité virtuelle ou augmentée, [<https://www.01net.com/crypto/metaverse/>], (consulté le 27 juillet 2023).

⁴⁹¹ L'intelligence artificielle (IA) est un ensemble de théories et de techniques visant à réaliser des machines capables de simuler l'intelligence humaine. Les applications de l'IA incluent notamment moteurs de recherche, systèmes de recommandation, compréhension du langage naturel, voitures autonomes, chatbots, outils de génération d'images, outils de prise de décision automatisée et programmes compétitifs dans des jeux de stratégie, [https://fr.wikipedia.org/wiki/Intelligence_artificielle], (consulté le 27 juillet 2023).

⁴⁹² DE CERTEAU Michel, *La culture au pluriel*, op.cit., p. 218.

⁴⁹³ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, op.cit.

plus originaux et à élaborer des actions spécifiques pour impliquer encore plus les publics dans une démarche créative issue de la culture numérique (participation numérique, intelligence collective).

Cela a été plus marqué lorsqu'en mars 2020, les structures culturelles du spectacle vivant ont été contraintes de fermer leurs portes à cause de la crise sanitaire qui a touché la population française et le monde entier. Par cet événement, la transition numérique a, de fait, pris de l'importance dans le développement des dispositifs numériques. Opportunité ou épreuve ? Les structures culturelles ont dû relever le défi immédiat pour rester en lien avec leurs publics grâce à Internet.

Nombreuses sont les structures du spectacle vivant qui ont inventé de nouvelles formes pour restituer l'expérience du spectacle vivant *via* le virtuel. La création d'une programmation en ligne, à horaires précis ou accessibles à tout moment, témoigne de la volonté des professionnels de la culture de maintenir la rencontre avec le spectateur. Ces rendez-vous avec les publics ont pris la forme de podcasts, de captations de spectacles déjà enregistrés ou en direct, de projets collaboratifs, d'ateliers de toutes sortes (théâtre, danse, dessin, écriture), de rencontres avec des artistes.

Le résultat de la dernière enquête sur *Les pratiques culturelles de Français*⁴⁹⁴ témoigne d'un développement dans les pratiques culturelles numériques. La crise sanitaire a favorisé l'émergence de ces pratiques qui ont pu s'ancrer et s'accélérer. Cela représente désormais un enjeu pour la politique culturelle car, comme l'a souligné l'étude, il est possible qu'une baisse de fréquentation des lieux culturels se produise et que les pratiques culturelles évoluent vers le numérique. La généralisation de l'utilisation des technologies numériques dans le domaine culturel soulève de nouvelles questions quant à l'accessibilité, à l'engagement du public et à la préservation du patrimoine culturel. La transition vers des pratiques culturelles numériques implique donc une adaptation et une réflexion approfondie de la part des acteurs culturels et des décideurs politiques.

Cette partie sera donc consacrée à l'analyse des propositions développées par le Phénix pendant la crise sanitaire. À la différence des autres projets étudiés dans la thèse, les publics enquêtés ont vécu une expérience particulière car il n'y a pas eu de rencontre physique avec l'œuvre (la représentation). La relation avec l'œuvre a été par le biais du numérique.

⁴⁹⁴ LOMBARDO Philippe et WOLFF Loup, « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », *Culture études*, n° 2, 2020.

2.1 Le spectacle vivant connecté : étude de cas du Phénix de Valenciennes

La crise sanitaire a profondément impacté le fonctionnement des structures culturelles et la transmission de la culture de manière générale. La fermeture inopinée des établissements a lourdement pesé sur les spectacles programmés, lesquels ont dû être annulés ou reportés à deux reprises lors des premier et deuxième confinements qui ont eu lieu du 17 mars au 11 mai 2020 et du 30 octobre au 15 décembre 2020. En raison de la crise sanitaire, le gouvernement a décidé de mettre en place un confinement total des personnes, ce qui a modifié le rapport à la culture et rendu impossible l'accueil des publics dans les lieux culturels.

« Un nouveau cadre spatio-temporel, restreint et non choisi, centré sur le domicile, a redistribué le rapport au temps et notamment au temps de loisir. Ce temps libre s'est trouvé contraint par l'espace domestique au sein duquel la culture d'écran et les équipements numériques n'ont été quant à eux ni affectés ni entravés par la crise sanitaire »⁴⁹⁵.

Face à cette fermeture et ce nouveau rapport à la culture, les structures culturelles ont dû relever le défi afin de garder un lien avec les publics désormais virtuels. Par ailleurs, les équipes des différentes structures ont aussi dû adapter leur façon de travailler et aménager leurs postes de travail pour passer du présentiel au télétravail.

Le défi, motivé par le gouvernement dont le mot d'ordre a été d'avoir une « *Culture chez nous* », a amené les professionnels de la culture à chercher une autre manière de communiquer et de travailler pour garder et/ou créer un lien avec les publics. À cet effet, une plateforme⁴⁹⁶ a été créée par le ministère de la Culture et de la Communication dont le but était de rassembler les différentes propositions culturelles réalisées par les établissements culturels pendant les confinements.

Au-delà de la plateforme proposée par le ministère de la Culture et de la Communication, les réseaux sociaux ont également joué un rôle important. Ils ont été l'un des moyens les plus utilisés durant la période de crise pour relayer, informer et partager avec les publics les

⁴⁹⁵ JONCHERY Anne et LOMBARDO Philippe, « Pratiques culturelles en temps de confinement », *Culture études*, n° 6, 2020, p. 2.

⁴⁹⁶ Culture chez nous, plateforme qui regroupe des offres culturelles numériques dans tous les domaines culturels et de l'ensemble des établissements, labellisées ou pas par le ministère de la Culture, [<https://www.culturecheznous.gouv.fr/spectacles>], (consulté le 15 avril 2022).

informations concernant la fermeture des lieux mais aussi la création d'une nouvelle programmation de spectacles qu'il était possible de visionner depuis chez soi. Internet a occupé une place importante comme moyen de distraction, de communication, d'apprentissage et d'épanouissement. Le rapport à la culture et aux œuvres pendant le confinement a donc été bouleversé, créant et/ou intensifiant les pratiques culturelles numériques. Cela a engendré un climat d'incertitude dans le milieu culturel : les publics seraient-ils aux rendez-vous une fois que les établissements culturels ouvriraient à nouveau leurs portes? Qu'en serai-t-il des usages du numérique et des pratiques culturelles dans ce retour à la culture *in situ* ?

Par ailleurs, d'autres études ont été réalisées afin de connaître les effets du confinement sur les pratiques culturelles des Français. C'est le cas de l'enquête réalisée par Gece⁴⁹⁷, à la demande de la Cité des Sciences et de l'Industrie (Universcience). Cette étude avait comme but d'étudier l'impact de la crise du Covid-19 sur les pratiques culturelles des Français. Les chercheurs ont interrogé la continuité de ces pratiques à domicile en cherchant à comprendre s'il existait un manque, si celui-ci était compensé par le numérique, si le public avait continué de faire des découvertes culturelles pendant le premier confinement. Les résultats montrent que 77% des personnes interrogées ont pratiqué au moins une activité culturelle et que 62% ont pratiqué au moins une activité culturelle en ligne. Il a été démontré que le confinement avait permis aux personnes de consacrer du temps aux activités déjà ancrées ou même d'augmenter leurs activités culturelles. En ce qui concerne le spectacle vivant, l'étude révèle que l'absence de l'expérience sensorielle et vivante de l'étonnement et du partage qui préside à ce qu'est un spectacle réel a été vécue comme un manque. Cependant certains ont apprécié les avantages qu'offre le numérique, à savoir l'accessibilité, l'abolition des inégalités de l'offre culturelle, la souplesse dans les modalités de réception, c'est-à-dire la possibilité de parler à voix haute pendant la diffusion d'un spectacle ou de zapper d'un contenu à l'autre. Même s'ils se sont montrés inquiets à l'idée de retourner dans une salle de spectacles à cause de la crise sanitaire, les enquêtés ont manifesté leur volonté de revenir voir un spectacle après le confinement.

Une autre étude, réalisée par l'agence l'Œil du public⁴⁹⁸, a vu le jour après le premier confinement pour évaluer les conséquences de la crise sanitaire sur les structures culturelles

⁴⁹⁷ GECE, *étude sur les nouvelles pratiques culturelles des Français avec le confinement*, 2020, [<https://www.gece.fr/2020/07/06/pratiques-culturelles-covid/>], (consulté le 22 novembre 2022).

⁴⁹⁸ Agence L'Œil public, *Etude sur les pratiques culturelles post-Covid 19*, 2020, [<https://oeildupublic.com/wp-content/uploads/2020/08/Oeil-du-Public-Etude-culture-post-Covid.pdf>], (consulté le 25 septembre 2022).

mais aussi pour interroger les publics sur leurs vécus, leurs ressentis et leurs attentes. Les conclusions de l'étude montrent que le public pense reprendre progressivement une pratique culturelle, mais qu'il ne se projette qu'à l'horizon de 2021. L'instabilité et le manque de visibilité induits par la crise sanitaire contraignent les lieux culturels à adapter leur offre au gré des annonces gouvernementales, engendrant des *stop and go* incessants. Par ailleurs, les publics expriment un sentiment de manque face à l'impossibilité de faire des sorties culturelles. Du côté du spectacle vivant, ce manque est exprimé par un public constitué d'amateurs et de spectateurs réguliers de pièces de théâtre, de danse, d'opéra, etc. Cependant l'étude fait apparaître qu'un nombre remarquable de personnes a visionné des captations de spectacles. Les contenus culturels en ligne ont joué un rôle de compensation pour une partie des publics enquêtés, sans pour autant leur procurer autant de plaisir et de satisfaction que les activités vécues en présentiel.

Le Département des études de la prospective et des statistiques (DEPS)⁴⁹⁹ a lui aussi interrogé les pratiques culturelles, la consommation culturelle, la consultation de ressources culturelles numériques et des réseaux sociaux, ainsi que l'utilisation de supports mobiles durant la première période de confinement (du 17 mars au 11 mai 2020). L'étude s'est appuyée sur les résultats de l'enquête sur *Les pratiques culturelles des Français* de l'année 2018 pour mesurer les écarts entre les pratiques culturelles pré et post contexte sanitaire. Cette étude montre que les Français ont profité de la période de confinement pour s'impliquer dans des pratiques culturelles. Malgré cela, les résultats n'indiquent pas une augmentation des publics mais plutôt une intensification des pratiques en amateur.

L'intérêt pour les pratiques artistiques en amateur, notamment chez les jeunes des classes populaires, a permis l'éclosion d'une forme d'expression de soi, mais aussi le maintien d'un lien social au travers de la diffusion de créations individuelles ou collectives. À la différence des inégalités sociales et économiques observées dans d'autres domaines, les pratiques culturelles sont moins divisées et certains écarts sociaux comme générationnels ont été réduits. De même, la contrainte de mobilité, liée au confinement, a contribué à réduire les différences de comportements culturels des populations plus âgées ou plus populaires. Les usages, auparavant plus ciblés, se sont diversifiés pour répondre à des besoins ludiques, d'évasion et des enjeux communicationnels. L'étude montre que les moins de 40 ans et les moins de 25 ans développent une plus grande variété de consommation culturelle accentuée par le confinement, car ces tranches d'âges ont un univers culturel déjà établi dans le

⁴⁹⁹ JONCHERY Anne et LOMBARDO Philippe, « Pratiques culturelles en temps de confinement », *op.cit.*, p. 3.

numérique. L'étude souligne une réduction des écarts des groupes sociaux dans les pratiques en amateur, par exemple, les activités en amateur des ouvriers connaissent une hausse plus importante que celles des cadres, en partie en raison des circonstances liées à l'activité professionnelle pendant la période de confinement. Les personnes pour lesquelles l'activité professionnelle a été interrompue dont font partie les ouvriers, montrent un taux de participation plus élevé dans ces activités en amateur⁵⁰⁰.

L'étude remarque que la comparaison des résultats des enquêtes est complexe puisque le temps des pratiques culturelles n'est pas le même, douze mois pour celle réalisée en 2018, contre six semaines pour celle réalisée en 2020. Cependant, l'enquête de 2020 montre que la consultation de ressources culturelles numériques ou les visionnages de spectacles en ligne ont largement augmenté pendant le confinement chez les personnes âgées. De même en termes de stratification sociale, les cadres ont aussi profité des contenus en ligne, par rapport à l'enquête de 2018. Ces types de pratique peuvent être très occasionnels, néanmoins les établissements culturels, contraints de fermer, ont développé leur offre en ligne et se sont servis de différents canaux pour la diffuser (sites Internets, réseaux sociaux, plateforme Culture chez nous), augmentant ainsi leur visibilité. Enfin, l'étude a relevé que la réduction entre l'espace-temps a contribué à réduire les comportements culturels en développant la culture d'écran, en même temps que celle-ci a généré une augmentation des pratiques artistiques amateurs.

Les études précédentes ont exposé des changements des pratiques culturelles et de la structure des publics pendant la période de confinement. Pour notre travail de thèse, il s'agit d'interroger et d'analyser le processus d'appropriation de l'œuvre, lorsque les publics utilisent un outil numérique dans les actions de médiation culturelle proposées par les structures du spectacle vivant. Internet est devenu un outil pour garder un contact avec les publics durant la période de confinement. Nous analyserons en quoi ces propositions offrent aux publics un moyen de garder ou de créer un lien avec une structure culturelle et si le numérique leur a permis d'accéder à la culture et de s'approprier une œuvre. L'appropriation est considérée comme un processus lié à l'interprétation d'une œuvre. De ce fait, le travail d'interprétation se fera selon les conditions dans lesquelles l'œuvre rencontre le public, c'est-à-dire que l'interprétation est renouvelée et appréciée différemment à chaque fois, en fonction des analyses sémiotiques. Ainsi, la recherche du sens dans l'interprétation d'une œuvre est un processus dont le résultat amènerait à l'appropriation. De cette manière, nous souhaitons

⁵⁰⁰ *Ibid.*, p. 6.

savoir si les propositions développées pendant le confinement ont pu générer des changements dans les pratiques culturelles des personnes.

Pour essayer de répondre à ces questions, nous avons réalisé un questionnaire en ligne et l'avons soumis aux publics de la scène nationale du Phénix de Valenciennes. Si les données recueillies ne répondent pas à l'ensemble des usages et de la pratique culturelle des publics du Phénix, elles permettent d'une part de déterminer si les publics ont été au rendez-vous de la programmation en ligne. D'autre part, elles aident à établir une typologie des publics qui ont profité des propositions diffusées lors des deux confinements. Enfin, l'étude permet de connaître et d'analyser le ressenti des publics en relation avec les propositions numériques développées et avec l'œuvre elle-même.

La structure : le Phénix – scène nationale de Valenciennes

Inauguré en 1998, Le Phénix – scène nationale de Valenciennes⁵⁰¹ fait partie de soixante-et-onze scènes nationales implantées sur l'ensemble des régions métropolitaines et d'outre-mer. Dirigé par Romaric Daurier depuis 2009, le Phénix a comme mission de proposer une programmation pluridisciplinaire ; soutenir la création artistique et développer une offre culturelle auprès de l'ensemble de la population sur son territoire d'implantation. En 2016, le Phénix devient également Pôle Européen de Création ayant trois missions principales à l'international : la diffusion et la production, l'accompagnement des artistes et d'équipes émergentes et la formation et l'accueil de cultures étrangères. Au sein de la structure, les artistes sont accompagnés dans le cadre du dispositif le collège européen et le campus. De la même manière, le Phénix accompagne les artistes et les projets artistiques dans leurs créations, leurs recherches, dans la diffusion et la production des spectacles. « Dès 2019, l'objectif [du Phénix] est de se projeter jusqu'en 2040, avec un souci central, celui d'être en adéquation avec les usages des artistes et des publics. »⁵⁰² L'établissement culturel dispose de deux salles de spectacles, l'une de 750 places et l'autre de 190 places, d'un espace de répétition, d'un restaurant et d'un espace d'exposition.

Du côté du public, le Phénix met en œuvre des projets dédiés à la rencontre des arts du spectacle vivant (cirque, danse, théâtre, musique, performances). Afin de donner accès aux œuvres et à la culture à la population et particulièrement aux jeunes, la structure met en place des activités d'éducation artistique et culturelle, des actions spécifiques de médiation et de sensibilisation, en proposant des rencontres, des ateliers, des spectacles *in situ* et hors les

⁵⁰¹ Le Phénix – scène nationale de Valenciennes, [<https://www.lephenix.fr/le-projet/>], (consulté le 16 février 2023).

⁵⁰² *Idem.*

murs. Ce travail se fait en lien avec des partenaires, des réseaux socio-culturels, associatifs et socio-éducatifs.

Le Phénix est une structure soucieuse des nouvelles technologies et intéressée par le développement du numérique comme moyen de communication, de création et de médiation culturelle. Pour le directeur, « le Phénix doit permettre la rencontre de la création numérique avec la population la plus large possible, notamment les enfants. La culture, aujourd'hui, passe par ses outils-là ». ⁵⁰³ Ainsi, depuis 2010 l'équipe réalise des vidéos de bande d'annonces de spectacles, de conférences, de ressources pédagogiques, de projets artistiques comme les ateliers nomades entre autres. « La création contemporaine est mise en avant au sein de deux festivals : le Cabaret de curiosité et le Next festival ». ⁵⁰⁴

L'équipe du secrétariat général reste mobilisée sur les questions liées au numérique et aux dispositifs de médiation culturelle. Pendant les temps de confinement, le Phénix a mis à disposition une série de propositions *via* Facebook afin d'offrir une programmation permettant « aux spectateurs de retrouver un espace-temps en commun » ⁵⁰⁵. Ces propositions ont eu comme but de préserver une forme de partage et de convivialité, même à distance. Ce sont les équipes de communication, de marketing et de relations avec les publics ⁵⁰⁶ qui ont veillé au bon fonctionnement et à la mise en place des propositions.

Les propositions développées pendant les confinements

Les propositions ont été constituées de la manière suivante : douze captations de spectacles, sept conférences, trois lectures, trois audios (podcast), deux films et un concert.

Douze captations de spectacles :

Bonjour concert de Halory Goerger (vidéos / montage youtube).

Loss de Noémie Ksicova.

Tunnel Boring Machine de Yuval Rozman.

Dogora d'Étienne Perruchon + amateurs.

⁵⁰³ Extrait d'interview de Romaric Daurier, [https://valenciennes.maville.com/actu/actudet_-Romaric-Daurier-prendra-les-commandes-du-Phenix-en-juin_lo c-816049_actu.Htm], (consulté le 25 novembre 2022)

⁵⁰⁴ Le Phénix Scène national de Valenciennes, [https://www.lephenix.fr/le-projet/], (consulté le 16 février 2023).

⁵⁰⁵ Propos extrait de la page Facebook du Phénix,

[https://www.facebook.com/lephenix.valenciennes/posts/10158553562295934], (consulté le 9 janvier 2021)

⁵⁰⁶ L'organigramme du secrétariat général de la saison 20-21 était constitué par : une responsable de marketing, billetterie et accueil, une responsable de l'information vidéo et numérique, quatre personnes chargées des relations avec les publics, une directrice de la communication, une assistante à la coordination de l'accueil et trois gardiens - hôtes d'accueil.

Möbius de la Compagnie XY.

My life is a jukebox + bonus *Luna lost* de la compagnie 2L (aussi audio).

Un faible degré d'originalité d'Antoine Defoort.

Les Noces de Maëlle Dequiedt.

L'éducation sentimentale de Hugo Mallon.

Le cas Hamlet de Yan Duyvendak.

Les noces variations de Maëlle Dequiedt.

La littérature hors-les-livres - performances avec Jean-Charles Massera, Edith Azam, Emmanuel Adely, Célia Houdart, Emmanuel Rabu, Louise Desbrusses.

Sept conférences:

Conférence Bernard Stiegler 1, 2 et 3 avec Bernard Stiegler.

Histoire des arts vivants - Théâtre 1 et 2 avec Amos Fergombé.

Histoire des arts vivants - Danse 1 et 2 avec François Frimat.

Histoire des arts vivants - Musique 1 et 2 avec Bertrand Dupouy.

Conférence citéphilo - Sophie Wanhich et Jean Claude Carrière.

Trois lectures :

Soirée Jeanne Lazar (Nietzsche et Nelly) avec Jeanne Lazar et Guillaume Dustan.

La Nature à l'épreuve du Théâtre avec Hugo Mallon et Laëtitia Dosch.

Trois audios:

La fabrique du commun avec Camille Louis.

Désolé je n'ai pas le temps avec Rodrigo Garcia et Julien Gosselin.

Les hommes qui passent, radio-drama France Culture avec Gurshad Shaheman.

Deux films :

Les disparates de Boris Charmatz et César Vayssié.

Virus de Yan Duyvendak.

Un concert:

#laservante est de retour avec ONL.

Une interview et atelier corporel :

Continuous de danser ! Avec Boris Charmatz, Tatiana Julien, Sylvain Groud.

Une entretien :

La création continue pour les artistes du pôle européen ! avec Lisaboa Houbrechts, Gurshad Shaheman et Jeanne Lazar.

Méthodologie et protocole d'enquête de l'étude de cas

Pendant les temps de confinement, du 17 mars au 11 mai 2020 et du 30 octobre au 15 décembre 2020, le Phénix a mis à disposition une série de propositions sur Facebook, afin d'offrir une programmation en ligne. Deux temps de rencontres ont été créés avec les publics les mercredis et vendredis à 21h sur la page Facebook de la structure, puis seulement les vendredis pendant le deuxième confinement. Cette programmation a eu lieu du 25 mars au 19 juin pour le premier confinement et du 6 au 27 novembre pour le deuxième confinement.

Nous avons constitué le questionnaire autour de trois thématiques. En premier, nous avons orienté les questions autour de la pratique artistique et culturelle des personnes avant que n'entre en vigueur le confinement. Les questions suivantes y ont été abordées : fréquentation des établissements culturels, types d'établissements fréquentés et univers artistique pratiqué. La deuxième partie, elle, s'est centrée sur la relation entre les personnes et le Phénix. Il s'agissait de savoir si les personnes avaient déjà un lien établi avec la structure et de connaître quelle était leur pratique culturelle. Il était important pour nous de savoir si, avant d'aller voir un spectacle, elles faisaient des recherches sur l'œuvre ou sur les acteurs ou le metteur en scène, en se procurant ces informations sur Internet (sur des blogs culturels, des sites spécialisés, le site de la structure ou des *teasers*), sur la presse écrite ou par le bouche-à-oreille, et de savoir si, de la même manière, elles poursuivaient cette exploration une fois sorties de la salle. Pour finir, la dernière partie du questionnaire a été centrée sur les propositions développées par le Phénix. Il était question de savoir d'une part, si les personnes avaient profité du contenu mis en ligne et d'autre part, si le contenu avait permis une meilleure réception des spectacles et une meilleure connaissance de la programmation du Phénix. L'objectif était également d'évaluer dans quelle mesure ces initiatives avaient permis de maintenir, de créer ou de renforcer les liens avec la structure.

Dans le cadre de notre thèse, les projets de médiation culturelle numérique étudiés ont été développés autour d'un seul spectacle. Ces projets ont fait l'objet de différentes actions culturelles autour d'une œuvre en présentiel et avec un outil numérique. Afin de maintenir une

cohérence pour notre analyse sur l'appropriation de l'œuvre *via* un outil numérique, nous nous sommes orientés vers les propositions développées par le Phénix. Ce dernier a mis en place la diffusion en ligne de captations de spectacles pendant les deux périodes de confinement.

Le questionnaire est constitué de 49 questions ouvertes et fermées. Il a été élaboré par nos soins puis transmis à la structure, laquelle a souhaité apporter quelques modifications afin d'ajuster au mieux les questions destinées à ses publics.

Le questionnaire a été intégré à la *newsletter* du Phénix et envoyé aux individus *opt-in*⁵⁰⁷ de sa base de données. Cette base intègre les abonnés inscrits préalablement à la *newsletter*, ainsi que les étudiants faisant partie des fichiers contacts du service des relations avec les publics. Le lien de l'enquête a été disponible pendant trois semaines sur la plateforme Google-Form, du 19 décembre 2020 au 8 janvier 2021.

Le questionnaire a été envoyé à 5789 personnes. L'échantillon final est constitué par **156 personnes** (âgées de 17 ans et plus, dont 73 % de femmes)

Les réponses obtenues ont montré que la catégorie socioprofessionnelle « étudiants » était la plus représentée parmi les autres catégories. Par conséquent, pour l'analyse de certaines questions du questionnaire, nous avons considéré l'ensemble des réponses plutôt qu'une analyse par catégorie socioprofessionnelle spécifique.

De même, en raison d'un nombre insuffisant de répondants dans certaines catégories socioprofessionnelles (CSP) et suite aux échanges avec la chargée de relations avec les publics scolaires du Phénix, nous avons décidé de restreindre notre analyse aux catégories suivantes : étudiants, professions intermédiaires, cadres et retraités, car ce sont des personnes issues de ces catégories qui ont le plus participé, nous offrant ainsi des données plus fiables pour notre analyse.

⁵⁰⁷ Définition Opt-in : l'opt-in est le principe par lequel un individu doit donner son consentement préalable et explicite avant d'être la cible d'une prospection directe, [<https://www.definitions-marketing.com/definition/opt-in/>], (consulté le 18 septembre 2022)

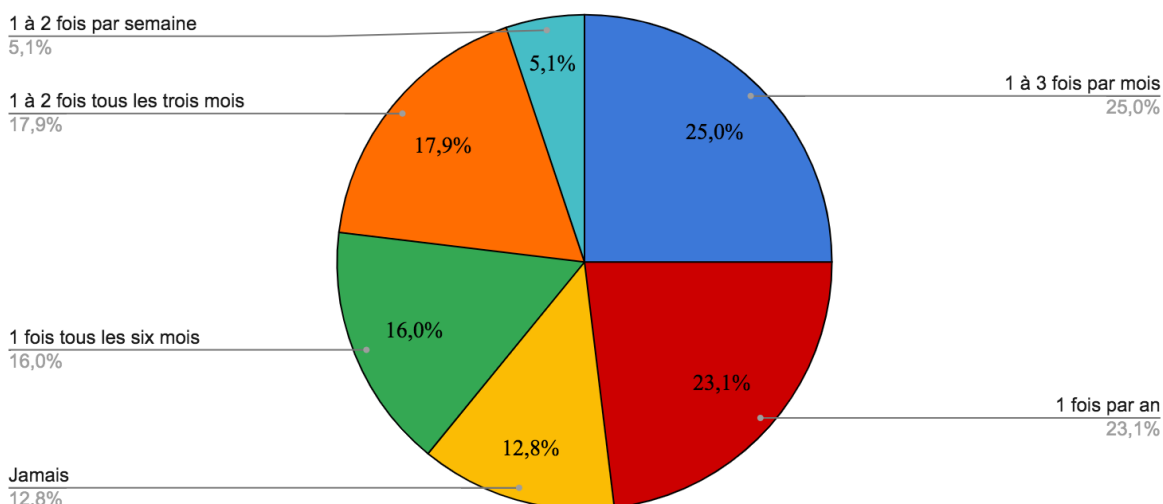
2.2 Analyse de l'étude de cas du Phénix

a) Pratique culturelle en général (avant le confinement)

Cette première partie rend compte des pratiques culturelles des personnes ayant répondu au questionnaire.

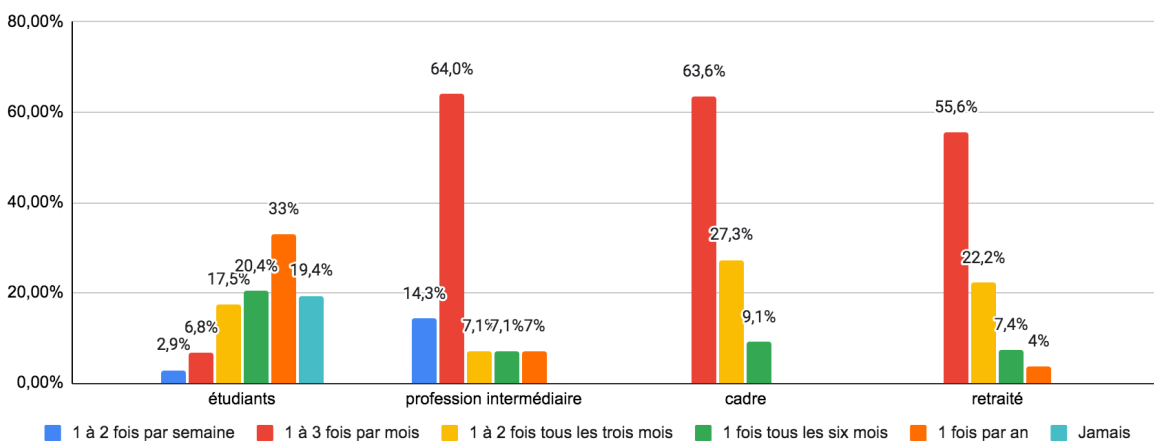
Les résultats concernant la fréquentation de salles font apparaître deux types de publics (figure 1) : un public qui va souvent (1 à 3 fois par mois) voir des spectacles et un public qui y va rarement (1 fois par an).

Figure 1 - À quelle fréquence allez-vous voir des spectacles ?



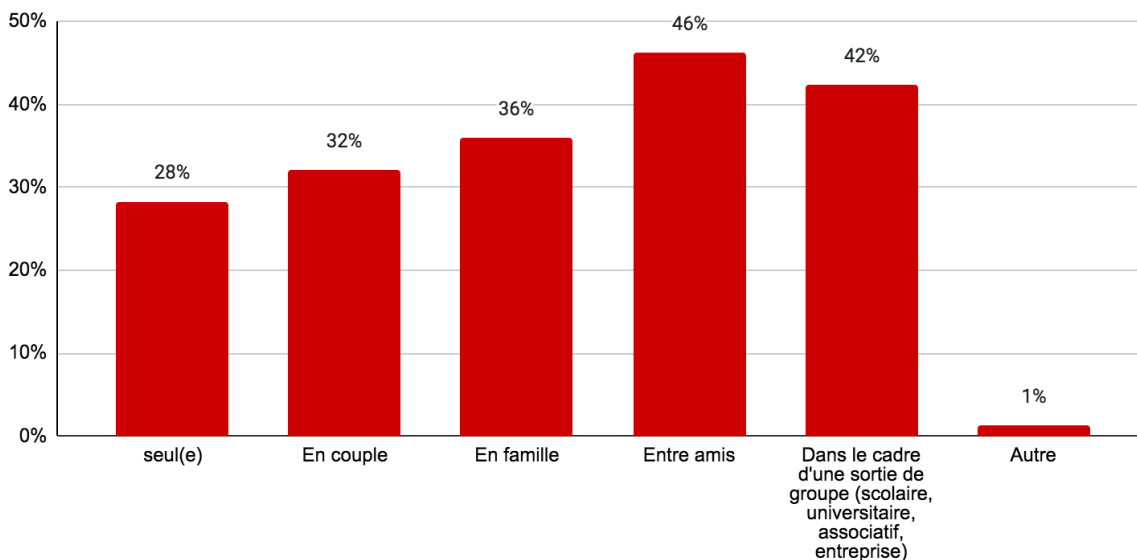
La figure 2 montre que ce sont les catégories socioprofessionnelles intermédiaires, les cadres et les retraités qui fréquentent le plus souvent les salles de spectacles (figure 2).

Figure 2 - À quelle fréquence allez-vous voir des spectacles ?



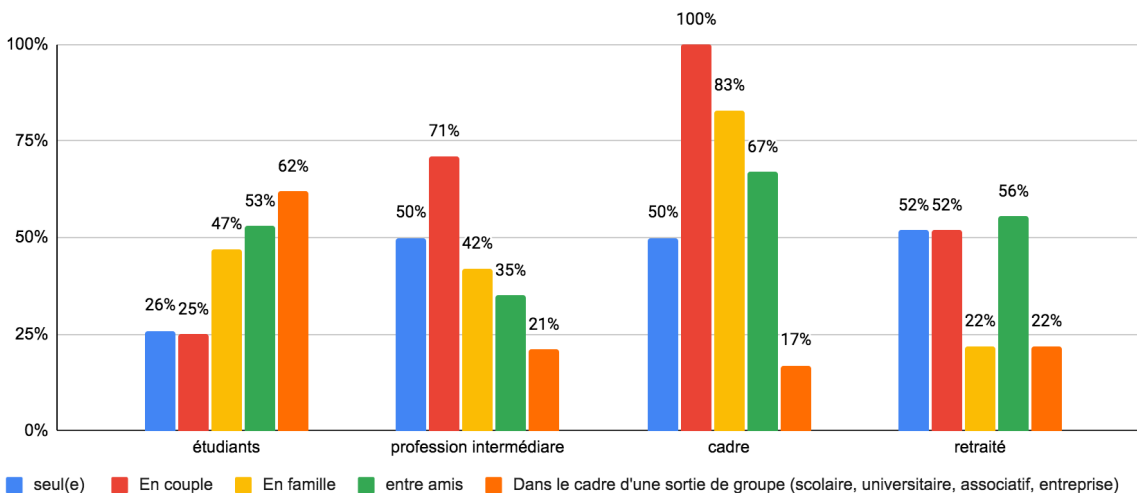
La figure 3 met en évidence le fait qu'aller voir un spectacle est une activité sociale qui se pratique le plus généralement en famille, en couple ou entre amis. Les résultats obtenus montrent que la sortie entre amis est privilégiée par 46% des répondants.

Figure 3 - Quand vous allez voir un spectacle, vous allez ...(plusieurs choix possibles)



La figure 4 nous permet d'avoir une meilleure connaissance des habitudes de fréquentation des personnes et de comprendre comment celles-ci se répartissent selon les catégories socioprofessionnelles. Parmi les catégories socioprofessionnelles, on peut voir que les cadres privilégient les sorties en couple ou en famille alors que la plupart des étudiants (62%) vont assister à un spectacle dans le cadre de sorties organisées au sein de groupes constitués (scolaires, universitaires, associatives).

Figure 4 - Quand vous allez voir un spectacle, vous allez ...(plusieurs choix possibles)

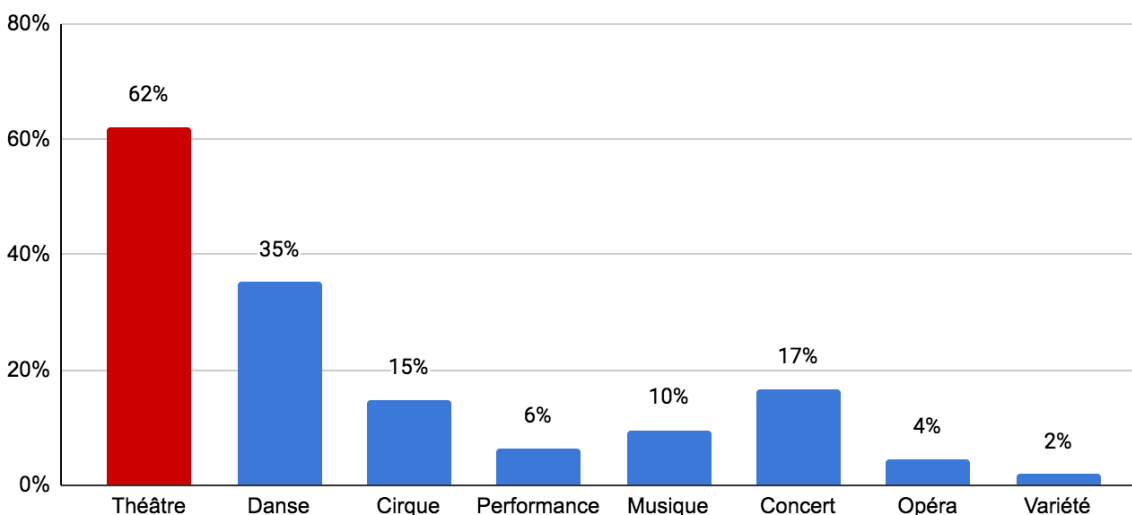


Quant à la question liée au genre de spectacle que les personnes vont voir (figure 5), l'univers théâtral est celui qui revient le plus (62%), suivi de la danse (35%). Il convient de rappeler que la programmation du Phénix est pluridisciplinaire mais que les spectacles de théâtre y sont plus nombreux que les autres disciplines. Le choix des personnes est guidé par le plaisir que procure la scène et celui de voir les artistes ou d'en découvrir de nouveaux. De plus, les choix de certaines personnes sont influencés par leur propre pratique artistique (théâtre, danse, musique) en tant qu'amateur ou professionnel. D'autres personnes encore disent se déplacer par plaisir, par intérêt intellectuel, par passion ou simplement pour se divertir.

Dans les commentaires recueillis, nous avons remarqué que les étudiants indiquent que leurs choix de spectacles sont souvent induits par leur cursus scolaire ou universitaire. De plus, ils témoignent un intérêt plus marqué pour l'univers artistique du théâtre qui leur procure une large palette de stimulations : plaisir, coupure du quotidien, divertissement, éducation, culture, curiosité, découverte. Certains d'entre eux lient le choix des spectacles à leur désir de découvrir de nouvelles créations artistiques ainsi qu'à la possibilité de découvrir de nouveaux artistes et mises en scène.

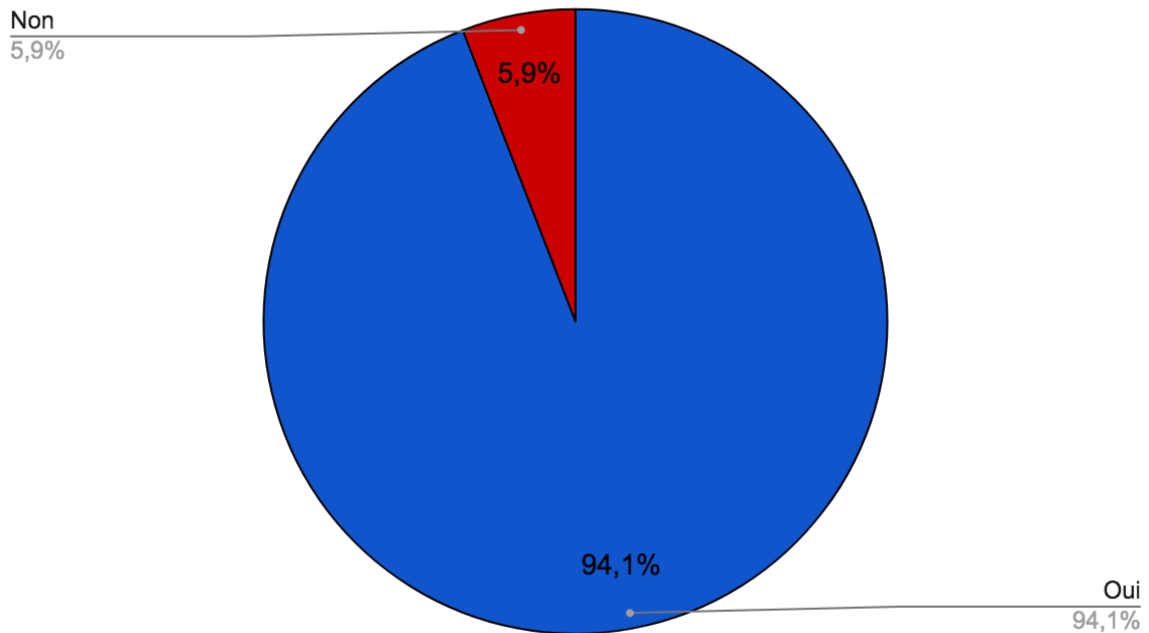
Quant à l'univers de la danse, il est valorisé pour son pouvoir narratif et la chorégraphie qui permet d'apprécier les mouvements du corps. C'est également un univers associé à la découverte et à l'exploration artistique. Les publics de spectacles de danse ont souvent une pratique personnelle de cette discipline et apprécient de pouvoir partager ce moment entre amis et/ou en famille.

Figure 5 - Quel genre de spectacle allez-vous voir et pourquoi? (théâtre, danse, performance, cirque...)



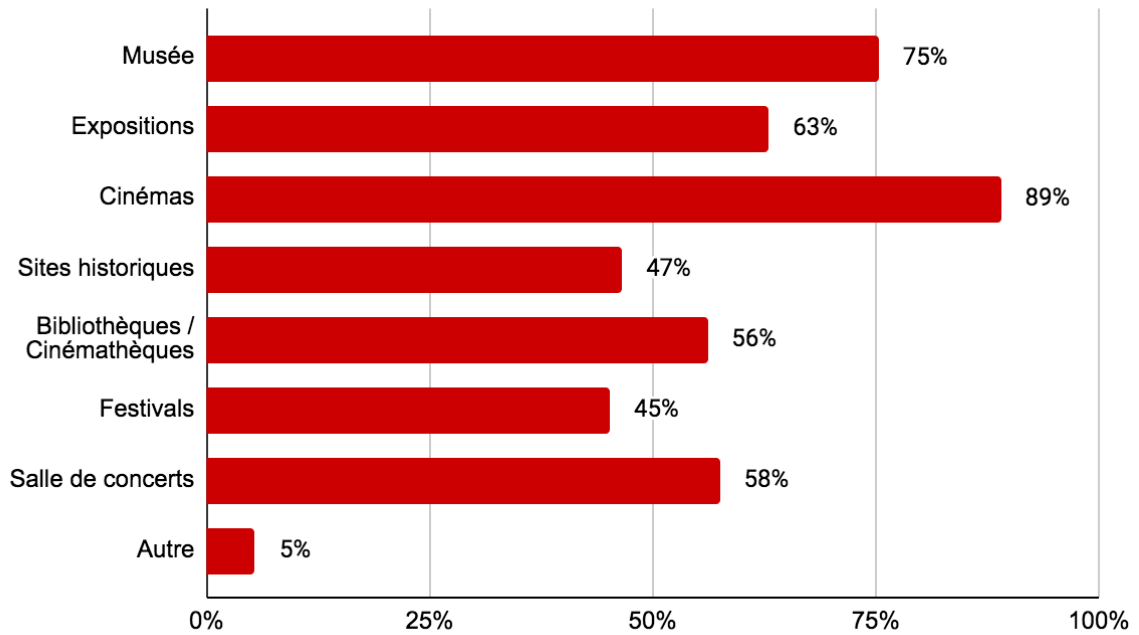
Une grande majorité des personnes interrogées (94% des participants) ont fréquenté un établissement culturel (figure 6).

Figure - 6 Fréquentez-vous d'autres institutions culturelles ?



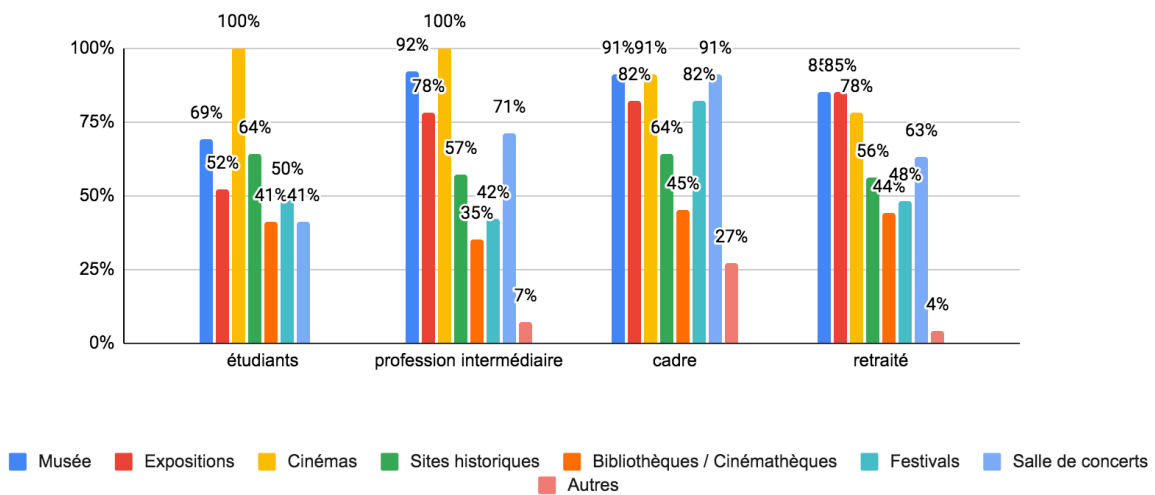
Parmi ces institutions culturelles, la majorité des enquêtés (89%) plébiscite le cinéma puis la sortie au musée (figure 7).

Figure 7 - Si oui, lesquelles ?



La fréquentation des équipements culturels en fonction des CSP (figure 7a) montre peu de différences significatives. Seule la fréquentation “d’autres lieux” diminue de quelques points pour la CSP étudiants par rapport aux autres CSP, la seule différence étant que le cinéma reste en tête.

Figure 7a - Si oui, lesquelles ?

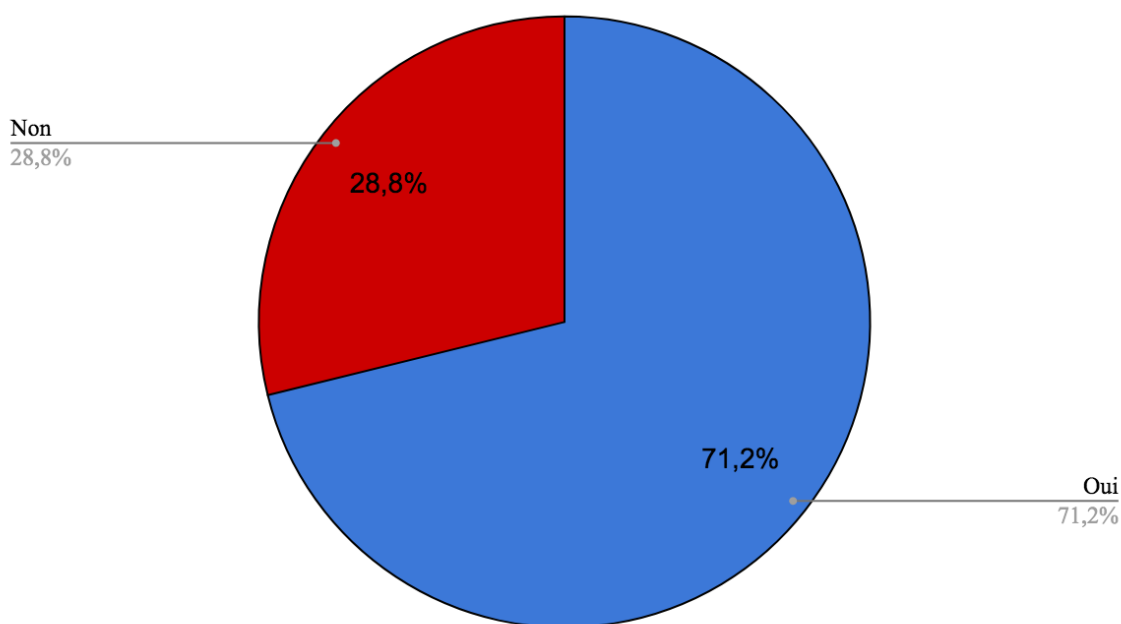


b) Relation avec la structure

La deuxième partie du questionnaire est centrée sur la relation entre le public et le Phénix.

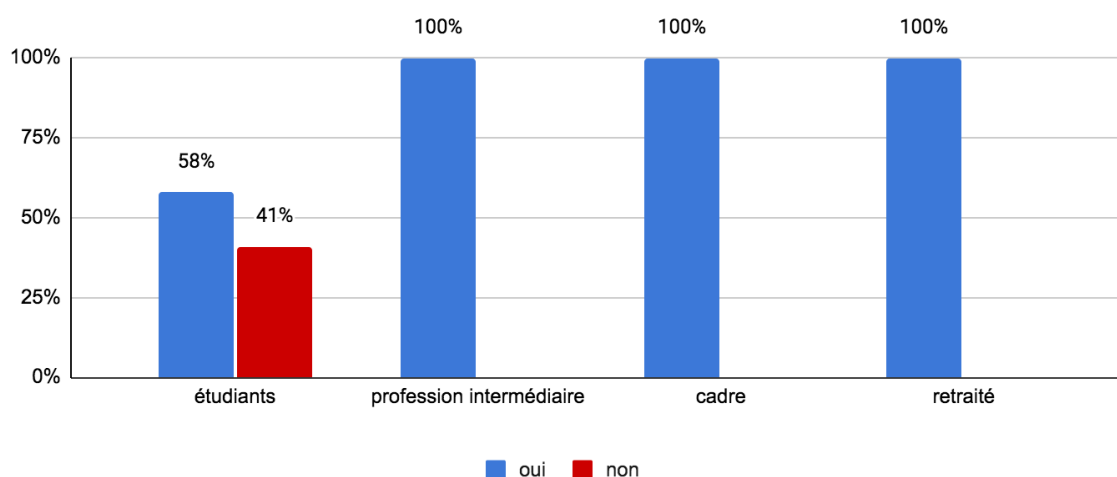
71,2% des personnes se sont déjà rendues dans la structure.

Figure 8 - Êtes-vous déjà allé(e) au Phénix ?



La Figure 8a montre que la majorité des étudiants de la CSP ont répondu "Non" à la question : "Êtes-vous déjà allé au Phénix ?". Cette réponse peut sembler paradoxale, car les étudiants font partie intégrante des projets d'actions de médiation culturelle et artistique du Phénix. Dans ce cadre, les étudiants ayant répondu au questionnaire ont visité le Phénix et ont assisté, à au moins, un spectacle au sein de la structure. Il est possible que certains d'entre eux ne fassent pas le lien entre leur visite au Phénix dans un cadre scolaire et une visite de leur propre initiative. Par conséquent, une partie des étudiants considèrent ne pas connaître le Phénix. Une enquête par entretien aurait pu permettre de confirmer ou d'infirmer cette hypothèse.

Figure 8a - Êtes-vous déjà allé(e) au Phénix ?



Pour l'ensemble des participants, la fréquentation du Phénix se répartit de manière plus ou moins hétérogène (figure 9). En revanche, on peut constater (figure 9a) que parmi ceux qui y vont rarement (moins de 3 fois par an), les trois quart sont des étudiants, suivis par les retraités qui y vont occasionnellement (entre 5 et 3 fois par an).

Figure 9 - Si oui, à quelle fréquence y allez-vous ?

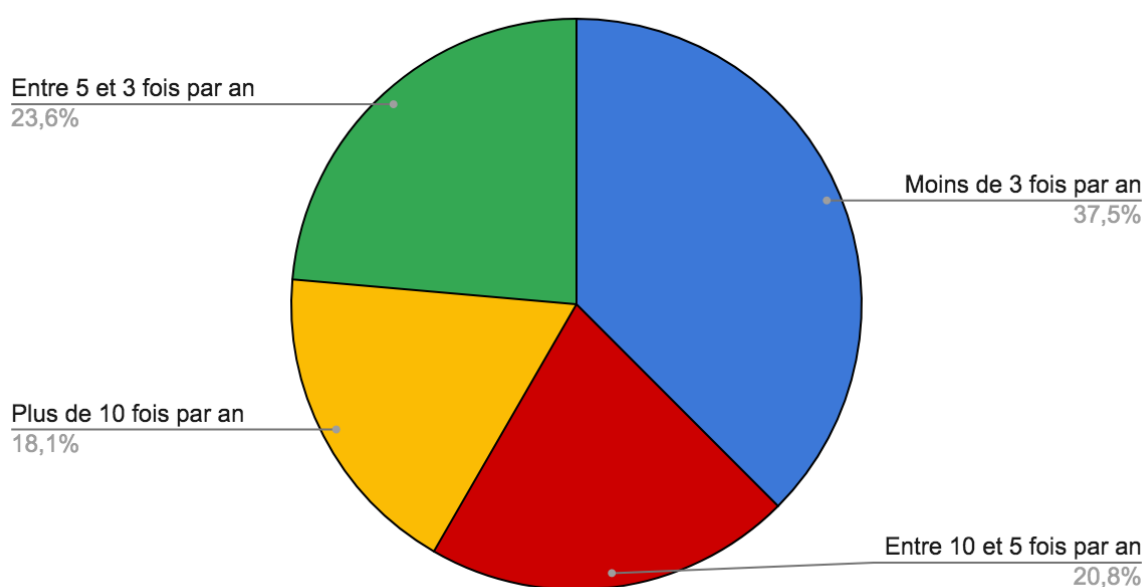
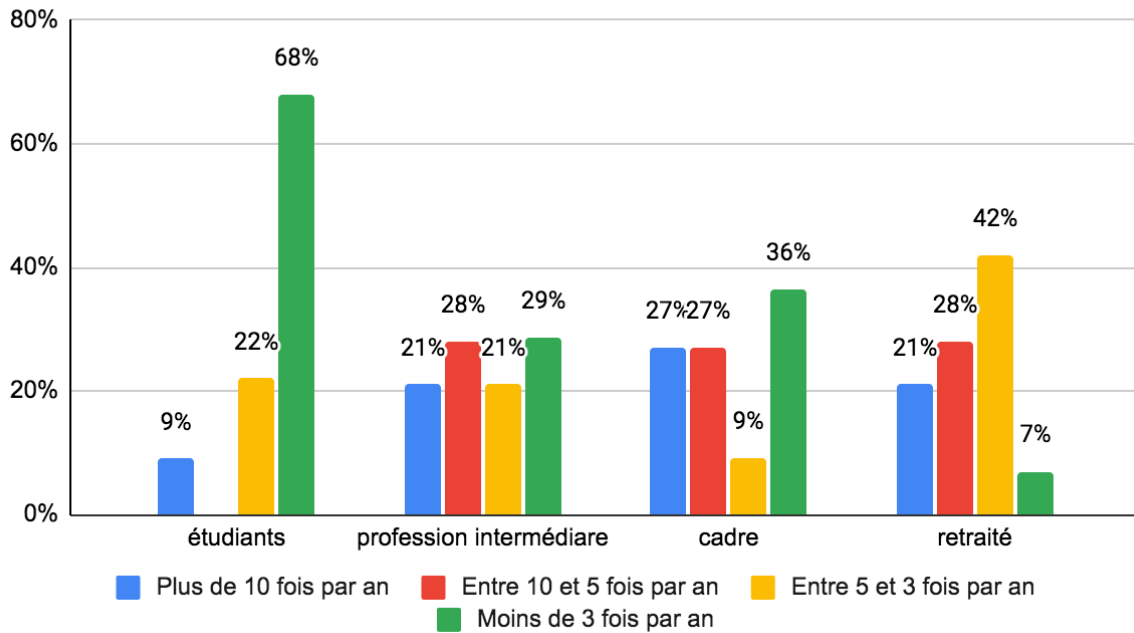


Figure 9a - Si oui, à quelle fréquence y allez-vous ?



71,5% des personnes enquêtées n'ont pas souscrit à une formule de fidélisation (abonnement) du Phénix (figure 10). Il s'agit majoritairement d'étudiants (figure 10a). En revanche, on constate chez les retraités, cadres et professions intermédiaires un engagement plus fort avec la structure.

Figure 10 - Avez-vous un abonnement ou un pass ?

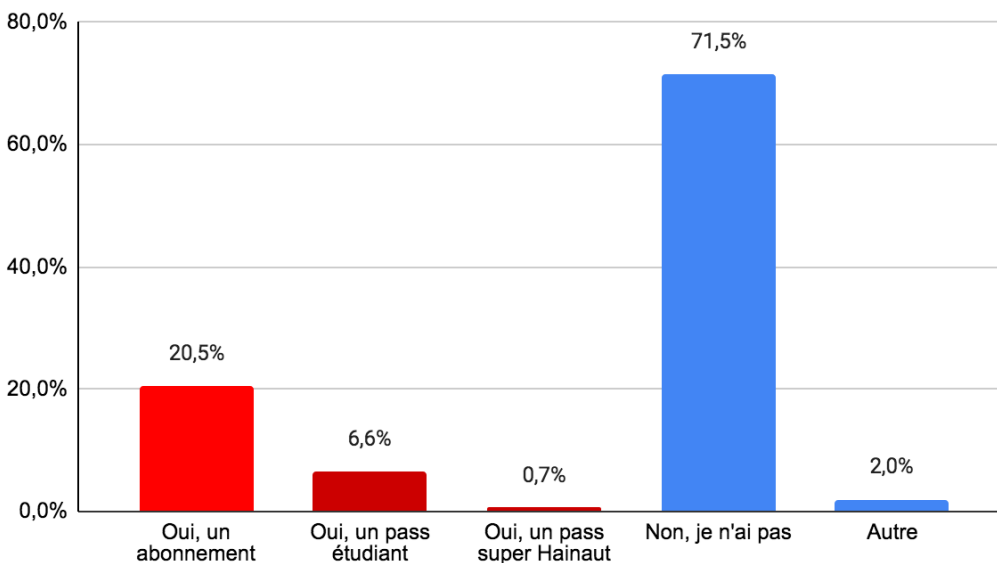
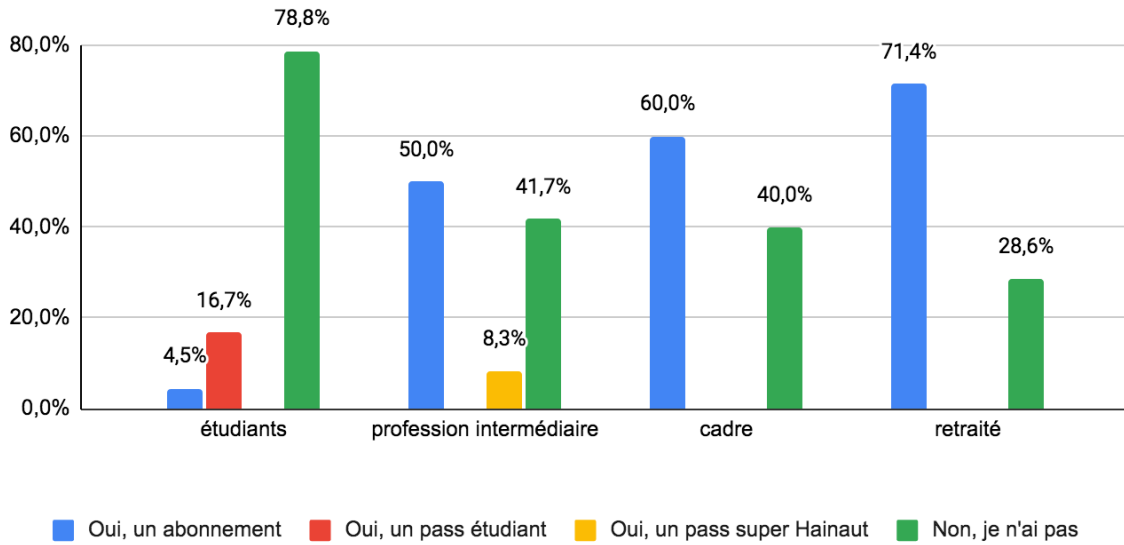


Figure 10a- Avez-vous un abonnement ou un pass ?



Pour s’informer sur les activités du Phénix, les canaux les plus utilisés par les participants sont le site Internet et les réseaux sociaux de la structure ainsi que la brochure de la saison qui leur est envoyée par courrier à leur domicile (figure 11).

Cependant, même si la brochure papier est privilégiée par les cadres, retraités et professions intermédiaires (figure 11a), l’utilisation du numérique se révèle aussi être un canal important pour suivre les informations et les actualités de la structure. Quant à la CSP- étudiants, elle privilégie le numérique pour accéder aux informations.

Figure 11 - Par quel canal suivez-vous la programmation du Phénix ? (plusieurs choix possibles)

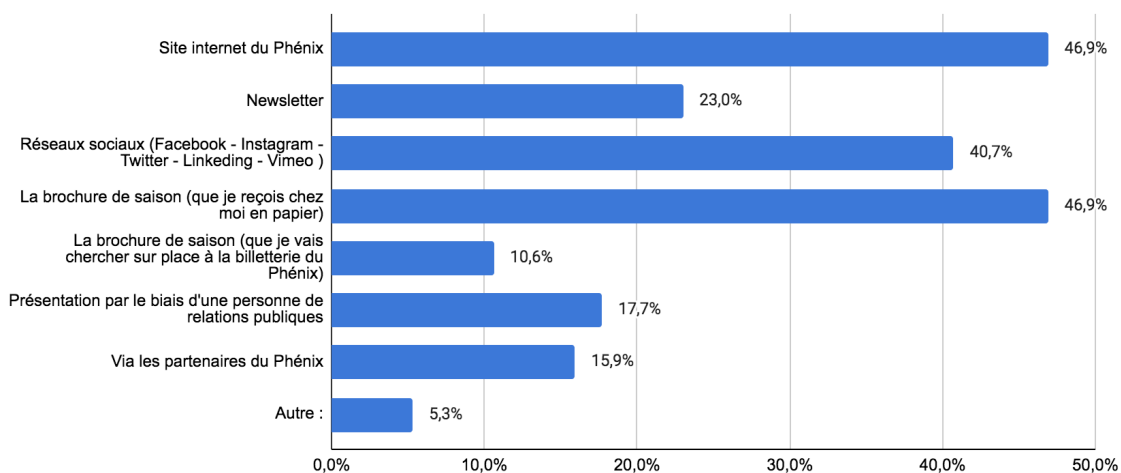
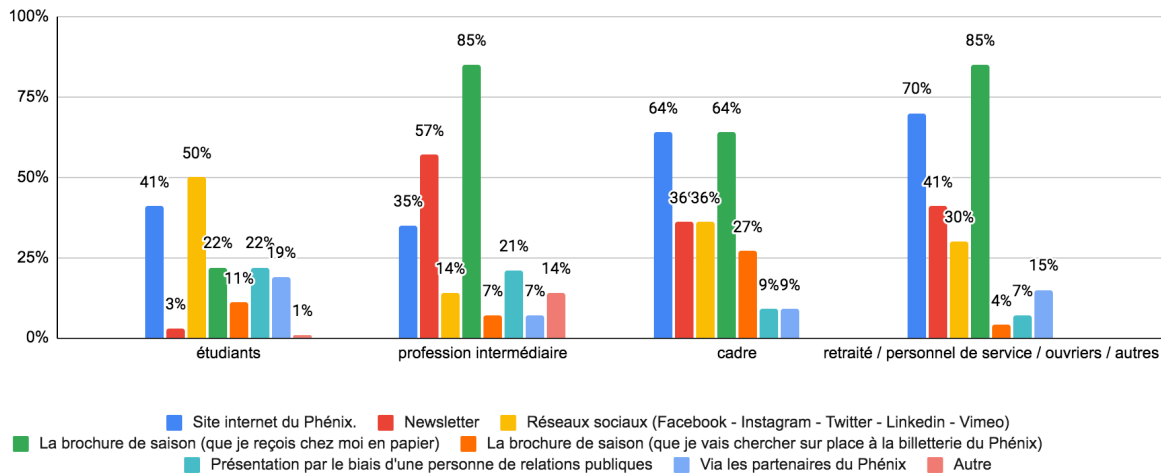
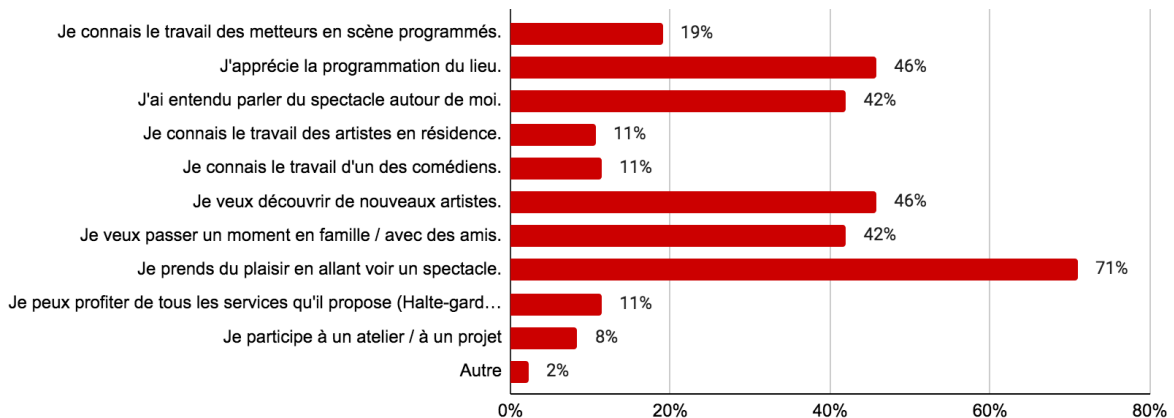


Figure 11a - Par quel canal suivez-vous la programmation du Phénix ? (plusieurs choix possibles)



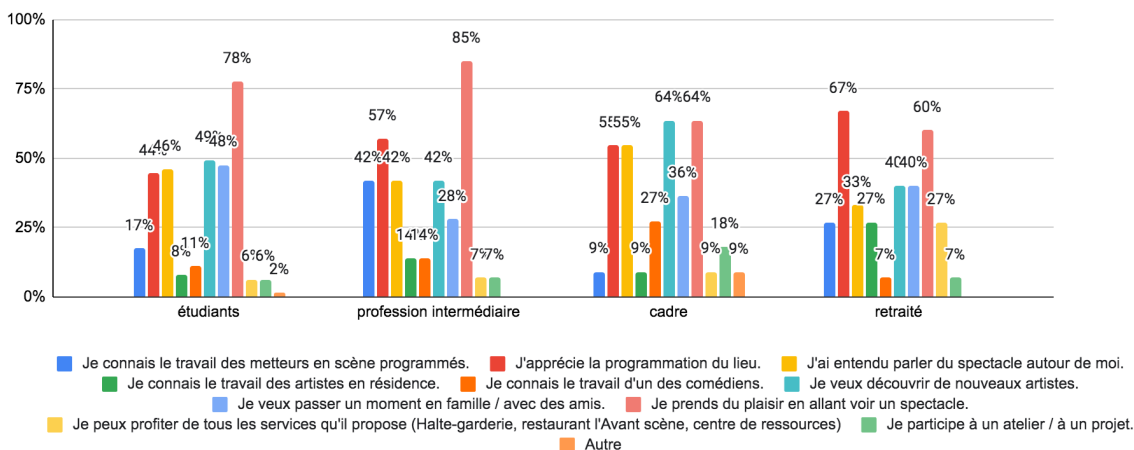
Pour l'ensemble de participants (71%), la motivation principale pour assister à un spectacle au Phénix repose sur le plaisir procuré par l'expérience esthétique vécue.

Figure 12 - Quelles sont vos motivations pour aller voir un spectacle au Phénix? (plusieurs choix possibles)



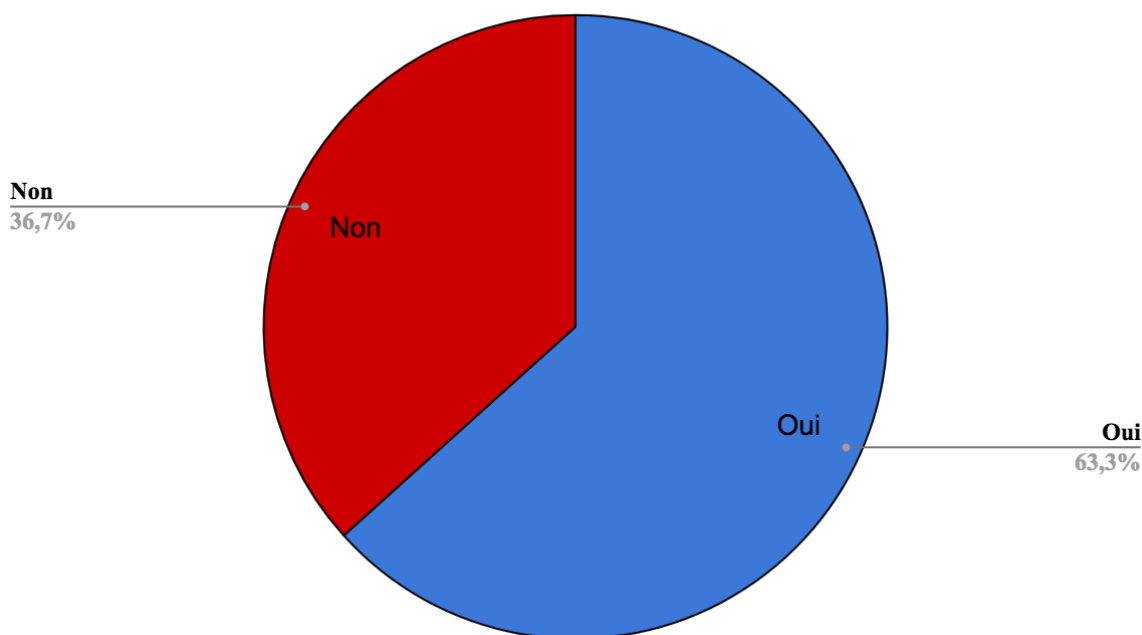
Les motivations des personnes pour aller au Phénix ne diffèrent pas beaucoup les unes des autres selon les différentes CSP (figure 12a). En plus de la valeur plaisir comme élément déclencheur de la sortie au spectacle, ce qui motive aussi les personnes, c'est la programmation et les autres activités annexes proposées (restaurant, centre de ressources, etc) par la structure. En revanche, très peu de personnes manifestent leur volonté de voir une pièce uniquement parce qu'elles seraient attirées par le travail d'un artiste en résidence ou par le travail d'un comédien en particulier.

Figure 12a - Quelles sont vos motivations pour aller voir un spectacle au Phénix? (plusieurs choix possibles)



63,3% des personnes ont l'habitude de préparer leur sortie avant d'aller voir un spectacle (figure 13).

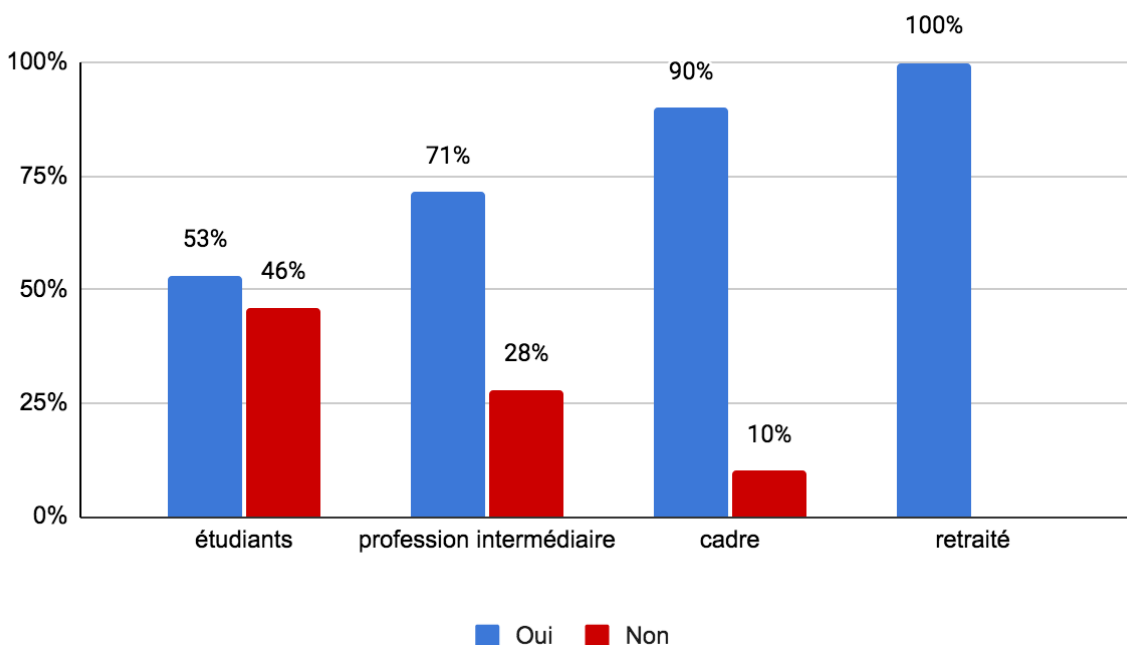
Figure 13 - Préparez-vous votre sortie au spectacle ?



Une corrélation peut être observée entre le nombre de personnes qui ont un abonnement et celui des personnes qui préparent leur sortie (figure 13a). Il semble que la préparation d'une sortie culturelle soit un comportement qui se construit de façon progressive. Cette tendance peut être corroborée par la fréquence de participation des personnes (cf. figure 9a). Les CSP profession intermédiaire, cadre et retraité possèdent pour la plupart un abonnement,

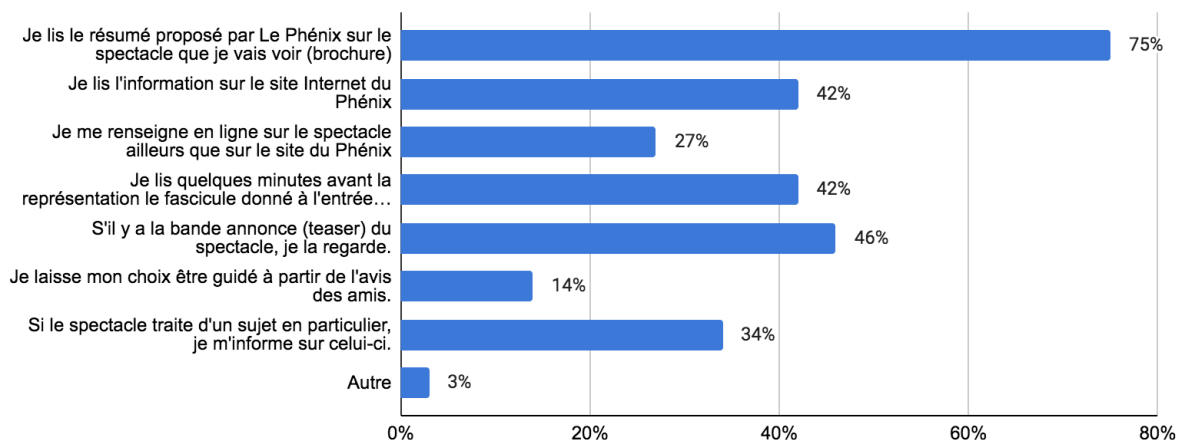
contrairement aux étudiants parmi lesquels seul un faible pourcentage a souscrit à un abonnement ou à un pass étudiant. (cf. figure 10a).

Figure 13a - Préparez-vous votre sortie au spectacle ?



La préparation pour aller voir un spectacle commence par la lecture du résumé du spectacle qui se trouve dans la brochure (figure 14).

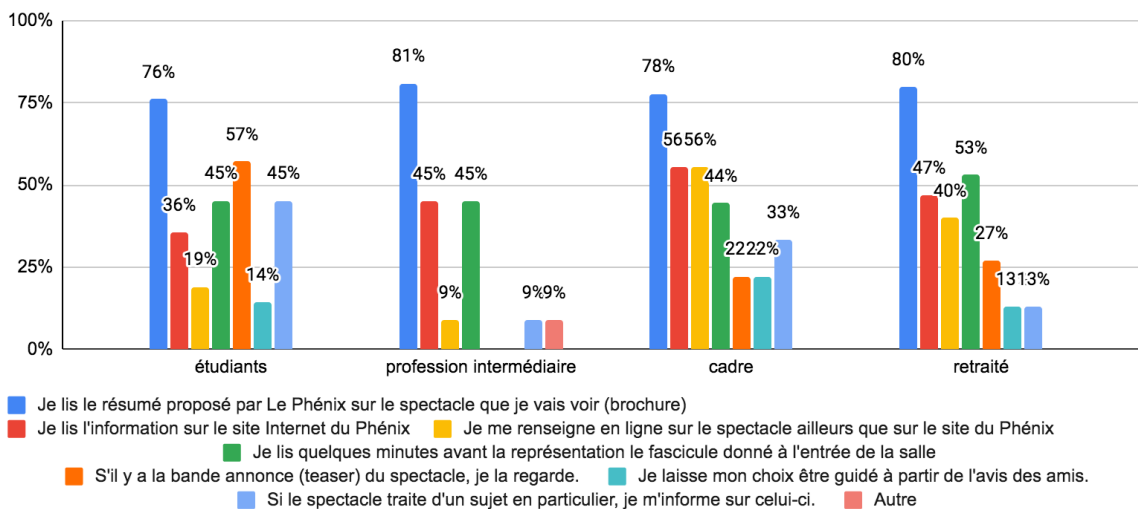
Figure 14 - Si oui, comment préparez-vous votre sortie au spectacle? (plusieurs choix possibles)



La recherche d'informations sur le spectacle s'effectue aussi sur le site Internet de la structure ou sur d'autres sites Internet. Les étudiants accordent davantage d'importance à l'image que

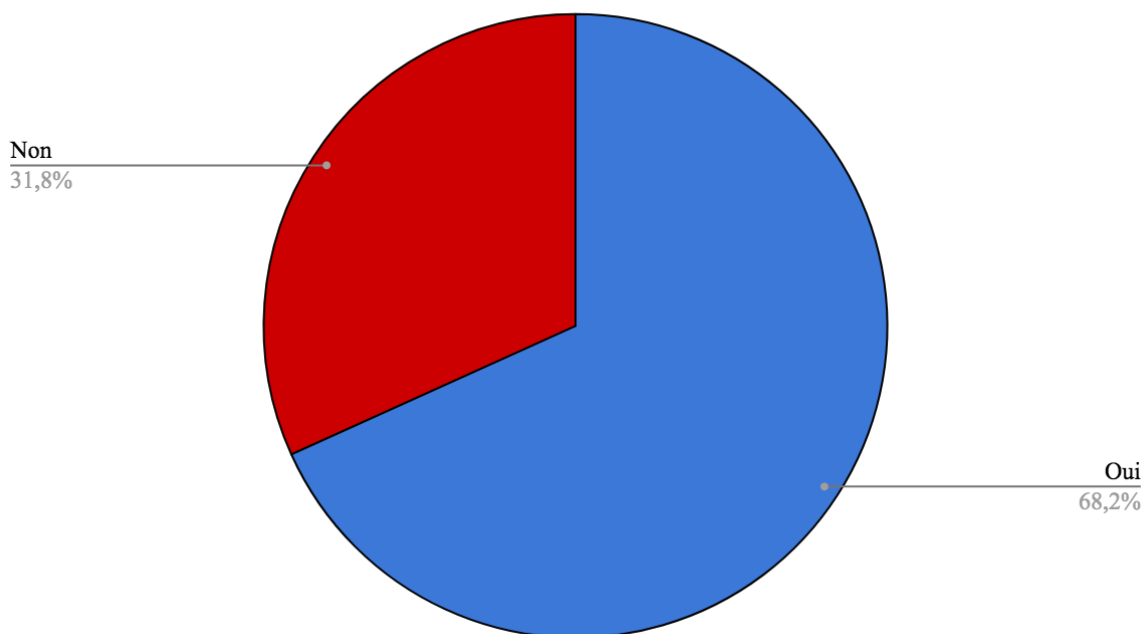
les autres catégories CSP. Ils vont se référer aux bandes-annonces comme source d'information et également au programme de salle ou à la brochure si l'œuvre traite d'un sujet en particulier. (figure 14a)

Figure 14a - Si oui, comment préparez-vous votre sortie au spectacle? (plusieurs choix possibles)



Après le spectacle 68,2% des personnes continuent leur expérience.

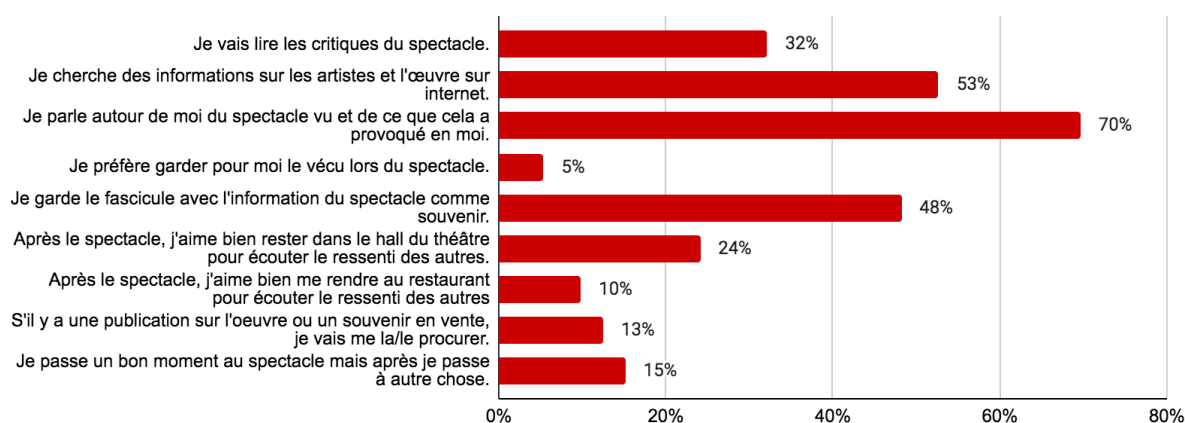
Figure - 15 Continuez-vous votre expérience après avoir vu un spectacle ?



70% des répondants pensent que parler de son expérience est une manière de continuer à vivre le moment vécu dans la salle de spectacle. Le partage se fait le plus généralement au sein de son entourage (figure 16).

Il est intéressant de constater que les personnes enrichissent leur expérience en cherchant des informations sur Internet ou en lisant les critiques du spectacle. Cela montre leur volonté de mieux comprendre l'œuvre ou d'approfondir leur réflexion à son sujet. De plus, le programme distribué dans la salle joue un rôle important, c'est un souvenir significatif de l'instant vécu par les membres du public qu'ils emportent avec eux.

Figure 16 - Si oui, comment continuez-vous votre expérience ? (plusieurs choix possibles)

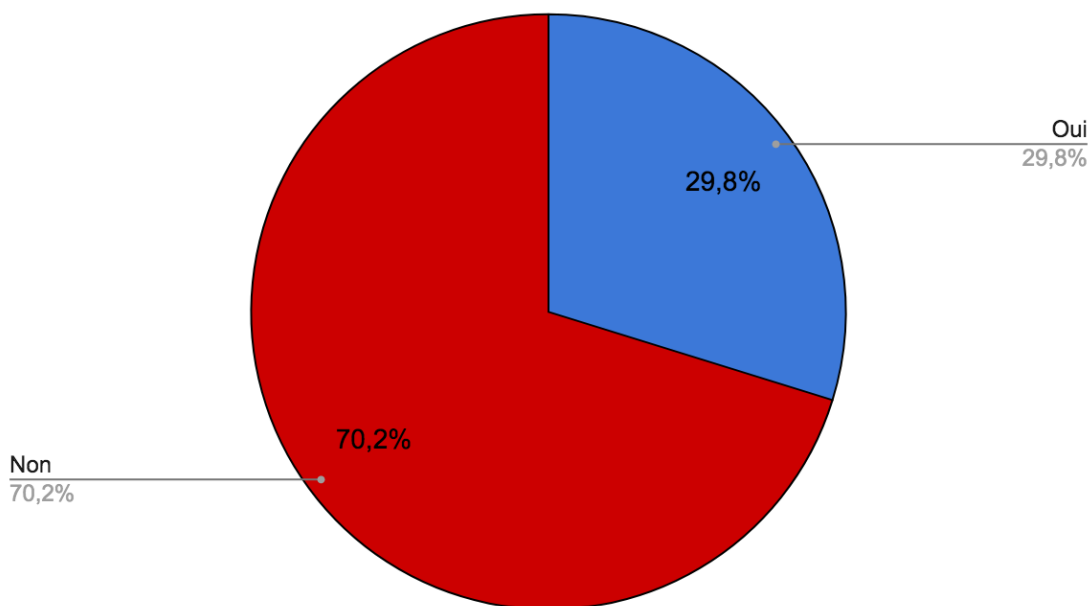


c) Propositions numériques et captations de spectacles

La troisième partie du questionnaire correspond à l'analyse des propositions mises en ligne par le Phénix pendant les périodes de confinement.

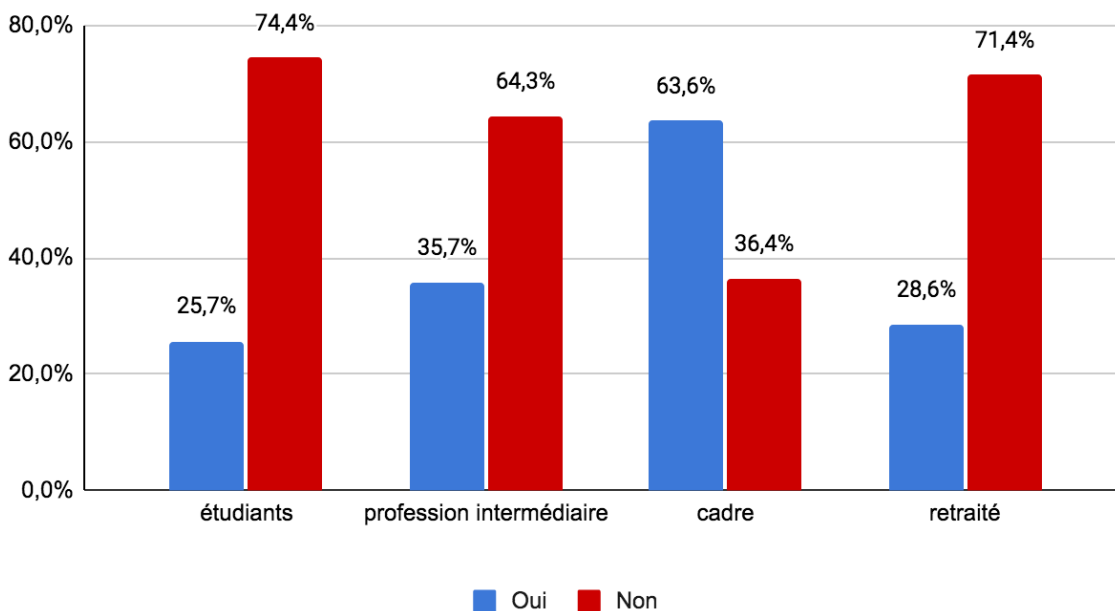
Parmi les répondants au questionnaire, seules 29,8% des personnes ont suivi la programmation en ligne.

Figure 17 - Avez-vous suivi les propositions en ligne du Phénix ?



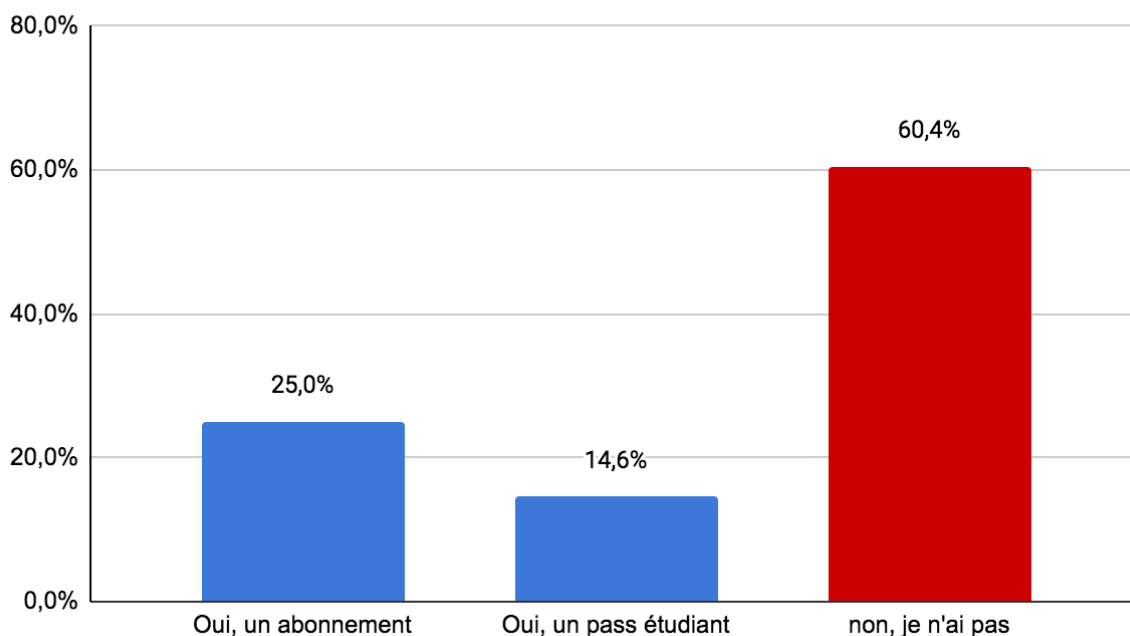
Parmi ceux qui ont suivi les propositions (figure 17a), les cadres sont majoritairement représentés (63,6%).

Figure 17a - Avez-vous suivi les propositions en ligne du Phénix ?



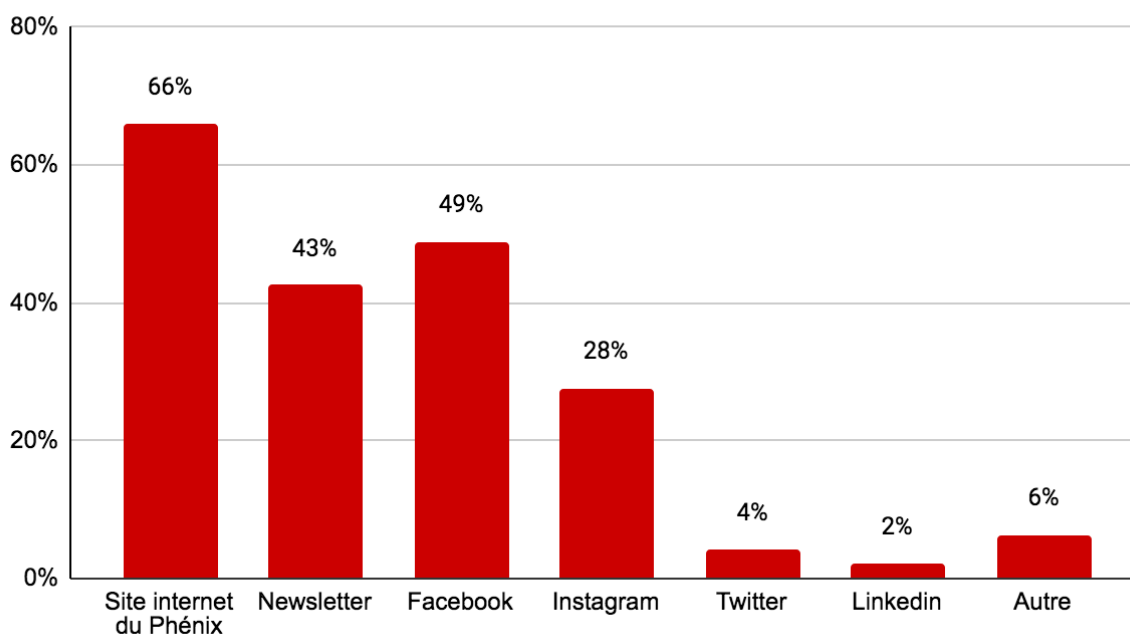
Parmi les personnes ayant suivi les propositions, 60,4% n'ont pas d'abonnement.

Figure 18 - Personnes abonnées VS sans abonnement ayant suivi les propositions



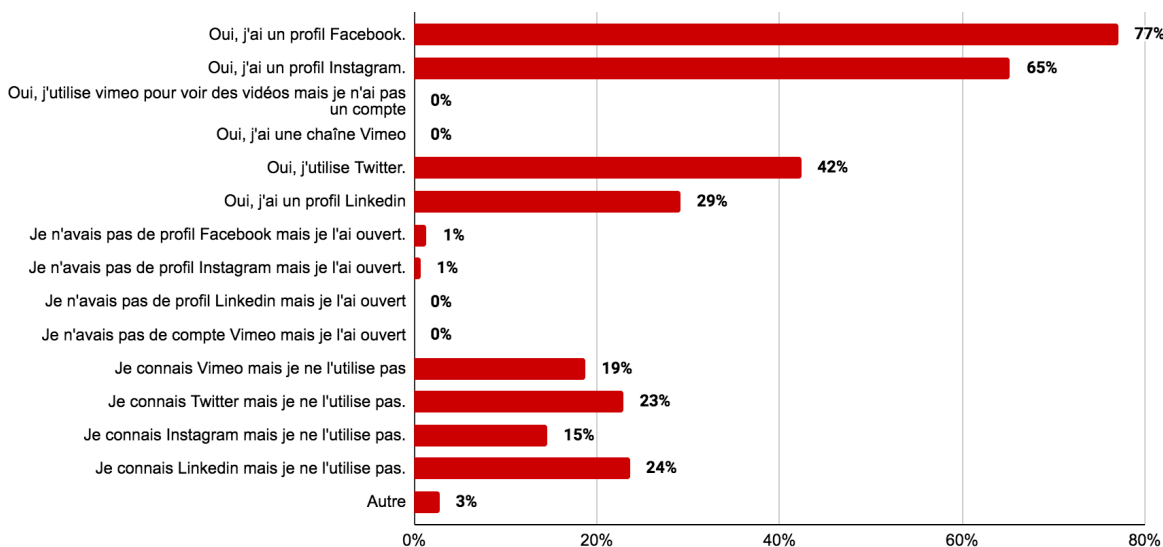
Le Phénix a utilisé différents canaux pour communiquer sur les propositions en ligne. Les canaux les plus utilisés par les répondants sont par ordre de grandeur le site Internet de la structure, puis Facebook et la *newsletter*.

Figure 19 - Si oui, comment y avez-vous accédé ? (plusieurs choix possibles)



Chez les enquêtés, on remarque une connaissance et une utilisation « aguerrie » des réseaux sociaux. Facebook et Instagram figurent parmi les plus utilisés.

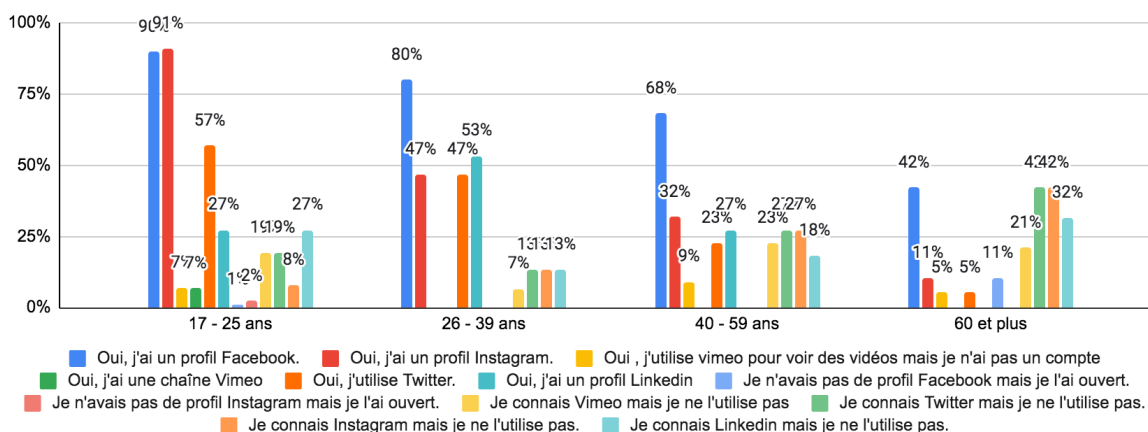
Figure 20 - Etiez-vous familiarisé avec les sites de réseaux sociaux ? (plusieurs choix possibles)



Une analyse sur l'utilisation des réseaux sociaux selon les âges, permet de voir que les générations qui ont entre 17 et 39 ans sont les plus présentes sur Facebook, Instagram et Twitter (figure 20a).

Les répondants âgés de 26 et 39 ans utilisent aussi LinkedIn⁵⁰⁸ (53%). Cela peut s'expliquer par le fait que cette tranche générationnelle correspond aux travailleurs actifs qui utilisent la plateforme pour alimenter et entretenir leur réseau professionnel. 11% des personnes de 60 ans et plus ont ouvert un compte Facebook.

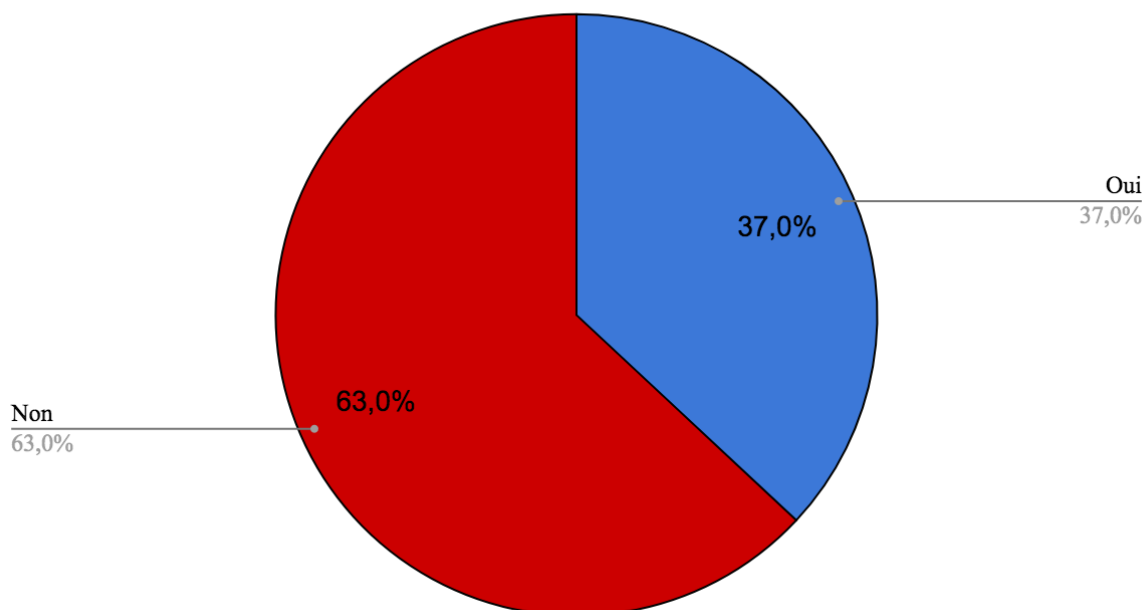
Figure 20a - Etiez-vous familiarisé avec les sites de réseaux sociaux ? (plusieurs choix possibles)



⁵⁰⁸ Réseau social professionnel

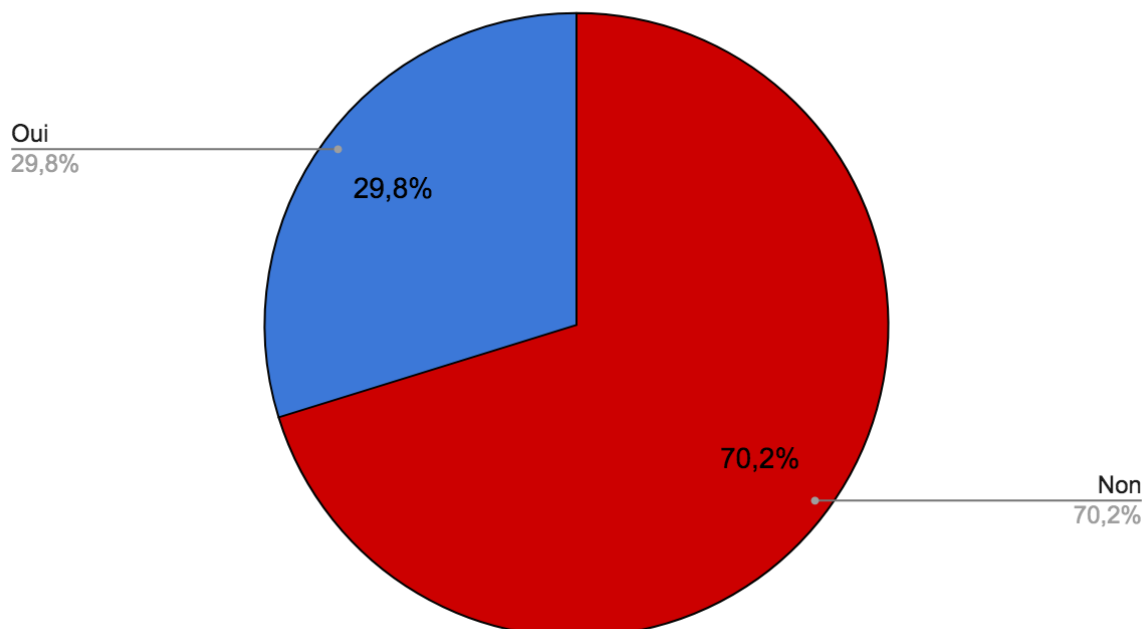
37% des personnes ont partagé les propositions sur les réseaux sociaux.

Figure 21 - Avez-vous partagé les propositions artistiques sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter...)?



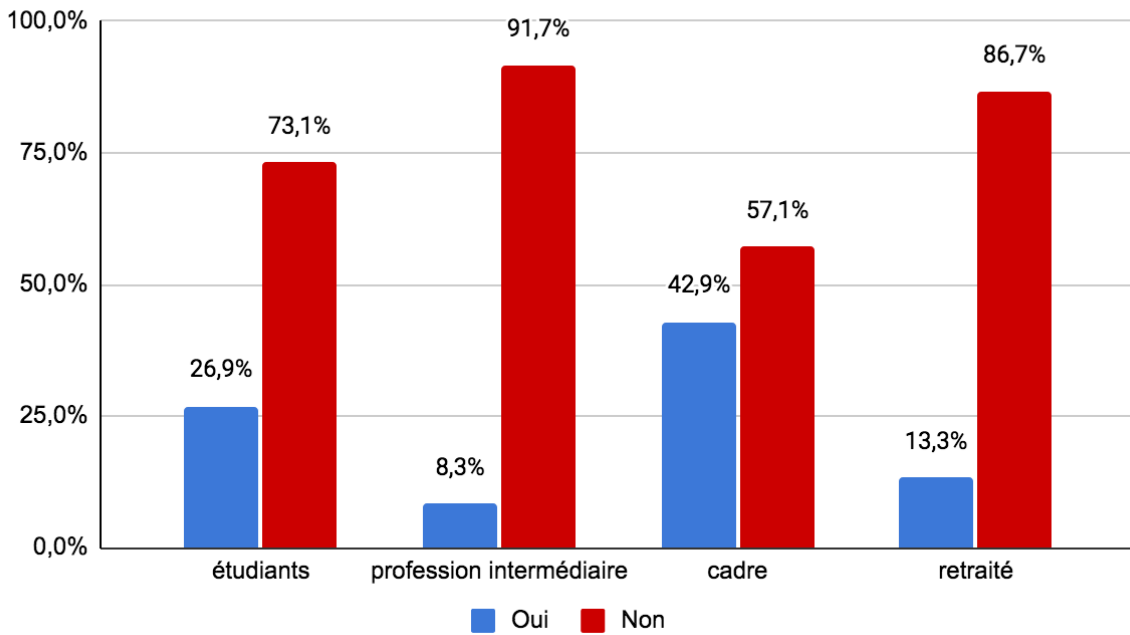
Et 29,8% des répondants ont réagi aux initiatives sur les réseaux sociaux.

Figure 22 - Avez-vous réagi à l'une des initiatives via les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter) ?



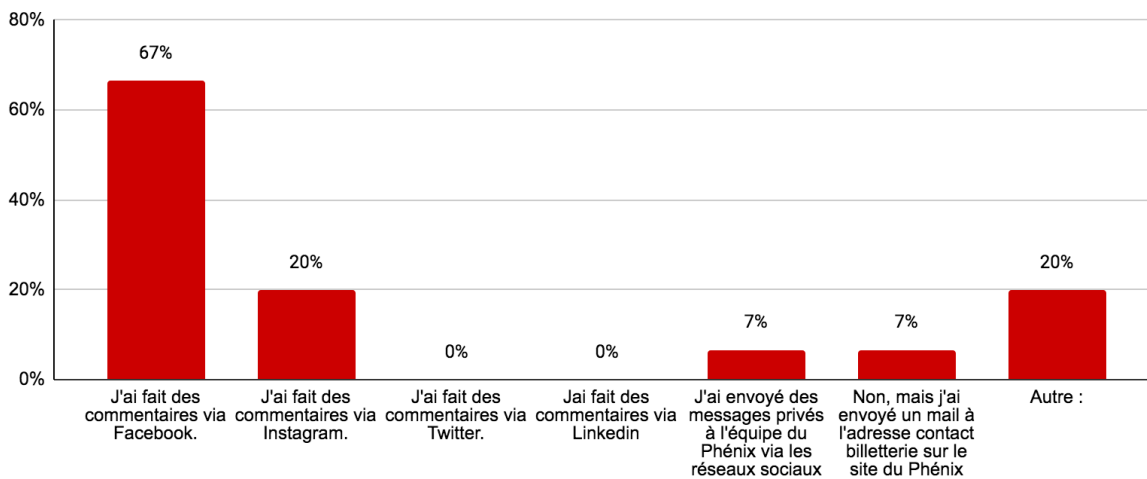
Les propositions ont suscité très peu de participation sur les réseaux sociaux selon les résultats de l'enquête. Ce sont les cadres et les étudiants qui ont le plus interagi.

Figure 22a - Avez-vous réagi à l'une des initiatives via les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter) ?



La participation s’est faite majoritairement en laissant un commentaire sur Facebook, probablement parce que les propositions étaient diffusées sur cette plateforme. Les autres plateformes utilisées par le Phénix n’ont servi principalement qu’à relayer l’information.

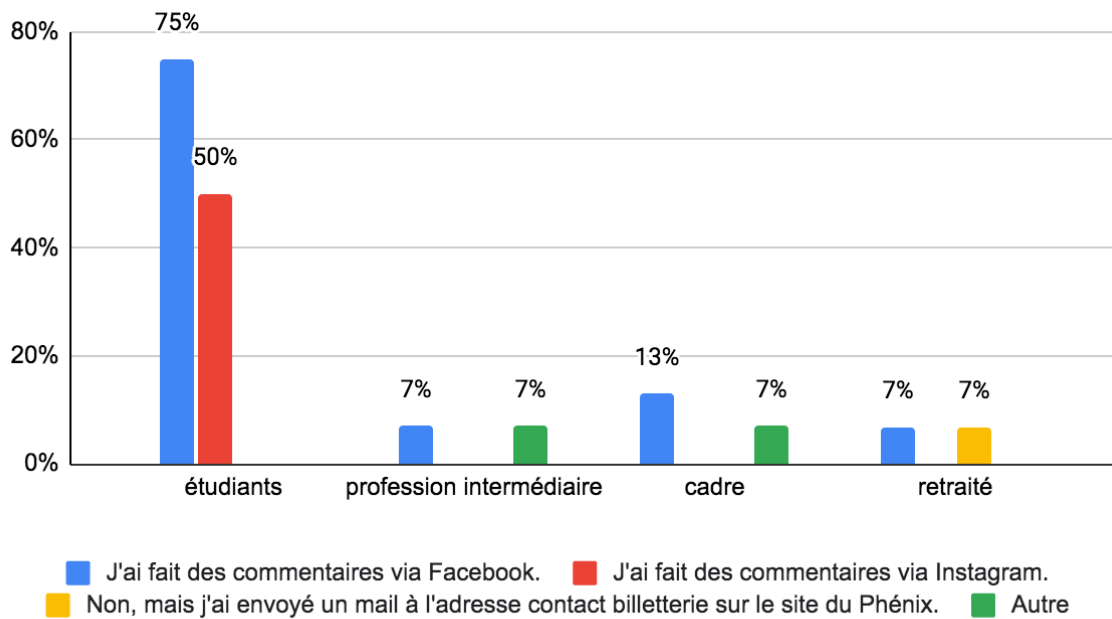
Figure 23 - Si oui, de quelle manière ? (plusieurs choix possibles)



Au-delà des commentaires laissés sur la page Facebook, les personnes utilisent d’autres canaux pour parler à leur entourage des initiatives de la structure : mail, téléphone ou par le biais de l’association Les Amis du Phénix⁵⁰⁹ qui relaye l’information de la structure aux adhérents.

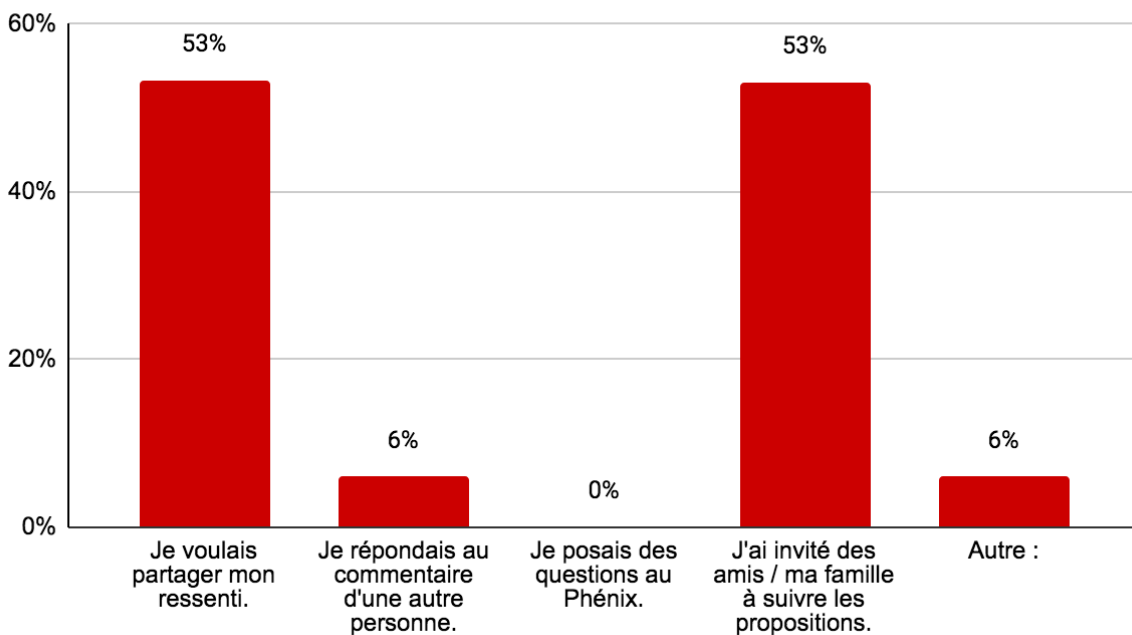
⁵⁰⁹ Association des spectateurs, [https://www.lephenix.fr/amis-du-phenix/], (consulté le 15 juillet 2023).

Figure 23a - Si oui, de quelle manière ? (plusieurs choix possibles)



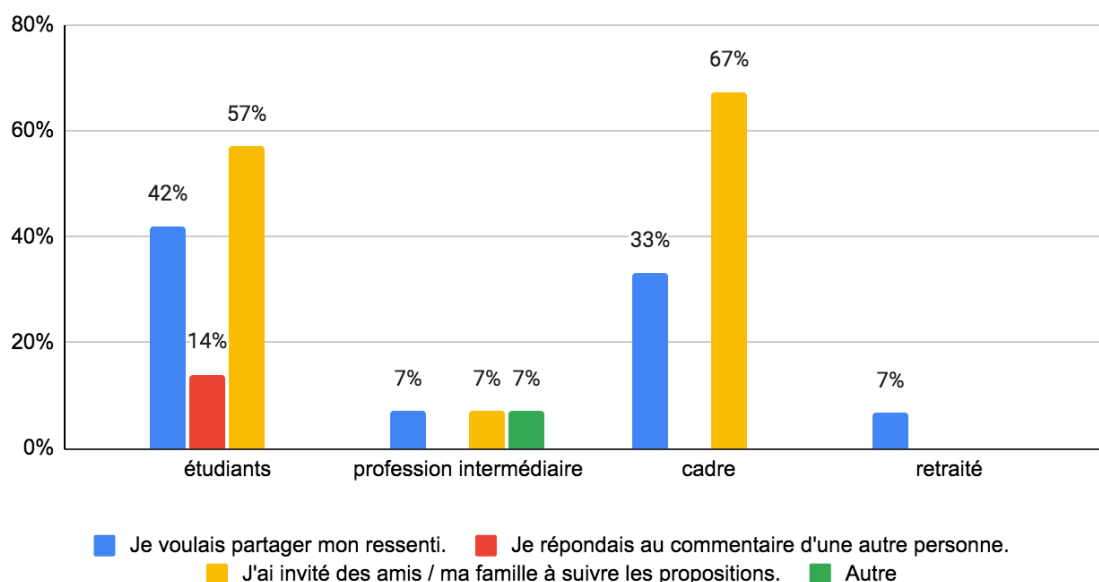
L'interaction sur les réseaux sociaux s'effectue par le partage de ressentis ; on remarque qu'elle se fait au moment de la diffusion du spectacle ou pour inviter d'autres personnes à rejoindre la programmation (figure 24).

Figure 24 - Si oui, quelles ont été vos motivations ? (plusieurs choix possibles)



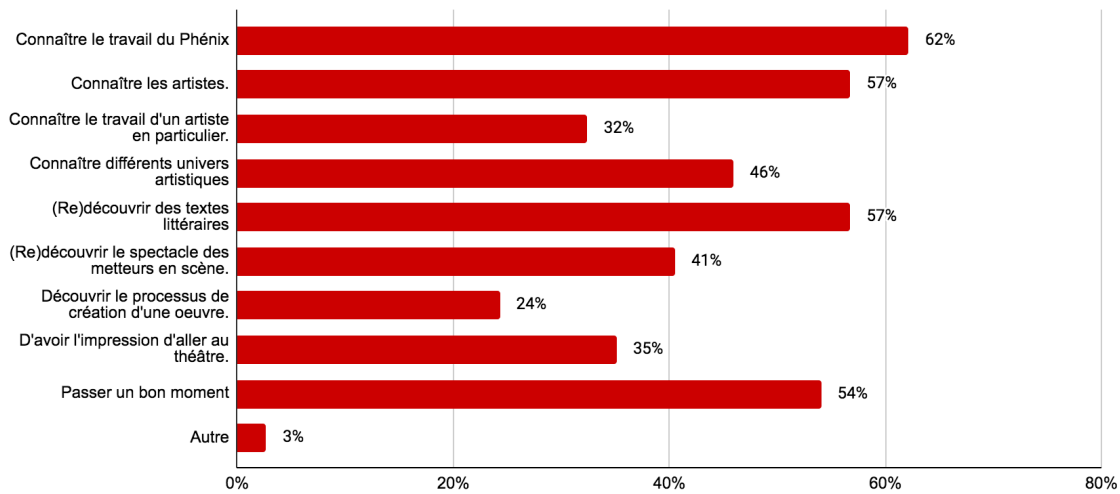
Seule la CSP - étudiants semble être celle qui interagit avec d'autres personnes dans le fil des commentaires. Tant les étudiants que les cadres incitent d'autres personnes à suivre la programmation, (figure 24a).

Figure 24a - Si oui, quelles ont été vos motivations ? (plusieurs choix possibles)



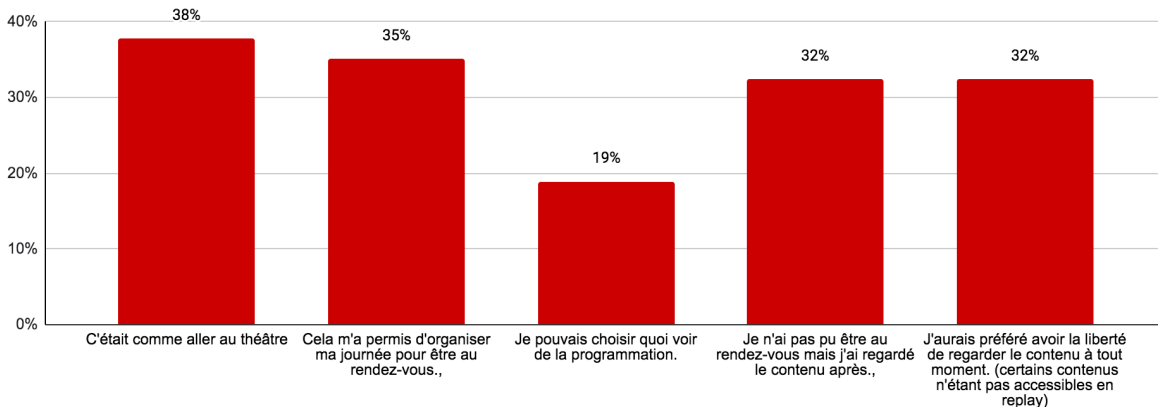
La programmation développée en ligne a favorisé la connaissance des activités, des spectacles et des artistes programmées au Phénix. Malgré la situation anxiogène durant laquelle ces propositions ont été développées, les personnes interrogées ont dit avoir profité du contenu pour s'évader et passer un bon moment.

Figure 25 - La programmation du Phénix via Facebook (#laservante) vous a permis de ...(plusieurs choix possibles)



La programmation s'est déroulée le soir à un horaire précis, 21h, à l'exception de quelques propositions comme les conférences qui sont restées accessibles à tout moment. 38% des personnes ont trouvé que l'horaire de diffusion leur donnait le sentiment d'aller au théâtre (figure 26). Le fait que les enquêtés aient cette perception, bien qu'ils ne se soient pas rendus physiquement au théâtre mais qu'ils aient assisté à la représentation de façon virtuelle, peut être lié à leur expérience, car ils semblent avoir eu le sentiment de participer à un événement fédérateur et de faire partie d'une communauté comme lorsqu'ils assistent à un spectacle dans une salle. Le choix de l'horaire (en soirée) peut avoir renforcé ce sentiment, car il s'inscrivait dans le calendrier habituel des horaires des représentations *in situ*. Cependant, tous ne partagent pas ce sentiment. Les résultats montrent que certaines personnes trouvent l'horaire plus adapté que d'autres.

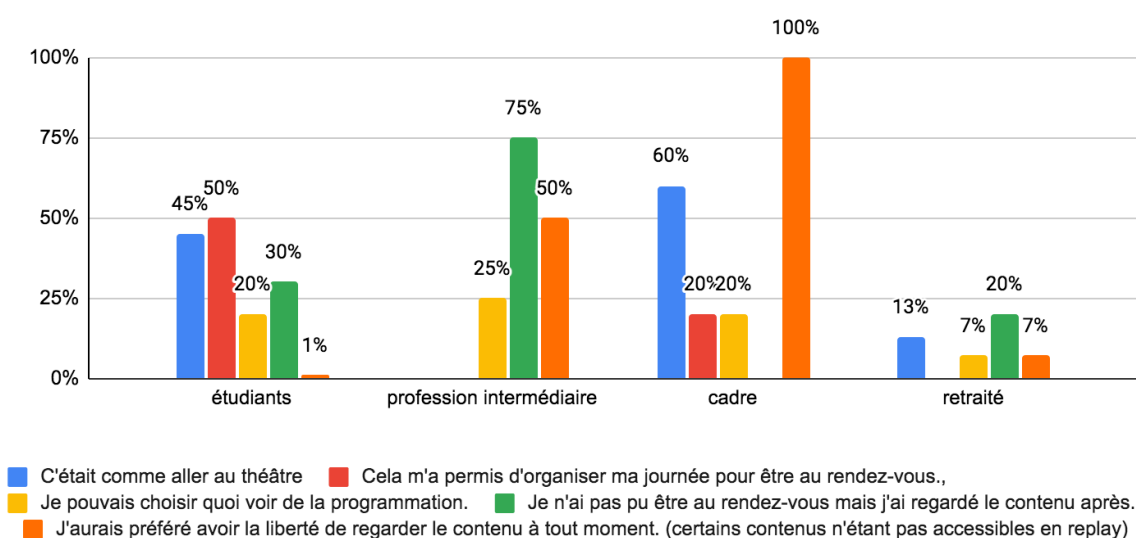
Figure 26 - La programmation avait des horaires spécifiques. Qu'en pensez-vous ? (plusieurs choix possibles)



Même si le fait de proposer un horaire précis permettait aux uns et aux autres de s'organiser pour être au rendez-vous devant leurs écrans, un certain nombre de personnes issues des catégories des cadres et professions intermédiaires auraient préféré regarder le contenu à leur convenance.

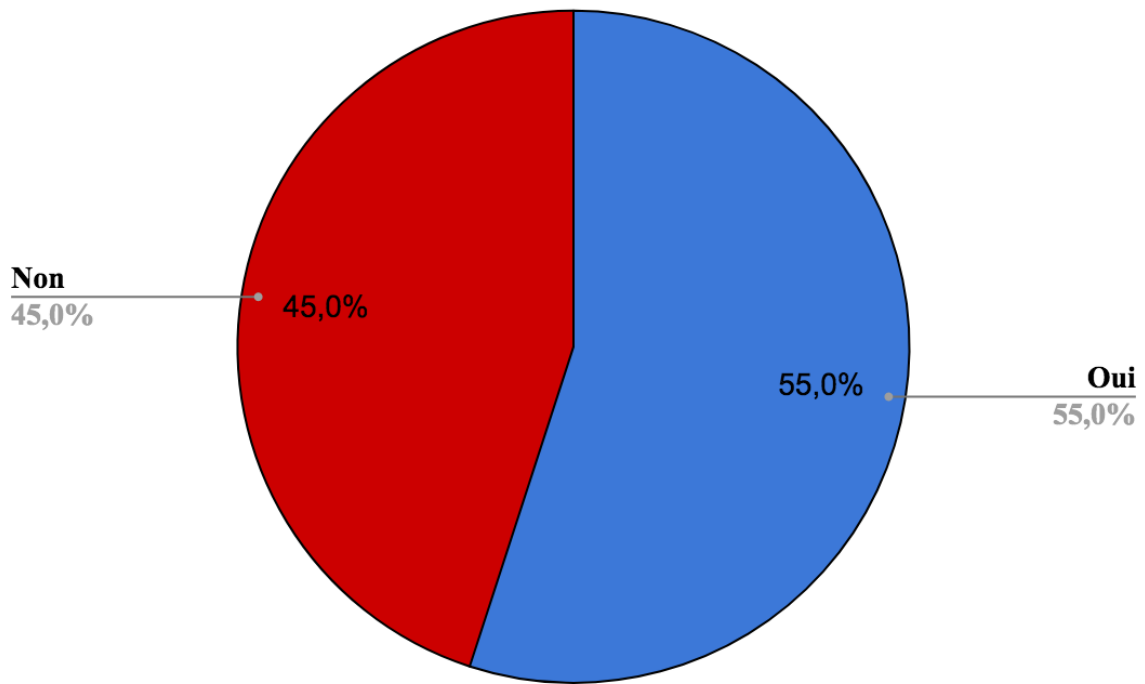
Le fait que certaines propositions, comme certaines captations de spectacles, ne soient pas accessibles en dehors d'un horaire prédéfini, peut, en effet, ne pas convenir à toutes les personnes. Les professions intermédiaires ont donc profité des contenus accessibles en dehors de l'horaire établi alors que les cadres auraient préféré ne pas avoir de contrainte horaire et pouvoir voir l'ensemble des contenus à d'autres moments.

Figure 27a - La programmation avait des horaires spécifiques. Qu'en pensez-vous ? (plusieurs choix possibles)



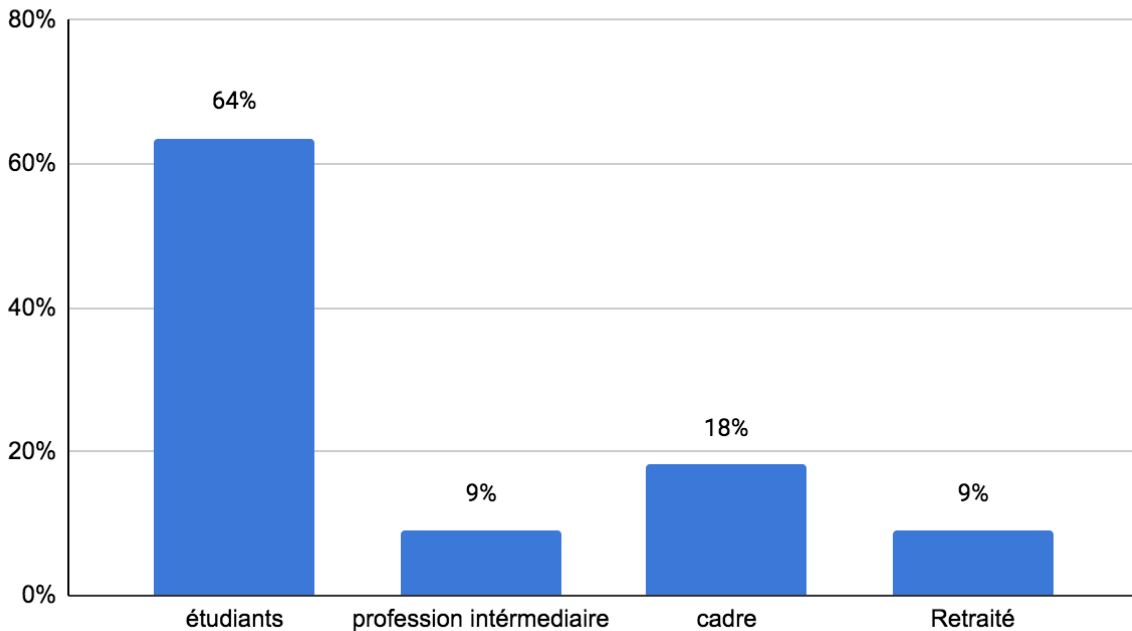
Les spectacles en captation ont été visionnés par 55% des personnes.

Figure 27 - Avez-vous visionné les captations des spectacles proposés ?



Parmi les réponses positives, ce sont les étudiants qui ont majoritairement vu les captations (64%).

Figure 27a - Personnes ayant suivi les propositions dont les captations



Si la diffusion de captations en ligne n'est pas une nouveauté, il faut noter que 46,2% des personnes interrogées l'ont expérimentée pour la première fois. Parmi les CSP figurent les cadres, les professions intermédiaires et les étudiants (figure 28a).

Figure 28 - Si oui, est-ce la première fois que vous regardez un spectacle en ligne?

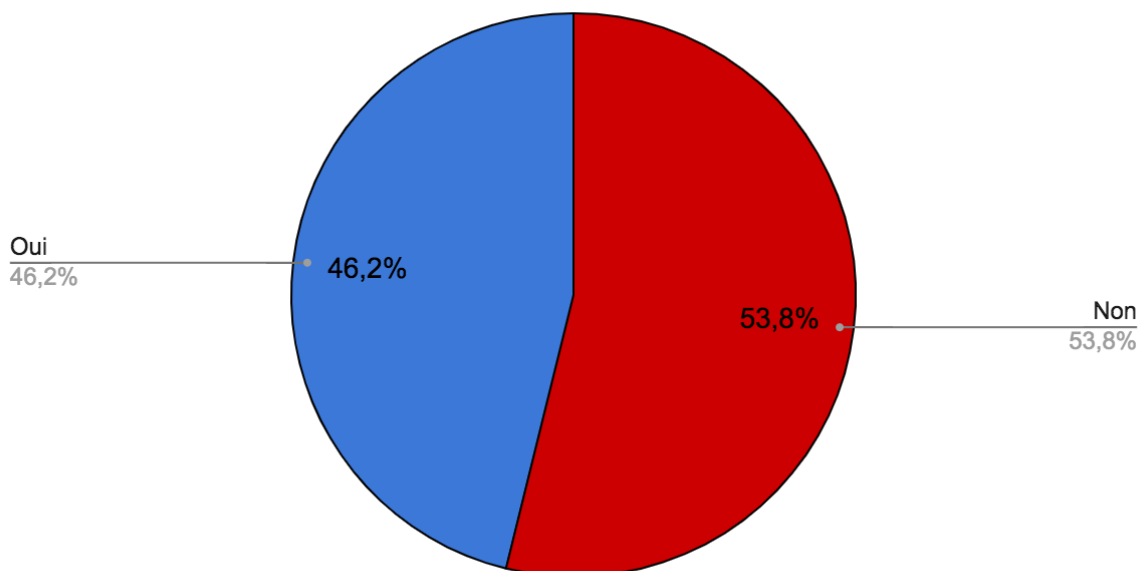
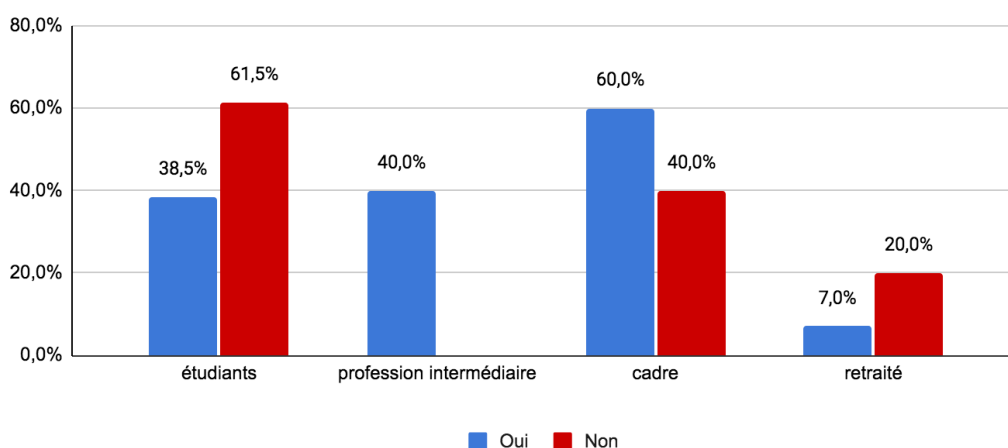


Figure 28a - Si oui, est-ce la première fois que vous regardez un spectacle en ligne?



Les trois-quarts des personnes ont vu les captations seules (figure 29) mais il est à noter que 12% des personnes ont cherché à partager ce moment avec d'autres, que ce soit en ligne ou en présentiel. Nous pouvons aussi remarquer (figure 29a) que ce désir de partage de cette

228

expérience culturelle est particulièrement marquée chez les étudiants (85%) et les retraités (7%), tandis que les CSP professions intermédiaires et cadres sont moins enclins à rechercher ce type de partage. Cette différence peut être due aux habitudes et/ou aux disponibilités de chaque groupe socioprofessionnel.

Les étudiants, étant généralement plus connectés et plus actifs sur les réseaux sociaux, peuvent être davantage enclins à partager en ligne leurs expériences culturelles avec leur entourage. Quant aux retraités, on peut faire l'hypothèse qu'ils apprécient ces moments de convivialité et de partage avec leurs amis ou leur famille.

Figure 29 - Avec qui avez-vous regardé le spectacle ? (plusieurs choix possibles)

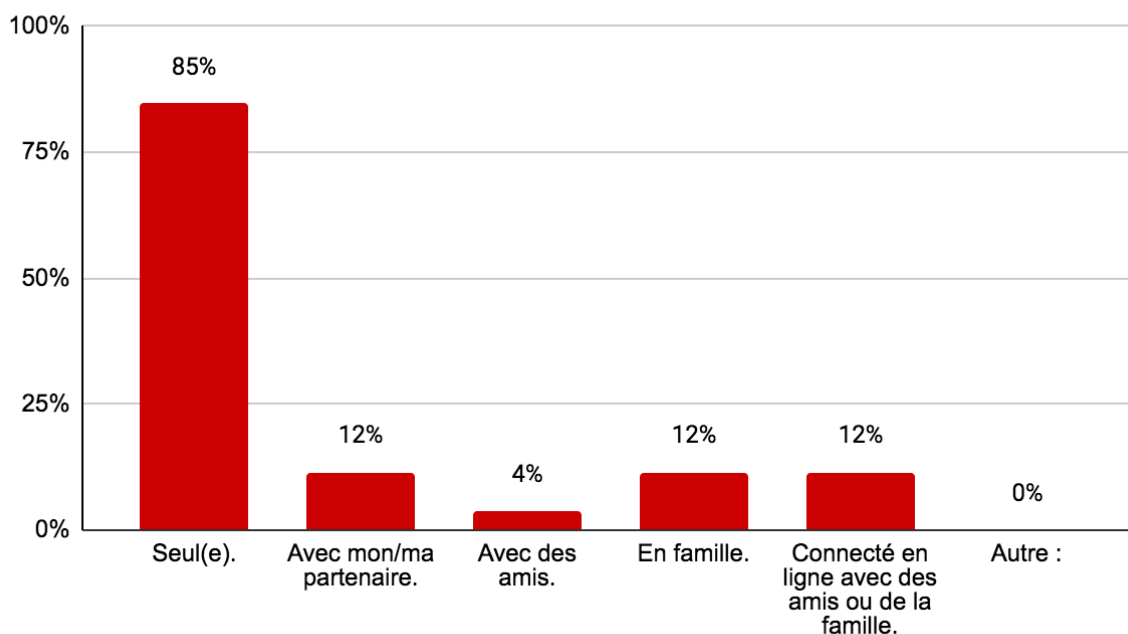
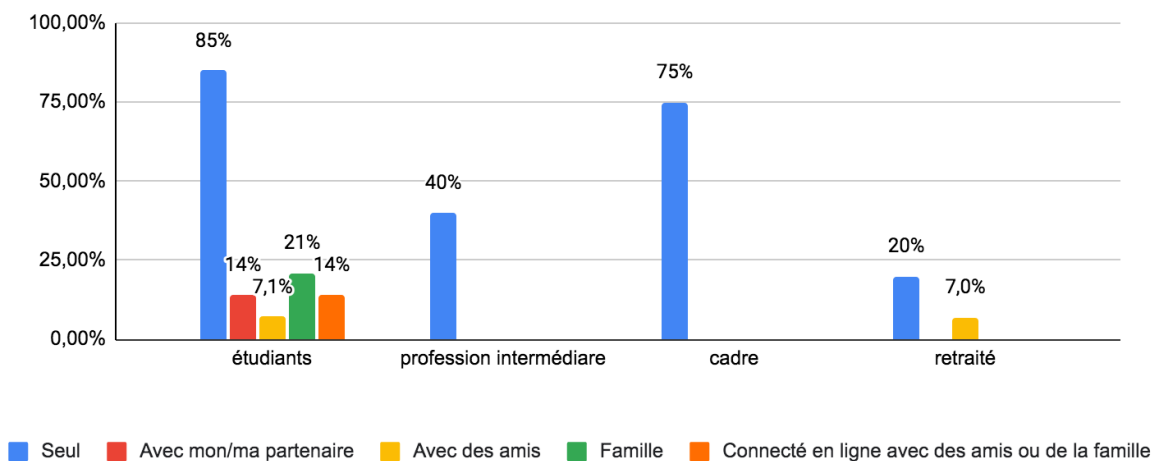


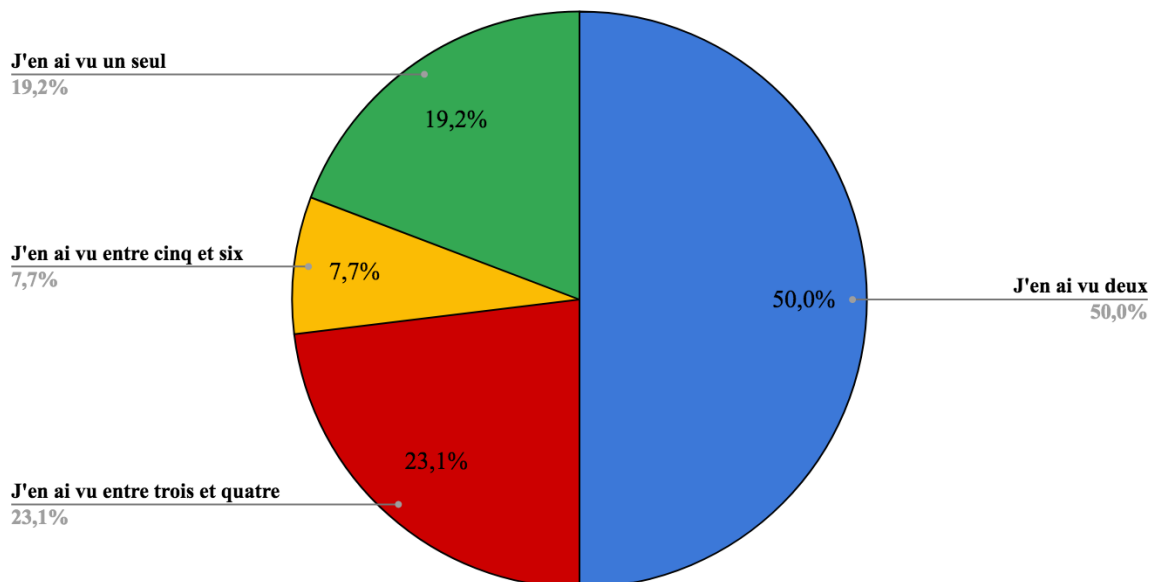
Figure 29a - Avec qui avez-vous regardé le spectacle ? (plusieurs choix possibles)



50% des personnes ont vu deux captations.

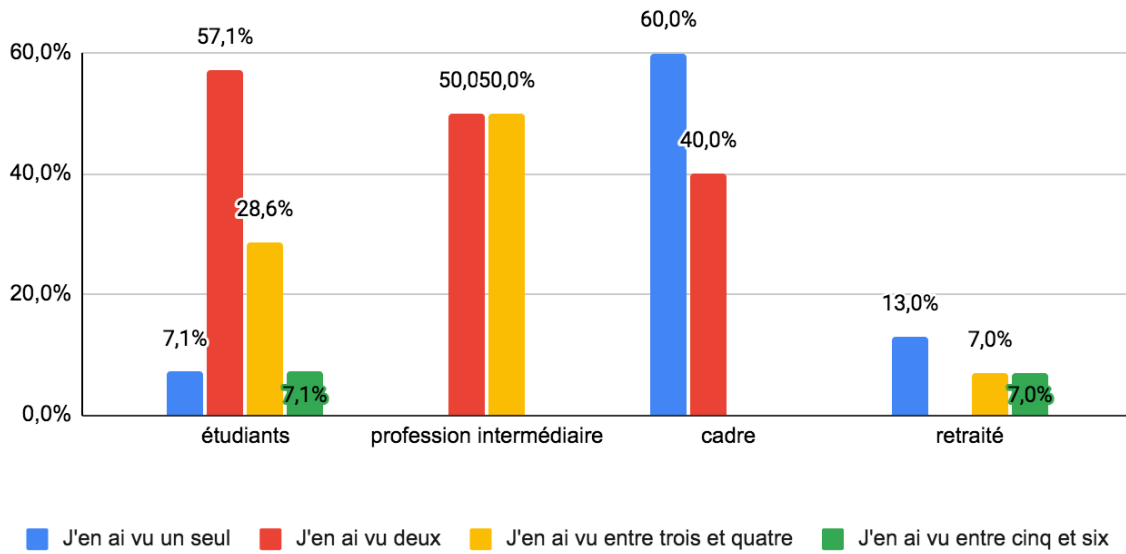
En moyenne sept spectacles ont été vus parmi les douze spectacles proposés en captation.

Figure 30 - Combien de captation des spectacles avez-vous vu ?



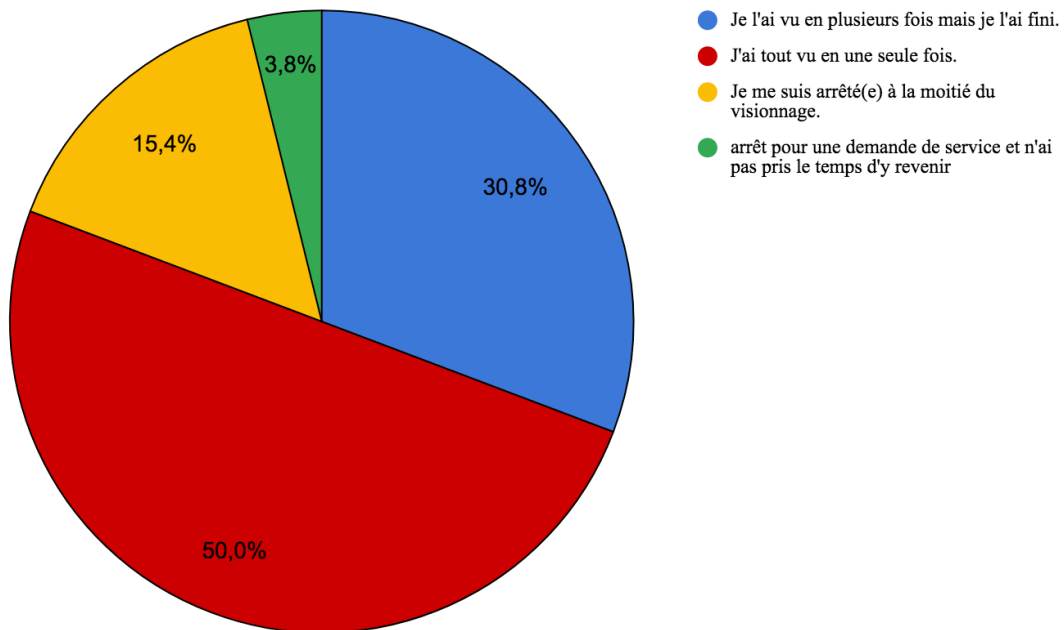
On peut observer que le nombre de spectacles regardés varie selon les catégories socioprofessionnelles (figure 30a). Les CSP étudiants, professions intermédiaires et cadres sont les plus nombreux à avoir vu entre une et quatre captations.

Figure 30a - Combien de captation des spectacles avez-vous vu ?



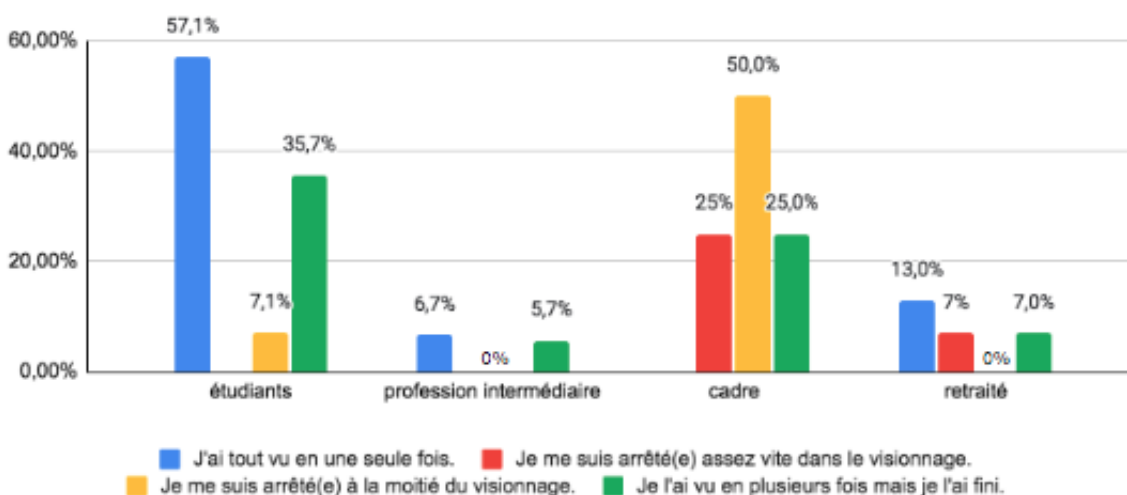
Quant au temps consacré devant l'écran, 50% des personnes enquêtées affirment avoir vu chaque captation en une seule fois et 30,8% l'ont fait en plusieurs fois.

Figure 31 - Avez-vous vu le(s) spectacle(s) jusqu'au bout ?



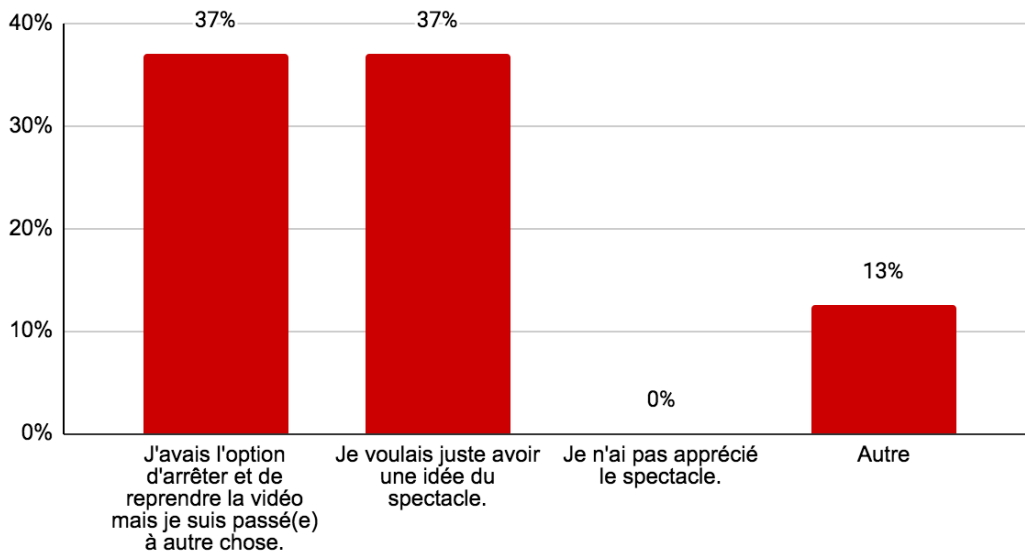
Les étudiants sont les plus nombreux à avoir regardé les spectacles jusqu'au bout, que ce soit en une seule fois ou en plusieurs fois. Les cadres, eux, ne semblent pas avoir été convaincus par l'idée de regarder un spectacle en entier en ligne : 50% des enquêtés semblent s'être démotivés et n'ont pas regardé la captation dans sa totalité. Quant aux professions intermédiaires et aux retraités, ils ont manifesté peu d'intérêt pour ce type de visionnage.

Figure 31a - Avez-vous vu le(s) spectacle(s) jusqu'au bout ?



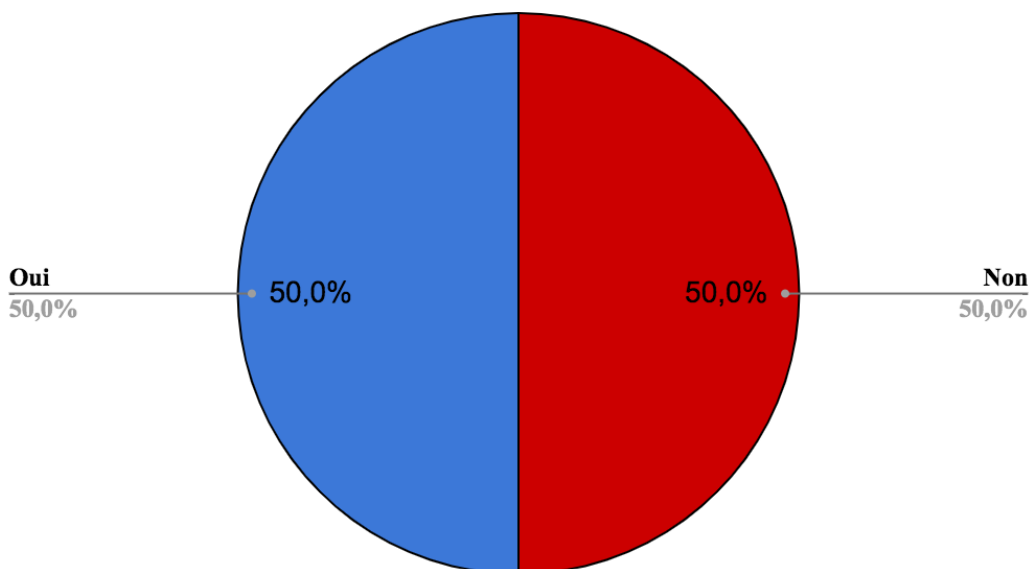
Certains n'ont pas visionné le spectacle jusqu'au bout, soit parce qu'ils voulaient uniquement avoir une idée de la teneur du spectacle (soit par simple curiosité ou pour avoir la possibilité de le voir *in situ*, une fois la situation revenue à la normale, soit parce que la possibilité d'interrompre le spectacle a détourné leur attention vers d'autres activités). L'arrêt de la captation peut également avoir été causé par l'endormissement.

Figure 32 - Si vous ne l'avez pas vu jusqu'au bout, quels ont été les motifs ?



La moitié de personnes qui ont vu les spectacles en ligne ont partagé le lien de la captation avec d'autres personnes.

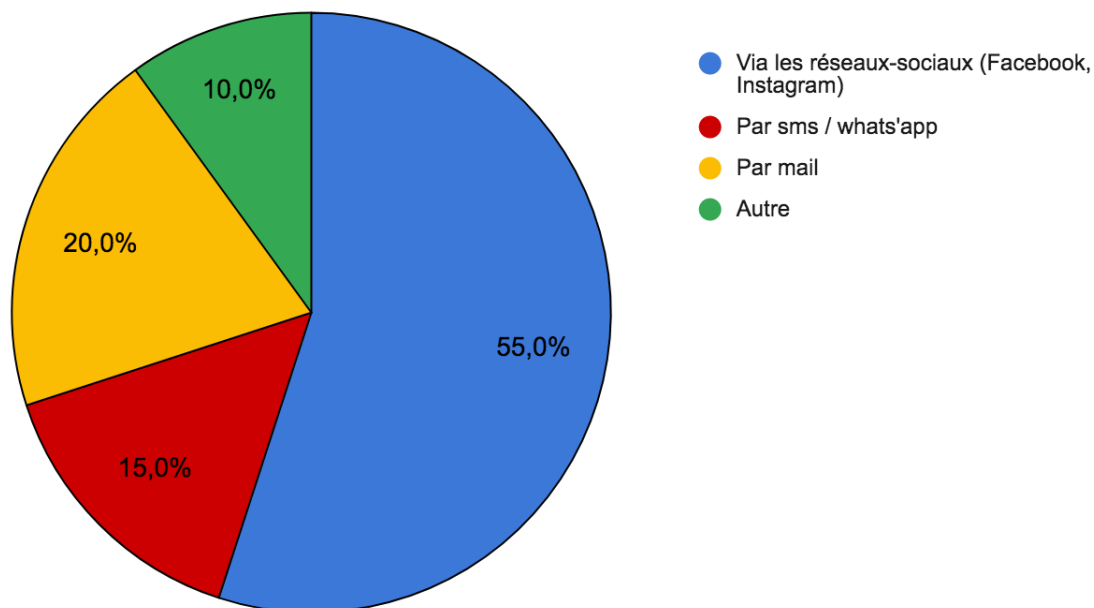
Figure 33 - Avez-vous envoyé le lien du spectacle en ligne à d'autre personne ?



Le partage s'est fait directement depuis les réseaux sociaux, probablement en raison de la rapidité de communication que proposent ces réseaux et de la possibilité de toucher plus

facilement tout un groupe d'amis. D'autres réseaux en lien avec le Phénix ont été également activés pour partager les initiatives, tels que l'association Les Amis de Phénix.

Figure 34 - Si oui, quel moyen avez-vous utilisé pour le partager ? (plusieurs choix possibles)



Il est à noter que trois quarts des répondants n'avaient jamais vu les spectacles proposés dans une salle de spectacle alors que certains de ces spectacles mis en ligne avaient été programmés auparavant au Phénix.

Figure 35 - Aviez-vous déjà vu l'un des spectacles proposés dans une salle de spectacle ?

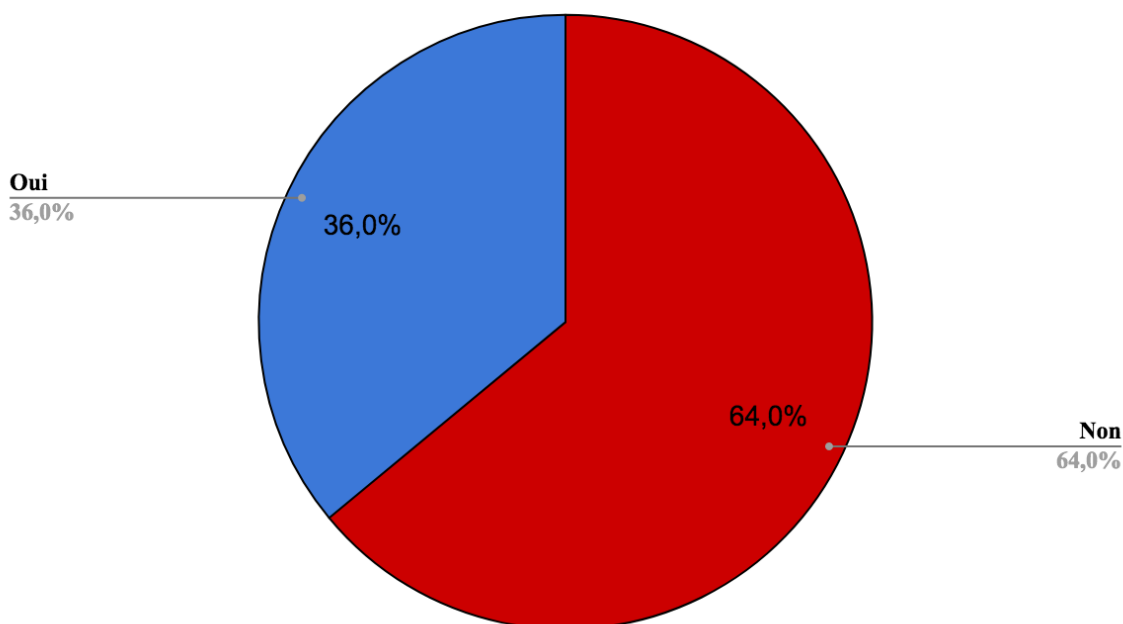
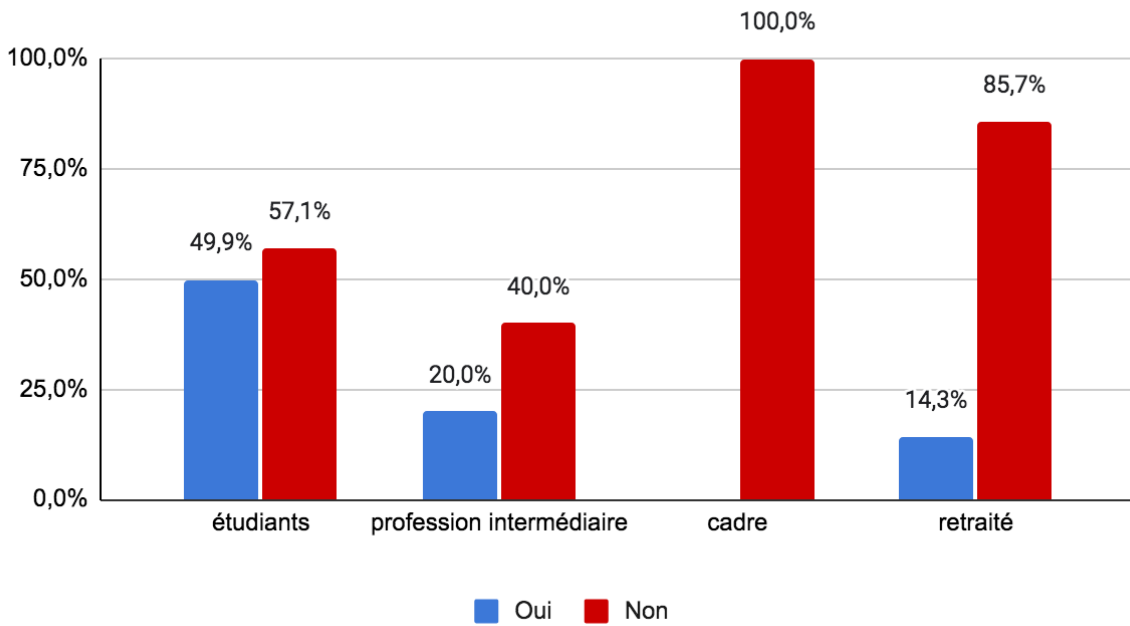
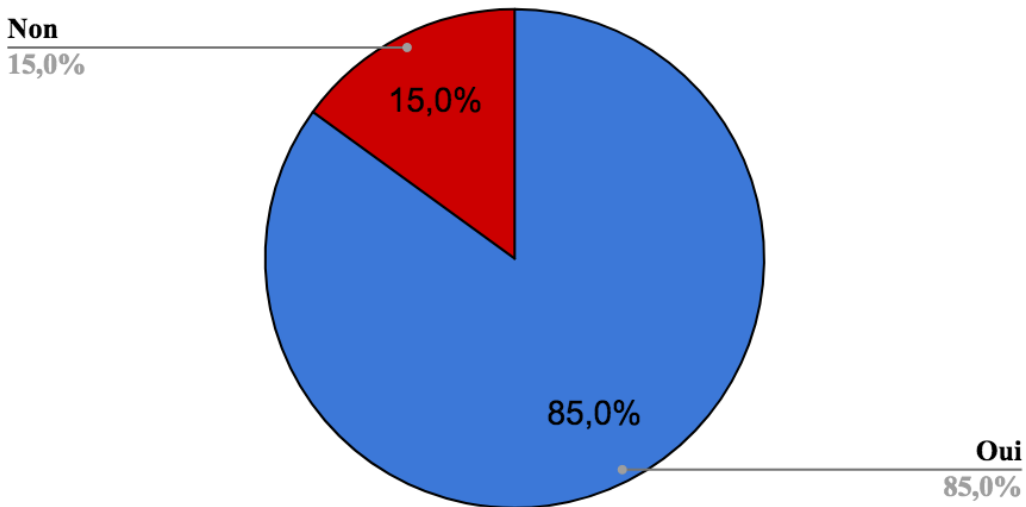


Figure 35a - Avez-vous déjà vu l'un des spectacles proposés dans une salle de spectacle ?



85% des personnes apprécient avoir vu un spectacle en ligne.

Figure 36 - Avez-vous apprécié de regarder un spectacle en ligne ?



Plusieurs personnes ont trouvé que les propositions étaient comme une « passerelle » ou comme un « très bon moyen de garder le spectacle vivant à [leur] notre portée »⁵¹⁰.

Soulignons à nouveau que les réponses ont été apportées après le confinement et ont été probablement biaisées par cet événement : toute interaction directe avait été interrompue. De ce fait, les captations ont été perçues comme l'unique chance de poursuivre une vie culturelle.

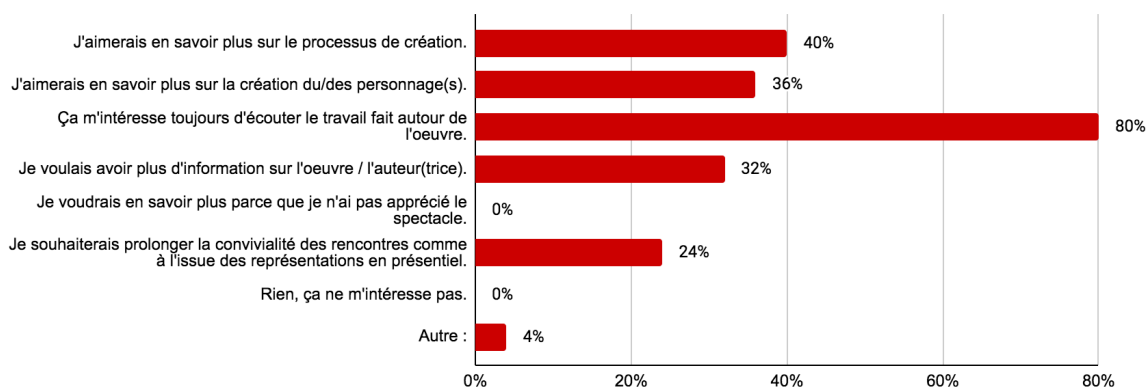
⁵¹⁰ Question : Qu'en pensez-vous ?, à propos du visionnage de spectacles en ligne.

Néanmoins elles ont été également perçues comme un moyen pour mieux connaître le travail des artistes et pour faire vivre la culture autrement : les personnes ne vivent pas la même expérience en ligne que lorsqu'elles se rendent dans une salle ; il leur manque l'ambiance, les réactions des autres spectateurs et l'accès aux services annexes au spectacle.

Si le fait de se contenter de regarder une captation ne fait pas l'unanimité, d'autres propositions telles que connaître le travail autour des œuvres (80%), accéder au processus de création (40%), participer à la création des personnages (36%) et rencontrer les auteurs/trices (32%) ont été jugées intéressantes.

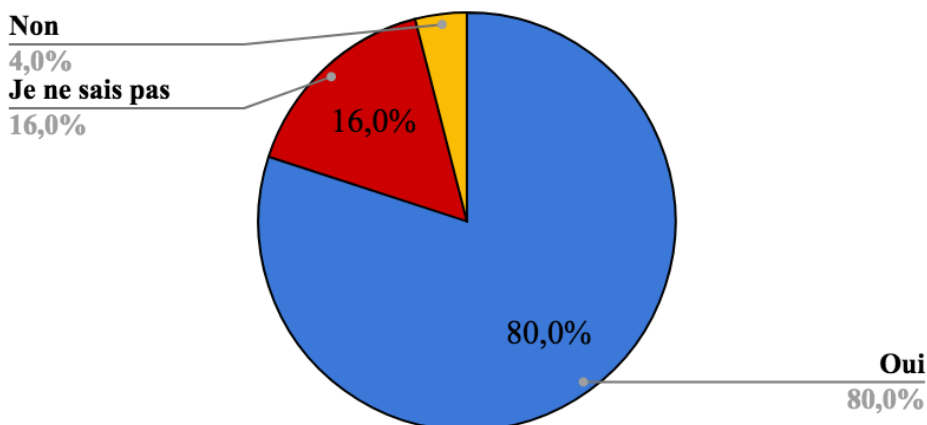
24% des personnes souhaiteraient que ces rencontres en ligne puissent générer une convivialité similaire à celle dont ils font l'expérience à l'issue des représentations en présentiel.

Figure 37 - Aimerez-vous voir d'autres propositions autour des captations ? (plusieurs choix possibles)



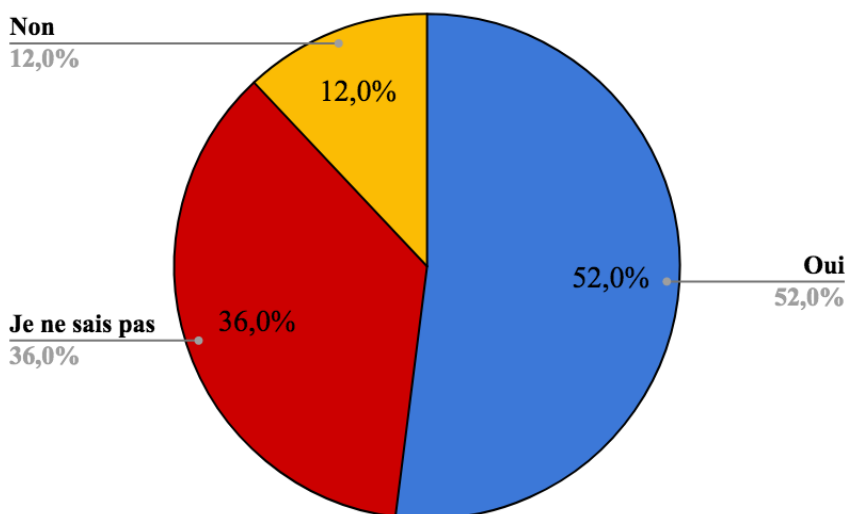
La programmation en ligne a suscité chez 80% des répondants une envie de fréquenter les espaces du Phénix et donc de se déplacer *in situ*.

Figure 38 - Est-ce que le fait d'avoir vu ces contenus vous a donné envie d'ALLER au Phénix ?



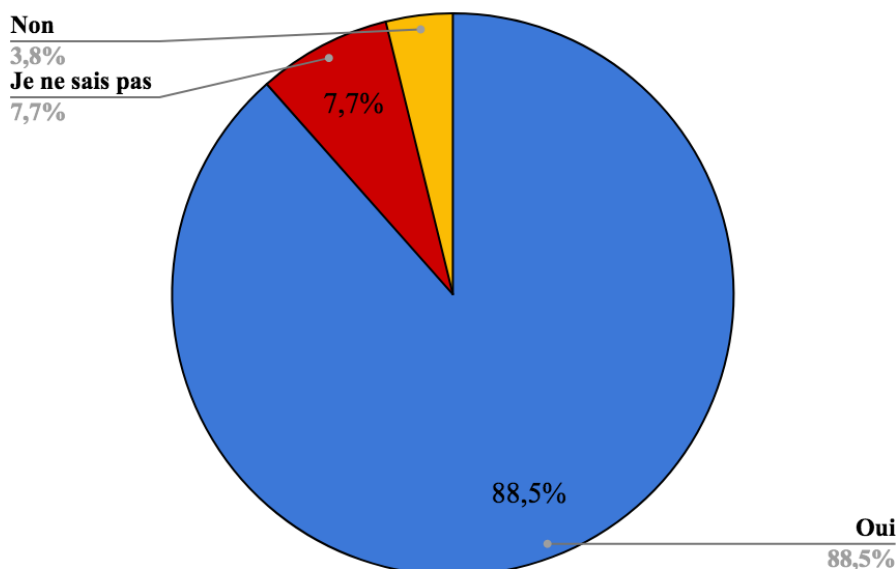
Cette présence en ligne a donc consolidé ou nourri les liens entre la structure et les participants : 52% des répondants (figure 39) ont eu le sentiment d'avoir créé un lien avec la structure. Il est possible qu'un quart de personnes n'ont pas su se saisir de cette question, parce qu'elles connaissaient déjà la structure et sa programmation, et que ce ne sont pas les propositions en ligne qui ont créé le lien. Il convient aussi de prendre en compte que si les propositions ont permis à certains de découvrir la structure et/ou une partie de la programmation, celles-ci n'ont pas suscité chez eux un désir d'aller au-delà.

Figure 39 - Pensez-vous que ces propositions vous ont permis de CREER un lien avec le Phénix ?



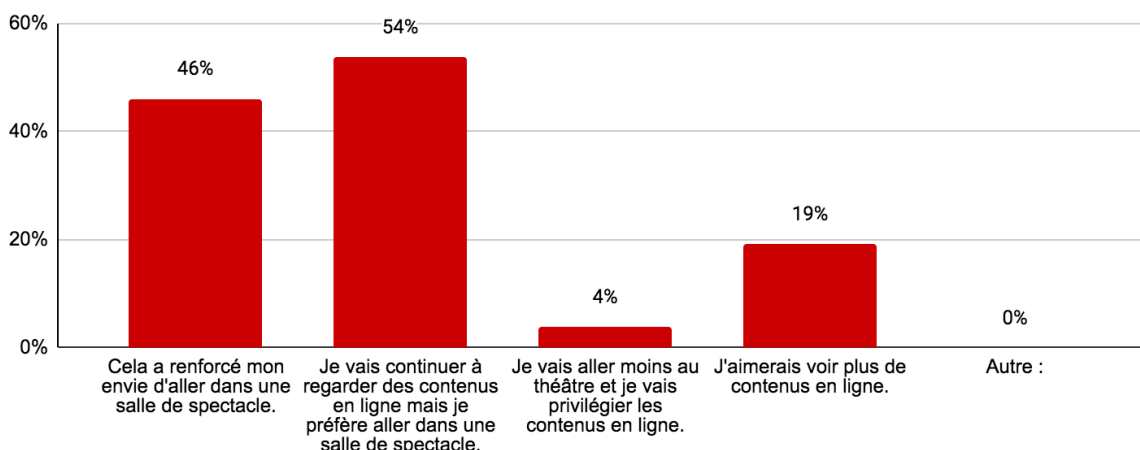
Si les propositions n'ont pas permis à toutes les personnes qui ne connaissaient pas la structure de créer un lien, elles ont en revanche été plébiscitées pour leur capacité à maintenir le lien déjà existant (88,5%).

Figure 40 - Pensez-vous que ces propositions vous ont permis de GARDER un lien avec le Phénix ?



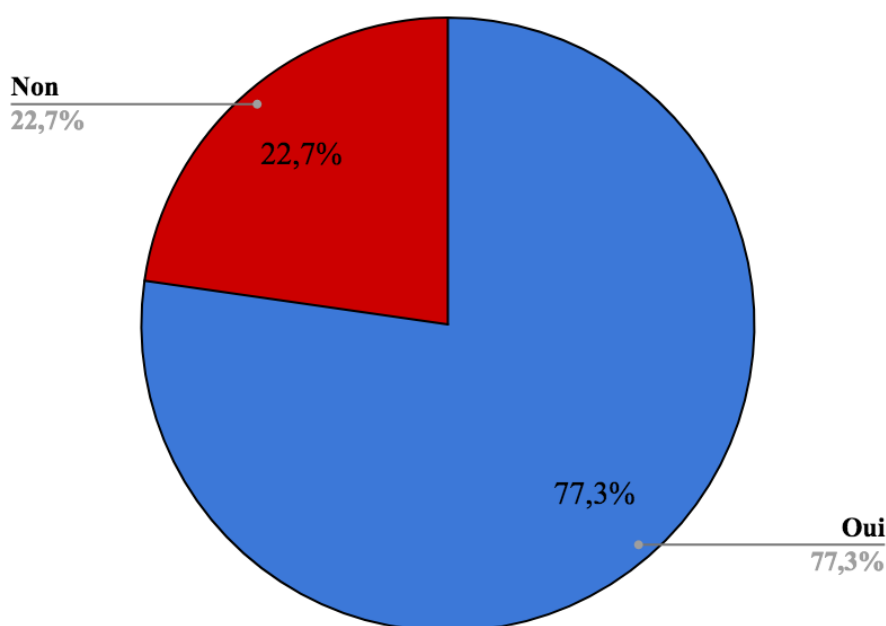
Si l'absence de toute pratique culturelle pendant les deux confinements et la création de propositions en ligne pour pallier cette absence ont peut-être suscité l'envie des personnes interrogées de continuer à voir des propositions en ligne sans pour autant arrêter de se déplacer dans une salle de spectacle, il semble cependant que pour la majorité d'entre elles cela a accentué leur envie d'aller assister *in situ* à une représentation.

Figure 41 - Qu'est-ce que ça pourrait changer dans vos pratiques artistiques ? (Plusieurs choix possibles)



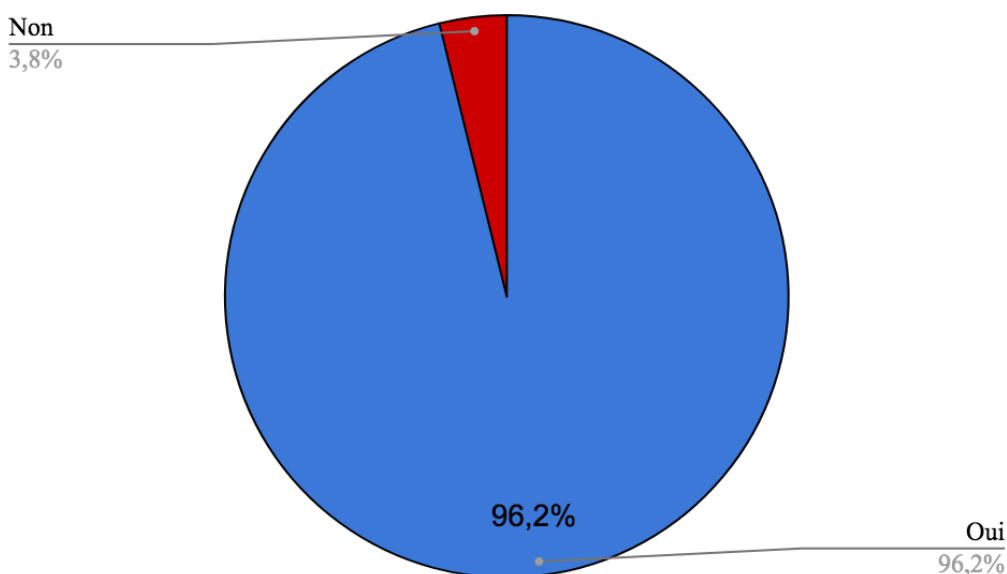
Il est intéressant de remarquer néanmoins que 77,3% des personnes, qu'elles pratiquent ou non régulièrement des sorties *in situ*, aimeraient voir plus de captations. Cela suggère que les propositions en ligne ont suscité un grand intérêt et que la complémentarité entre les propositions en ligne et les spectacles en salle semble répondre à des besoins différents du public, comme regarder des spectacles depuis chez soi, découvrir de nouvelles performances ou encore revoir des spectacles appréciés. Pour autant, le désir de retourner en salle pour assister à un spectacle persiste.

Figure 42 - Aimerez-vous voir plus de captations de spectacles ?



Comme nous l'avons déjà remarqué, ce sont les étudiants qui sont les plus friands de captations. Les professions intermédiaires, elles, n'adhèrent pas complètement à l'idée de voir des spectacles en ligne et elles ont été d'ailleurs moins présentes lors de la proposition de visionnage en ligne. (cf. figure 27a) ; alors que les cadres, qui doutaient *a priori* de l'intérêt des captations de spectacles, ont souhaité néanmoins à ce que de telles propositions perdurent. Néanmoins, 96% des répondants expriment combien est différente l'expérience d'un spectacle en salle et celle d'un spectacle en ligne.

Figure 43 - Faites-vous une différence entre regarder un spectacle en ligne et le regarder en salle ?



L'expérience d'un spectacle en ligne⁵¹¹ a suscité un sentiment de frustration de la part d'un petit nombre de personnes, probablement dû au manque d'habitude de ce type de rapport au spectacle. Toutefois, elles disent avoir apprécié le contenu créé par la structure et valorisé cette opportunité de conserver un lien avec la culture. Le fait de voir du contenu en ligne est perçu comme un complément ou comme une compensation face à la fermeture des lieux culturels, sans pour autant amoindrir le désir de voir les spectacles dans une salle de théâtre.

Nous pouvons observer en nous référant à l'ensemble des propositions⁵¹² que toutes les personnes ont trouvé l'initiative positive⁵¹³ parce qu'elle leur permettait surtout de conserver un lien avec cet espace culturel mais aussi parce que ce type d'initiatives pourrait permettre

⁵¹¹ Question : « Comment avez-vous vécu cette expérience ? »

⁵¹² Question : « Que pensez-vous de ces initiatives ? »

⁵¹³ Question : « Que pensez-vous de ces initiatives ? »

aux personnes les plus éloignées géographiquement ou avec des problèmes de déplacement de profiter d'un contenu culturel depuis leur domicile. En effet, selon le rapport d'activités du Phénix de 2019⁵¹⁴, la majorité des publics résidait à une distance raisonnable de la structure : 39% de personnes viennent de Valenciennes et 25% d'autres communes de Valenciennes Métropole. Une telle initiative permettrait de toucher un public plus large.

3.1 Résultats principaux de l'enquête

Les périodes de confinement et la fermeture des espaces culturels ont contraint les établissements du spectacle vivant à mettre en place une autre façon de conserver ou de créer un lien avec les publics. De ce fait, des propositions culturelles ont été mises en ligne sur leurs sites Internet institutionnels ou sur les réseaux sociaux.

L'étude réalisée auprès du public du Phénix n'est cependant pas représentative des publics de la structure – le rapport d'étude réalisé par le Phénix en 2019 souligne une fréquentation de 30880 spectateurs⁵¹⁵ – mais elle reflète la dynamique entre les différentes catégories socioprofessionnelles et les écarts dans leurs modes de fréquentation et leurs attentes, posant ainsi la question de l'accès à la culture. Le statut socio-économique lié aux revenus et à l'éducation influence fortement les attitudes envers les activités culturelles et les choix opérés. Nous avons observé que les CSP professions intermédiaires, cadres et retraités ont une fréquentation plus assidue que le CSP étudiants. Ces derniers choisissent de construire leur pratique culturelle et sont sensibilisés tout au long de l'année *via* des outils pédagogiques mis en place par le Phénix. Le rapport réalisé par le Phénix⁵¹⁶ fait apparaître qu'une présence régulière sur le terrain et la proposition d'actions spécifiques sont nécessaires pour fidéliser les publics, le public étudiant, lui, étant en perpétuel renouvellement. Une enquête par entretien aurait permis d'enrichir nos observations.

La sélection de CSP pour l'analyse de cette étude interroge aussi la diversification des publics au sein des structures culturelles et met en lumière la non-implication des autres catégories socioprofessionnelles telles que ouvrier, artisan, chômeur⁵¹⁷. Les catégories

⁵¹⁴ Source : Le Phénix – scène nationale pôle européen de création – Rapport d'activités 2019.

⁵¹⁵ *Ibid.*, p. 46.

⁵¹⁶ *Ibid.*, p. 85.

⁵¹⁷ *Ibid.*, l'étude réalisée par le Phénix montre une typologie des spectateurs individuels où la catégorie socioprofessionnelle - demandeur d'emploi est représentée par 2%, p. 51.

socioprofessionnelles retenues sont identiques à celles identifiées dans les études des pratiques culturelles en France. Pour rappel, l'étude des pratiques culturelles des Français de 2018 montre qu'il y a eu une réduction des écarts territoriaux et sociaux notables par rapport aux enquêtes précédentes. Néanmoins, cette réduction n'a pas effacé « les écarts [qui] subsistent encore en 2018 : les plus diplômés et les catégories socioprofessionnelles supérieures continuent de fréquenter plus souvent ces équipements »⁵¹⁸.

Dans l'étude sur les *Pratiques culturelles en temps de confinement*⁵¹⁹, réalisée après le premier confinement (17 mars au 11 mai 2020), les rédacteurs ont indiqué que le temps de confinement aurait pu réduire certains écarts sociaux et générationnels ; les diminutions de l'espace-temps auraient pu contribuer à rendre la culture plus accessible à d'autres populations plus populaires ou plus âgées en favorisant l'accès à une culture d'écran (consommation de films, séries, vidéos, réseaux sociaux, jeu vidéo, visites virtuelles) qui se reflète dans une diversification de la consommation des biens culturels. Néanmoins, l'étude pointe que la consommation de produits culturels en ligne reste plus marquée dans les générations qui ont grandi avec le numérique, les individus de 15 à 24 ans et les personnes de moins de 40 ans. C'est ce que confirme notre étude de terrain réalisée au Phénix, même si la consommation de produits culturels en ligne a augmenté chez les plus de 60 ans, certains ayant ouvert un compte sur les réseaux sociaux.

L'enquête réalisée auprès des publics du Phénix nous permet de pouvoir mieux cerner la relation que les personnes entretiennent avec la structure. Notre étude montre que ce sont les étudiants qui ont été majoritairement représentés dans cette enquête, constituant ainsi un public déjà « acquis » puisque des actions culturelles pour les sensibiliser sont mises en place et qu'ils sont, de plus, familiarisés avec l'univers numérique. Elle montre également que, loin d'avoir attiré de nouveaux publics vers la structure, ce sont majoritairement les publics déjà familiarisés et dont la pratique culturelle était déjà diversifiée et très marquée, qui ont le plus bénéficié des propositions mises en ligne par les structures.

De plus, l'analyse statistique⁵²⁰ de la page Facebook, obtenue par l'équipe du Phénix, montre que ce sont des publics majoritairement habitants les Hauts-de-France, dans une proximité géographique donc, qui ont visionné les propositions. Le numérique n'a pas permis une ouverture vers un nouveau public mais a touché un public déjà connaisseur de la structure ou

⁵¹⁸ LOMBARDO Philippe et WOLFF Loup, « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », *op.cit.*, p. 3.

⁵¹⁹ JONCHERY Anne et LOMBARDO Philippe, « Pratiques culturelles en temps de confinement », *op.cit.*, p. 1.

⁵²⁰ Données statistiques communiquées par le service de communication du Phénix.

des univers artistiques. Les statistiques Facebook révèlent qu'un public venu d'ailleurs, quoique minoritaire, a néanmoins profité des contenus, mais cela ne nous permet pas d'affirmer un possible développement des publics *in situ* à l'avenir. Il aurait été souhaitable que le questionnaire soit aussi partagé sur le compte Facebook du Phénix afin de savoir si les personnes qui suivent la structure sur le réseau social sont également inscrites à la *newsletter* et de connaître le type de relation qu'ils entretiennent avec la structure. En effet, les limites de cette étude répondent au manque de données statistiques auquel nous avons fait face pour mesurer l'effet des propositions mises en ligne sur Facebook sur le développement des publics *in situ*. La cible de l'étude a été centrée sur les publics acquis du Phénix. Il aurait été aussi intéressant d'enquêter auprès des personnes inscrites sur le réseau social du Phénix pour connaître les effets que les contenus ont eu sur leur relation avec la structure et pour savoir si le fait d'en connaître plus sur la programmation ou le lieu a permis un élargissement des publics. La demande a été effectuée auprès de l'équipe du Phénix, mais elle n'a pas abouti.

Nous faisons l'hypothèse que s'il y a eu une participation de publics issus de territoires éloignés, aussi faible soit-elle, c'est certainement parce qu'ils connaissaient déjà la structure ou les artistes programmés. La presse Web, telle que la *Voix du Nord*⁵²¹, qui a relayé l'information sur la création des contenus en ligne, est essentiellement diffusée dans les Hauts-de-France. Nous avons également pu constater que les propositions créées par le Phénix ont été diffusées sur des sites spécialisés dans la culture. La communication semble donc avoir été centrée sur des publics acquis, soit du fait de la proximité de la zone géographique de la structure, soit du fait de leur fréquentation de sites dédiés à la culture. Néanmoins, nous ne pouvons pas écarter, en cette période si particulière de confinement, l'hypothèse selon laquelle il y aurait eu concurrence avec d'autres propositions en ligne et une saturation de contenus mis à disposition.

Limites de la diffusion numérique culturelle : impact sur l'engagement et l'appropriation des œuvres

Comme nous l'avons montré, la participation a été faible même si les propositions qui ont été visionnées, ont eu pour bénéfice le maintien, voire le renforcement des liens avec la structure

⁵²¹ Articles : « Valenciennes, au Phénix, le spectacle continue », (21 mars 2020), [<https://www.lavoixdunord.fr/729549/article/2020-03-21/valenciennes-au-phenix-le-spectacle-continue-sur-facebook>], (consulté le 18 décembre 2022).

« Valenciennes : Privé de spectateurs, le Phénix continue de faire entrer les artistes », (14 novembre 2020), [<https://www.lavoixdunord.fr/892939/article/2020-11-14/valenciennes-privé-de-spectateurs-le-phenix-continue-de-faire-entrer-les>], (consulté le 18 décembre 2022).

puisque les participants ont pu explorer davantage le travail des artistes, prendre la mesure de la diversité de la programmation du Phénix et conserver une activité culturelle. Ces éléments rappellent combien les structures culturelles jouent un rôle important pour la vie sociale.

Ce sont les étudiants et les retraités qui se montrent les plus curieux. Ils ont regardé les différentes propositions et ont interagi de manière plus active que les CSP cadres et les professions intermédiaires. En effet, même si les cadres ont vu les contenus et ont manifesté de l'intérêt, ils n'ont pas été aussi assidus que les CSP étudiants et retraités. Cela pourrait être lié aux temps de partage dédiés par chacun au loisir, au télétravail et à la famille durant le confinement et à l'accès à un espace physique approprié. Pour rappel, certaines personnes ont continué leur activité professionnelle à la maison. Une enquête par entretiens aurait pu nourrir cette observation.

L'enquête permet également de mettre en lumière le fait que les codes et l'acceptation des normes attendues dans une salle de théâtre (comme ne pas parler durant la représentation, être plongé dans l'obscurité pendant la durée du spectacle, ne pas pouvoir allumer son téléphone mobile) ont été transformés : les personnes s'autorisent plus aisément à « rompre le silence », à faire des commentaires pendant la diffusion, à se déplacer hors de la pièce lors de la diffusion du spectacle ou à faire d'autres activités. Cela nous amène à penser que la diffusion de spectacles en ligne peut permettre une démocratisation de la culture car aucun *rituel* ne s'impose devant un écran et de fait n'exclut aucune personne ignorante de ce rituel. Il y aurait donc un changement dans la pratique culturelle, telle que pratiquée à la maison. Dominique Pasquier, dans son étude, démontre que la consommation de la culture et la pratique culturelle s'accompagnent d'une tolérance au relâchement corporel en même temps qu'elles encouragent la participation des publics. Elle souligne que :

« La plupart des pratiques culturelles se sont désacralisées et routinisées ... Au théâtre, même s'il y a d'indéniables différences selon les salles et les répertoires, les spectateurs ont appris et accepté de se plier à une étiquette stricte : arriver avant le début de la pièce, s'asseoir à une place désignée, ne pas bouger et ne pas parler pendant le spectacle, réagir ou applaudir à des moments précis. »⁵²²

Jusqu'à la fin du XVIII^{ème} siècle, les publics du théâtre étaient indisciplinés, s'interpellaient les uns les autres, pour remettre en question le texte des auteurs ou pour exercer une forme de tyrannie envers les comédiens. La domestication du corps du spectateur, pour reprendre

⁵²² PASQUIER Dominique, « Spectateur de théâtre : l'apprentissage d'un rôle social », *Sociologie de l'Art*, vol. ps 2526, n° 1-2, 2016, p. 179-180.

l'expression de Serge Proust, cité par Dominique Pasquier⁵²³ répond aux fondements établis à la fin du XIX^{ème} siècle par le *théâtre d'art*, qui demande aux personnes de respecter certains « codes » avant, pendant et après la représentation. Même s'il existe une variabilité selon qu'il s'agisse de spectateurs assidus ou occasionnels, il y a un accord sur le respect envers les artistes, leur performance et l'adhésion aux normes de comportement attendues dans une salle de théâtre (ne pas faire du bruit, ne pas parler ou parler à voix basse, bien se tenir et diriger son attention vers la scène, applaudir à des moments précis).

Certes, il peut y avoir des moments où, même au théâtre, les codes ne sont pas respectés. Les spectateurs peuvent manifester leur mécontentement ou désapprobation par des réactions négatives, voire même sortir de la salle parce que le spectacle proposé les perturbe ou les ennueie. Ce désengagement de la situation est parfois volontaire, parfois incontrôlable.⁵²⁴ De la même manière, il existe des metteurs en scène de théâtre qui cherchent à bousculer les normes et à encourager le public à se déplacer en même temps que les comédiens, bien que cela demeure encore une tendance minoritaire. Néanmoins, la plupart des spectateurs respectent les normes proposées de façon implicite ou en début de spectacle. Cela témoigne à la fois du respect envers le travail des artistes et envers les autres spectateurs avec lesquels l'espace est partagé.

Les travaux de Dominique Pasquier mettent en évidence la persistance de l'attachement des spectateurs à la pratique associée au théâtre, même si parfois certains d'entre eux peuvent vouloir transgresser les conventions du rituel théâtral :

« Le public du théâtre, on le sait, se recrute dans des milieux diplômés, surtout dans le cas des pratiquants assidus – qui constituent le gros des audiences du théâtre public de création. La volonté de maintenir une approche ascétique de la culture – et la capacité à vivre ces moments ascétiques – n'a rien de très surprenant dans de tels milieux sociaux, mais elle ne nous dit rien de la possibilité de l'inscrire dans d'autres univers. Tout laisse au contraire à penser qu'elle est un frein important à plus d'ouverture sociale. Car, après tout, c'est quand il n'imposait aucun rituel comportemental que le théâtre a recruté ses publics les plus populaires. »⁵²⁵

Les diffusion de spectacles en ligne n'est pas concernée par cet ensemble de codes liés à la pratique théâtrale et on peut donc considérer que les captations sont un outil pour

⁵²³ *Ibid.*, p. 180.

⁵²⁴ *Ibid.*, p. 181.

⁵²⁵ *Ibid.*, p. 191.

démocratiser la culture, générer une possible première rencontre entre l'œuvre et le public et développer une ouverture sociale pour attirer un public plus diversifié. Par exemple, dans les projets de transmédia que nous avons étudiés dans la deuxième partie de la thèse, certains participants trouvent l'univers de l'opéra trop chargé de codes et considèrent cet art comme un art élitiste, ce qui peut constituer un obstacle à la découverte.

Les observations et enquêtes nous permettent de constater que la mise en ligne de contenus culturels n'est cependant pas suffisante pour élargir les publics. Une des pistes à exploiter serait de profiter du rendez-vous donné aux publics en ligne pour développer l'interaction entre les personnes, que cela soit avant ou après la diffusion des spectacles pour enrichir l'expérience théâtrale des uns et des autres.

La sociabilité propre à l'expérience théâtrale s'en trouverait alors modifiée. Alors que les personnes enquêtées choisissent généralement de sortir en groupe ou en couple pour assister à une représentation théâtrale *in situ*, lorsqu'il s'agit d'une captation en ligne, elles ont tendance à la regarder « seules ». Par conséquent, cela engendre une absence d'interaction et de partage inhérente à l'idée même de spectacle et à l'expérience théâtrale en présentiel. Par ailleurs, la concentration n'est pas la même : l'attention peut être rapidement perturbée par des facteurs extérieurs et briser la relation entre l'œuvre et le public. L'expérience théâtrale n'est pas vécue de la même manière. Qu'en est-il alors de l'appropriation de l'œuvre et de sa qualité ?

Rappelons que l'appropriation d'une œuvre est le fruit de l'immersion et de la participation qui permettent au public de faire sens et d'interpréter ce qu'il voit. L'étude du Phénix nous permet de noter que les personnes préparent leur sortie et continuent leur expérience après avoir vu le spectacle. Cependant nous ne disposons pas de données suffisantes qui permettent d'infirmer ou de confirmer une appropriation de l'œuvre *via* la diffusion de spectacles en ligne. En revanche, les informations de notre étude de terrain confirment qu'il existe un intérêt pour les contenus autour de la familiarisation avec l'auteur, la connaissance du processus de création autour d'une œuvre, la création des personnages et leur participation à la rencontre entre le public et l'œuvre. Tous ces éléments sont source d'appropriation de l'œuvre. Ces différents éléments peuvent permettre de développer davantage de propositions de médiation culturelle en lien avec les dispositifs numériques et par la même enrichir l'expérience théâtrale, la relation entre les publics et l'œuvre et encourager une interprétation et une appropriation plus significative.

Chapitre 2

LES ENJEUX DE LA PARTICIPATION ET DE LA DÉMOCRATISATION

4.1 Introduction

La médiation culturelle est en constante évolution et a dû s'adapter au fil du temps. Selon Dominique Pagès, la médiation culturelle est « devenue une incontournable réponse, évolutive dans ses formes et ses dispositifs, aux constats d'échec des politiques de démocratisation »⁵²⁶. Elle s'est construite à partir de nombreux savoirs issus des pratiques et des réflexions des praticiens.⁵²⁷ Elle agit en tant qu'intermédiaire entre les œuvres culturelles et les publics tout en ayant pour objectif majeur de faciliter l'accès aux œuvres et de favoriser leur appropriation. Comme nous l'avons vu dans les précédentes parties, les médiateurs déploient une diversité de dispositifs tels que de nouvelles modalités d'accueil des publics, des projets d'éducation artistique, de création artistique, des projets participatifs, visant à toucher un large éventail de personnes. Néanmoins, parallèlement à l'évolution des pratiques culturelles et de la relation avec les publics, la médiation culturelle doit également relever le défi de la transformation numérique des institutions culturelles et de l'intégration d'outils numériques.

L'évolution de la médiation culturelle numérique semble avoir été accélérée par les deux périodes de confinement qui ont eu lieu en 2020. Une question est alors apparue : comment

⁵²⁶ PAGES Dominique, « La démocratisation culturelle et les promesses des médiations culturelles numériques : mirage ou tournant ? », *Quaderni*, vol. 99-100, n° 1, 2020, p. 98.

⁵²⁷ CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation culturelle*, *op.cit.*, p. 6.

garder le lien avec les publics? Pendant la crise sanitaire, nous avons pu assister au développement de multiples propositions numériques par les structures du spectacle vivant afin d'aller à la rencontre virtuelle du public.

L'évolution d'une culture accessible à partir de son domicile a amené les structures du spectacle vivant à élaborer et à déployer, souvent dans l'urgence, des propositions en ligne, pour toucher de nouveaux publics. Les enjeux du numérique ont ainsi surgi dans un secteur insuffisamment préparé, ce qui a donné lieu à la reconfiguration des professions culturelles, à l'identification de nouvelles compétences nécessaires à l'évolution des métiers, à la création de nouveaux postes et à la mise en place d'un travail plus transversal entre les différents services. Aujourd'hui, certaines structures intègrent progressivement le numérique dans leurs projets et missions.⁵²⁸

Dans cette optique, notre hypothèse a été que la mise à disposition des dispositifs numériques de médiation culturelle était une offre adaptée aux objectifs des structures : favoriser l'appropriation à l'œuvre, élargir les publics et maintenir ou garder des liens avec les publics. Ainsi les dispositifs numériques, en lien avec la communication, sont perçus comme une véritable opportunité pour offrir aux spectateurs de nouvelles expériences plus immersives, participatives et interactives.

L'innovation technologique a provoqué une révolution sans précédent sur les réseaux et les plateformes numériques qui offrent « aux publics l'occasion de participer à la co-création de la culture »⁵²⁹. Il nous faut donc nous intéresser à l'impact de cette révolution : quelle image d'elle-même projette-t-elle dans la société ? Quels espoirs et quelles illusions suscite-t-elle dans le domaine de la culture ? Permet-elle véritablement, grâce à la production de dispositifs innovateurs, de toucher des publics insensibles à ses propositions et de les inciter à fréquenter ses espaces ? Si la transformation numérique suscite des espoirs, elle soulève également des inquiétudes dans le domaine de la médiation culturelle. Si les nouvelles technologies semblent ouvrir de nouvelles voies pour accéder aux œuvres et encourager la participation, des questions persistent sur la capacité réelle des dispositifs numériques à générer un véritable engagement du public.

⁵²⁸ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, étude réalisée par l'agence L'Œil du public, [<http://www.tmnlab.com/etudes/etat-des-lieux-du-numerique-2021#75>], (consulté le 20 novembre 2022).

⁵²⁹ CASEMAJOR Nathalie, « La participation culturelle sur Internet : encadrement et appropriations transgressives du patrimoine numérisé », *op.cit.*, p. 84.

4.2 L'illusion d'élargissement des publics grâce au numérique

« Une culture est à la fois un outil de séparation de l'individu d'avec le monde et un moyen d'entrer en relation avec ses congénères et, plus largement, avec l'environnement qui se trouve être le sien. »⁵³⁰

Comme nous l'avons explicité dans la première partie de la thèse, le numérique a bousculé la société. Ces changements se sont aussi reflétés dans les pratiques culturelles : la pratique des arts en amateur a augmenté et certaines de ces pratiques culturelles ont eu lieu dans le monde numérique et virtuel. « L'évolution de la société conduit à réinterroger les véritables facteurs d'influence liés aux pratiques culturelles »⁵³¹, soulignent Bruno Nassim Abouddrar et François Mairesse. Les cercles d'appartenance que sont l'école, la famille ou les pairs font l'objet d'analyses pour permettre d'identifier les transformations qui se produisent sur les réseaux sociaux et les plateformes. En redéfinissant les interactions et les dynamiques sociales, les nouvelles technologies jouent un rôle crucial. Serge Chaumier et François Mairesse se sont penchés sur les plateformes collaboratives (Web 2.0) où les personnes issues d'univers différents peuvent se croiser et interagir en dehors des contextes habituels : « Les nouvelles technologies constituent une aide précieuse, voire un moteur de réinvention de ces formes participatives »⁵³². Selon eux, le médiateur pourrait être celui qui « offre les cadres de la rencontre, qui régule et modère les forums, les tchats, les sites Internet ».⁵³³

Au contact de nouvelles formes d'intervention des publics avec des dispositifs de participation culturelle sur les réseaux numériques, on assiste à une reconnaissance des pratiques participatives et des usages.⁵³⁴ La culture expressive, pour reprendre le terme employé par Olivier Donnat (*cf* deuxième partie), suscite l'émergence de contenus culturels créés dans le cadre d'une pratique des arts en amateur grâce au développement du numérique et de l'Internet. Cependant, comme le souligne Nathalie Casemajor : « Il serait largement simplificateur d'en déduire que le Web est l'élément déclencheur d'une révolution qui ferait que tous les téléspectateurs dits passifs se lèvent soudainement de leur canapé pour se rasseoir

⁵³⁰ ZASK Joëlle, « De la démocratisation à la démocratie culturelle », *op.cit.*, p. 43.

⁵³¹ ABOUDDRAR Bruno Nassim et MAIRESSE François, *La médiation culturelle*, *op.cit.*, p. 100.

⁵³² CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La médiation culturelle*, *op.cit.*, p. 156.

⁵³³ *Idem.*, p. 156.

⁵³⁴ CASEMAJOR Nathalie, « La participation culturelle sur Internet : encadrement et appropriations transgressives du patrimoine numérisé », *op.cit.*, p. 82.

devant leur ordinateur et bricoler une vidéo créative »⁵³⁵. La chercheuse note également qu'il existe un imaginaire auquel Internet permettrait l'accès et une participation générale où les modes d'interaction entre publics et les contenus culturels se renouvellent grâce à la partage. Une telle vision ne tient pas compte des complexités propres à l'univers des pratiques culturelles en ligne qui supposent une connaissance des structures culturelles et de leur programmation, ainsi que des dispositifs culturels mis en place. L'accès aux contenus culturels par le biais d'Internet peut mener à une diversité d'expressions artistiques et culturelles qui échappent aux structures culturelles et les empêche de pouvoir structurer et contrôler la façon dont les internautes décident d'intervenir et de participer aux dispositifs. Dans notre étude menée au Phénix, nous avons pu constater que les personnes ayant profité des contenus proposés pendant les deux confinements avaient déjà un lien avec la structure et que les propositions en ligne n'avaient pas généré de nouvelles relations avec la structure ni même une participation plus importante des publics déjà acquis.

Dans sa thèse *Imaginaires des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie*, Eva Sandri a étudié l'imaginaire des dispositifs numériques dans les musées confrontés à l'élaboration de dispositifs technologiques pour la médiation :

« Les technologies sont considérées comme pouvant opérationnaliser plusieurs éléments : la démocratisation culturelle par la réduction de la fracture numérique, le développement du goût d'apprendre, et un accès élargi au savoir par la numérisation et la valorisation des contenus. »⁵³⁶

Selon la chercheuse, dans le champ muséal, le développement du numérique dessert les musées qui, par manque de moyens ou par choix, ne sont pas à la pointe de l'innovation et ne possèdent pas de dispositifs numériques⁵³⁷. Elle ajoute également que cet angle mort dans les pratiques muséales doit être comblé et que, par son absence même, le numérique devient un outil attrayant et profondément nécessaire à la médiation. L'innovation que constitue l'introduction de dispositifs numériques, permettrait, selon elle, d'impliquer la presse tant écrite qu'audiovisuelle et de faire en sorte que les discours journalistiques profondément habités par l'illusion enchantée de l'impact du numérique, se saisissent des réalités du champ muséal et mettent en lumière leur attractivité.

⁵³⁵ *Ibid.*, p. 84.

⁵³⁶ SANDRI Eva, *L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, en cotutelle entre l'université d'Avignon et des Pays de Vaucluse et l'université du Québec à Montréal, sous la direction de Cécile Tardy (UAPV) et de Catherine Saouter (UQAM), soutenue le 5 décembre 2016, p. 125

⁵³⁷ *Ibid.*, p. 269.

Ces mêmes arguments doivent être mobilisés pour soutenir le développement de la médiation culturelle dans le spectacle vivant et permettre de mettre en valeur la vaste panoplie des dispositifs créés où se mélangent des actions culturelles dites traditionnelles et numériques. Les professionnels de la culture espèrent en effet que les contenus culturels produiront un élargissement des publics grâce à la diffusion de masse, ce que confirme Paul Rasse, pour qui « ces technologies laissent espérer qu'elles résoudront des problèmes pratiques, là où les autres ont déjà échoué »⁵³⁸.

Si ces espoirs et cet imaginaire sont partagés dans le domaine du spectacle vivant, ils sont également accompagnés de craintes vis-à-vis de l'utilisation des dispositifs numériques qui viendraient remplacer le contact direct avec les personnes, l'utilisation des données personnelles par les plateformes, entre autres. Comme mentionné précédemment dans l'état des lieux coordonné par l'association TMNlab, les professionnels du secteur prennent conscience de la nécessité d'une évolution majeure de leurs pratiques, en particulier à la suite de la pandémie de Covid-19. Cette prise de conscience a entraîné une réflexion sur la stratégie, l'écosystème du travail et l'évolution des métiers⁵³⁹.

Interroger les promesses de la technologie et des médiations culturelles numériques dans les structures culturelles du spectacle vivant, nous amène à repenser l'utilité et la fonction que les dispositifs numériques ont pour les publics en lien avec les œuvres. Ces dernières années, le numérique a été présenté comme « l'outil » pouvant permettre aux structures culturelles de favoriser l'accès aux œuvres, au savoir et à une émancipation. Mais l'adoption de dispositifs numériques dans le domaine du spectacle vivant ne peut être envisagée uniquement comme un moyen de modernisation technique. Les structures culturelles doivent examiner attentivement la façon dont elles intègrent ces outils dans leur mission et dans la relation qu'elles entretiennent avec leur public. Il ne s'agit pas simplement de substituer des expériences physiques par des expériences en ligne mais de repenser comment ces expériences numériques peuvent enrichir et compléter les expériences culturelles existantes. Ces expériences numériques supposent aussi que les pratiques artistiques ou culturelles soient déjà ancrées, et que les personnes soient en possession d'une connaissance du numérique et de ses usages, ce qui nous amène à questionner les catégories traditionnelles de la légitimité culturelle, et de nous demander en quoi la mise en acte de la reconnaissance d'une diversité culturelle et des droits culturels peut ou non bénéficier de ces opportunités technologiques⁵⁴⁰.

⁵³⁸ RASSE Paul, « La Médiation, de l'utopie à la transformation sociale », *op.cit.*, p. 48.

⁵³⁹ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, *op.cit.*

⁵⁴⁰ RASSE Paul, « La Médiation, de l'utopie à la transformation sociale », *op.cit.*, p. 48.

Ce phénomène amène à une réflexion plus profonde sur le modèle de la démocratisation de la culture puisqu'il est remis en cause par celui des droits culturels. L'idée des droits culturels n'est pas nouvelle ; elle était déjà présente dans la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948. Le Pacte international sur les droits économiques, sociaux et culturels adopté en 1966 et dans la Déclaration universelle de l'Unesco en 2001⁵⁴¹ a réitéré ce principe de droits culturels. Une nouvelle définition, qui s'appuie sur une conception anthropologique de la culture, a vu le jour en 2007. Elle est inscrite dans le cadre d'un texte sur les droits culturels intitulé « Déclaration de Fribourg » :

« Article 5 (accès et participation à la vie culturelle)

a. Toute personne, aussi bien seule qu'en commun, a le droit d'accéder et de participer librement, sans considération de frontières, à la vie culturelle à travers les activités de son choix.

b. Ce droit comprend notamment: [...]

- la liberté d'exercer, en accord avec les droits reconnus dans la présente Déclaration, ses propres pratiques culturelles et de poursuivre un mode de vie associé à la valorisation de ses ressources culturelles, notamment dans le domaine de l'utilisation, de la production et de la diffusion de biens et de services ;
- la liberté de développer et de partager des connaissances, des expressions culturelles, de conduire des recherches et de participer aux différentes formes de création ainsi qu'à leurs bienfaits ; [...] »⁵⁴²

Alors que la démocratisation culturelle repose sur l'accès à la culture du plus grand nombre en permettant une participation plus large à la création et à la diffusion artistique et culturelle, les droits culturels, eux, font référence à la reconnaissance du fait que chaque individu a le droit de participer à la culture, de pratiquer sa propre culture et de contribuer au développement culturel de la société. Dans ce sens, le numérique est considéré comme étant étroitement lié aux droits culturels car il permet aux personnes de participer, de partager leur propres créations et de préserver leur identité culturelle. Selon Céline Romainville :

« En ce qui concerne l'objet de ce droit, il ne se cantonne désormais plus à la "haute culture" mais s'étend à la diversité des vies culturelles, c'est-à-dire à la diversité des œuvres, des méthodes, des

⁵⁴¹ SAEZ, Jean-Pierre, « Les dessous des droits culturels », *L'Observatoire*, vol. 49, n° 1, 2017, p. 6.

⁵⁴² Source : Les droits culturels, Déclaration de Fribourg, [<https://droitsculturels.org/observatoire/wp-content/uploads/sites/6/2017/05/declaration-fr3.pdf>], (consulté le 10 août 2023).

lieux et des pratiques qui expriment, de manière critique et créative, ou sous la forme d'un héritage à transmettre, le travail sur le sens opéré par la culture entendue au sens large du terme »⁵⁴³.

La diversité culturelle et le développement des dispositifs numériques associent les promesses de la culture numérique et celles de la participation en lien avec les droits culturels. Les projets numériques semblent réinterroger les rapports aux œuvres, aux espaces et aux ressources des établissements culturels du spectacle vivant. La réalisation de dispositifs numériques permet la diffusion de contenus et crée une relation autre avec le public en l'invitant à créer et à s'exprimer. Les projets transmédia et l'expérience du processus de création en immersion 360° analysés dans la deuxième partie de la thèse, en proposant des espaces de rencontre virtuels et *in situ*, sont des exemples réussis de ces nouvelles modalités de mise en relation du public avec l'œuvre. Dans ces espaces, les personnes peuvent nourrir leur interprétation de l'œuvre afin de se l'approprier.

Le Phénix, quant à lui, n'a pu initier que des propositions en ligne, et les publics n'ont pu découvrir l'œuvre que par le seul biais de la diffusion sur Internet. Les conditions liées à la pandémie n'ont pas permis de faire autrement. Nous avons pu observer que le fait de regarder la captation d'un spectacle n'a pas suscité un grand intérêt chez la plupart des enquêtés, même si certains éléments comme la curiosité, la sensation de liberté ont pu donner éventuellement envie de retenter l'expérience et de visionner à nouveau un spectacle en ligne. Cependant, la liberté mise en avant ici peut compromettre la construction du sens de l'œuvre, car le regard est attiré par des éléments externes, tels que le simple fait de faire des allers-retours pendant le visionnage ou de ne voir qu'une seule partie du spectacle, ce qui peut empêcher le spectateur de développer son interprétation. Si cette interprétation n'est pas élaborée pendant la diffusion de la représentation, la véritable rencontre avec l'œuvre ne se produit pas et interrompt ainsi le processus d'appropriation de l'œuvre.

De plus, l'utilisation des dispositifs numériques suscitent des attentes de la part des publics et elle doit donc leur apporter un gain réel. Pour rappel, ces attentes sont liées à l'expérience procurée par le dispositif numérique dans la découverte de l'œuvre et à la diversité de ses propositions. De ce fait, tout dispositif numérique devrait avoir véritablement pour objectif de favoriser la rencontre entre les publics et l'œuvre en ouvrant leurs horizons. D'ailleurs, les personnes enquêtées dans le projet du Phénix ont exprimé un fort intérêt pour les contenus

⁵⁴³ ROMAINVILLE Céline, (22 octobre 2013), Le droit de participer à la vie culturelle, *Agir par la Culture*, n° 35, [<https://www.agirparlaculture.be/le-droit-de-participer-a-la-vie-culturelle/>], (consulte le 14 décembre 2022).

proposés autour de l'œuvre. Les aspects liés au processus de création sont souvent « cachés » par crainte de dévoiler l'illusion théâtrale ou accessibles uniquement à des groupes préalablement ciblés. Pourtant, le public est en demande d'un tel partage et ce partage devrait être inclus dans les démarches de médiation culturelle numérique pour répondre à des questions que les publics peuvent se poser avant ou après avoir vu un spectacle.

Si les structures proposent aux publics d'agir, de créer, d'interagir avec l'œuvre *via* des dispositifs numériques dans le but de s'approprier des savoirs, on a pu observer néanmoins combien cette participation ne va pas de soi pour des néophytes ; la plupart des personnes qui prennent part à ces dispositifs de médiation culturelle sont souvent des passionnées ou des participants captifs. Les structures culturelles sont plus aptes ou plus intéressées à créer des dispositifs numériques dans lesquels elles établissent un cadre et un espace de participation destiné à un public préalablement défini. Elles restent sur un terrain connu. Quels outils mettent-elles à disposition des publics pour faciliter la rencontre et la participation spontanée entre les établissements, les personnes et les œuvres ? L'idée selon laquelle le numérique suscite une participation active des publics et permet d'aller à la rencontre de nouveaux publics doit être observée avec prudence. Il semble en effet y avoir une confusion sur la dynamique à l'origine de la rencontre : susciter la participation du public, ce n'est pas la même chose qu'accueillir un public demandeur et acteur de sa participation⁵⁴⁴.

4.3 Des propositions en ligne pendant et après le confinement. Les captations de spectacles comme option pour élargir le public

Pendant et après les confinements, de nombreux articles ont abordé les effets du coronavirus sur les structures culturelles en mettant en avant les changements observés dans la relation avec les publics. La pandémie a, par ailleurs, été interprétée par certains comme une opportunité pour transcender la dichotomie traditionnelle entre « l'opposition entre culture des écrans et culture IRL “ in real life ”, entre culture partagée et culture solitaire »⁵⁴⁵. L'utilisation du numérique perçu comme un moyen pour réunir les gens d'une manière nouvelle en permettant de dépasser les barrières physiques et en élargissant les possibilités d'interaction

⁵⁴⁴ SANDRI Eva, *L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie*, op.cit.

⁵⁴⁵ Du confinement au big bang culturel, (23 mars 2020), [<https://www.radiofrance.fr/franceculture/du-confinement-au-big-bang-culturel-8847139>], (consulté le 13 avril 2022).

culturelle a été présentée comme une chance : « Cette période si particulière a permis aux différents acteurs d'inventer des palliatifs, de créer des “ trésors de créativité ”, d'imaginer d'autres modes de relation avec le public. »⁵⁴⁶

La plateforme « Culture chez nous », lancée par le ministère de la Culture, a été un exemple concret de cette tendance. Elle est devenue une vitrine permanente du ministère pour démocratiser la culture en hébergeant, par exemple, une variété de ressources culturelles, y compris quelques captations de spectacles. Aujourd'hui, la plateforme est une vitrine proposant tous types de ressources culturelles. Le site est devenu une interface permanente où les créations mises en ligne pendant la période de fermeture des structures culturelles sont accessibles.

Cependant, la majorité des propositions sur la plateforme du ministère de la Culture ont privilégié la diffusion plutôt que la médiation culturelle ou la participation, soulevant des questions sur la nature de la relation entre le public et les structures culturelles. Quelle est la nature du lien entre le public et les structures culturelles ? Comment peut-on trouver un équilibre entre les expériences virtuelles et les interactions en personne ? Ces questions de la relation entrent en corrélation avec celles de l'interaction, interaction entre les usagers mais aussi interaction entre les usagers, les structures culturelles et les œuvres proposées. Avec l'émergence des réseaux sociaux, nous avons assisté à une dématérialisation des relations et à une transformation de l'espace devenu virtuel.

4.3.1 Vers un développement de captations de spectacle vivant

Le spectacle vivant s'est toujours appuyé sur la présence physique des spectateurs, d'où l'expression spectacle « vivant » et a toujours valorisé, voire magnifié l'importance de l'instantanéité de l'expérience. La pandémie est venue bouleverser cette réalité et a transformé le secteur culturel en l'obligeant à entrer dans chaque foyer par le biais des écrans devenus support principal pour la culture, le divertissement et la communication. Cela soulève la question de l'opportunité offerte par le numérique en termes de relation entre les publics et les œuvres. Est-ce que la mise à disposition de contenus culturels est suffisante pour générer une relation avec les personnes ?

⁵⁴⁶ PFLIEGER Sylvie et ANDONOVA Yanita, « Le spectacle vivant à l'aune de la privation culturelle », *L'Observatoire*, vol. 58, n°2, 2021, p. 24.

Durant la pandémie, il s'agissait pour les structures du spectacle vivant de développer de nouvelles stratégies pour nourrir, construire et maintenir une relation avec les publics, en espérant que cela puisse éventuellement se traduire par des interactions physiques.

Parmi les stratégies d'élargissement de publics qui méritent d'être développées, la diffusion de captations de spectacles est celle qui attire le plus notre attention. Cette dématérialisation nous autorise à penser qu'ainsi il sera effectivement possible d'accéder à des publics nouveaux et/ou lointains. Cela suscite pourtant des débats parce que ce mode d'accès à la culture du spectacle vivant perd justement le caractère « vivant » de l'expérience : « Les opportunités offertes par le numérique et les réseaux sociaux sont appréciées, mais la généralisation de la captation des œuvres est souvent contestée, car elle effacerait le silence, les bruits et le rire de la salle »⁵⁴⁷. De plus, il existe encore des réticences de la part de professionnels, comme le souligne le récent rapport *La captation de spectacles vivants*⁵⁴⁸, réalisée par l'Inspection Générale des Affaires Culturelles (IGAC). Il n'y a pas d'adhésion à l'idée de promouvoir les captations du spectacle vivant dans le milieu du théâtre, malgré l'évolution technologique. Différents arguments sont mis en avant, liés à l'émotion esthétique que le théâtre procure dans une salle, à l'œuvre qui peut être évolutive et qui montre l'ici et le maintenant, mais aussi au caractère figé de l'expérience captée puisque l'image des artistes est à jamais fixée *via* la vidéo, c'est-à-dire que le jeu théâtral n'est plus éphémère alors que c'est la caractéristique principale du spectacle vivant. Se pose également la question de l'absence d'un modèle économique viable pour couvrir, entre autres, les investissements nécessaires aux captations. Certains professionnels, en revanche, estiment que les captations ont des avantages puisqu'elles permettent d'amplifier la diffusion, la promotion et l'archivage des œuvres⁵⁴⁹, surtout après les mois de fermeture causés par la crise sanitaire. Selon le rapport, les captations « donnent accès à un premier niveau d'initiation à une pratique de sortie. Elles permettent de recréer partiellement les conditions d'une rencontre qui se ferait dans un lieu culturel en palliant les freins économiques, géographiques et symboliques que peut revêtir cette expérience ».⁵⁵⁰ Le rapport souligne que les captations représentent, en terme de démocratisation culturelle, un complément puisqu'elles permettent d'élargir leur offre en dépassant les contraintes des jauges de salles, les barrières psychologiques (personnes peu familiarisés avec les codes ou rites du spectacle vivant, intimidation, peur de s'ennuyer, etc)

⁵⁴⁷ *Ibid.*, p. 23.

⁵⁴⁸ Rapport *La captation de spectacles vivants*, réalisé par l'Inspection Générale des Affaires Culturelles, 2022, [<https://www.culture.gouv.fr/fr/Espace-documentation/Rapports/La-captation-de-spectacles-vivants>], (consulté le 17 décembre 2022).

⁵⁴⁹ *Ibid.*, p. 38.

⁵⁵⁰ *Ibid.*, p. 41.

ou géographiques. Le rapport met en avant le renouvellement générationnel des publics et donne une liste de recommandations.

Parmi les recommandations, nous avons retenu celle qui concerne le développement des publics, en particulier des jeunes, à travers le Pass culture⁵⁵¹. Si le dispositif du Pass culture permet aux jeunes d'aller au cinéma et d'aller au spectacle, il offre également l'occasion d'attirer un public jeune vers les structures culturelles en proposant des captations de spectacles. Selon le rapport, « il apparaît que les captations de spectacle sont un moyen pour les jeunes [du Pass culture] interrogés de “s’initier virtuellement pour investir physiquement les lieux culturels” »⁵⁵². 93% de jeunes interrogés indiquent que regarder la diffusion d'un spectacle leur a donné envie d'aller voir un spectacle en personne. « 62 % d'entre eux ont regardé une captation dans son intégralité et 58 % ont regardé un extrait de spectacle au format numérique »⁵⁵³. La diffusion d'une captation semble avoir un effet promotionnel pour le spectacle et invite à une fréquentation *in situ*, que le spectacle soit visionné intégralement ou sous forme d'extraits numériques. Néanmoins, le rapport met en évidence que ce qui suscite l'envie d'aller voir un spectacle *in situ* à travers les captations, ce sont les éléments d'ambiance liés à la présence d'un public et la promesse d'une expérience sensorielle plus riche. L'un des bénéficiaires du Pass culture a déclaré que la vidéo constituait un bon moyen pour s'initier, mais qu'elle faisait perdre le caractère vivant et que le ressenti n'était donc pas le même. Ces résultats rejoignent notre analyse réalisée au Phénix : la période de crise a donné lieu au développement de nouveaux modes de diffusion des captations de spectacles et semble avoir suscité la curiosité d'un nouveau public à l'égard des représentations du spectacle vivant et des artistes. Cependant comme le souligne le rapport, à ce jour, il n'existe pas d'enquête permettant de confirmer ou d'infirmer ce phénomène.

Par ailleurs, le GECE et Correspondance digitale ont réalisé en janvier 2021 une étude nommée *Pratiques culturelles et numériques de Français après un an de crise sanitaire*. Cette étude fait état d'une baisse de moral des personnes suite à la crise sanitaire. Parmi les enquêtés, ceux qui avaient fréquenté des lieux culturels les deux dernières années avant la crise ont manifesté une baisse de moral plus importante que les autres. En effet, la fermeture des établissements culturels a fait diminuer leurs pratiques culturelles. L'enquête indique que, pour pallier ce manque, ce sont ces enquêtés qui ont été les plus nombreux à pratiquer des

⁵⁵¹ Dispositif mis en place par le ministère de la Culture et de la Communication à destination des jeunes entre quinze et dix-huit ans. [<https://aide.passculture.app/hc/fr/articles/4413417639697-C-est-quoi-le-pass-Culture->], (consulté le 18 décembre 2022).

⁵⁵² Rapport *La captation de spectacles vivants*, *op.cit.*, p. 41.

⁵⁵³ *Idem.*, p. 41.

activités culturelles en ligne et que celles-ci ont fortement augmenté par rapport à 2020. Elle montre qu'en 2020, 41 % des Français ont pratiqué régulièrement au moins une activité culturelle en ligne dont 28% de nouveaux pratiquants (11,5% de nouveaux pratiquants parmi les enquêtés)⁵⁵⁴. L'étude indique que 87% des personnes qui ont pratiqué une activité en ligne en 2020 avaient l'intention de continuer, surtout les jeunes. Enfin, elle corrobore notre étude de terrain puisque ce sont les catégories socioprofessionnelles : étudiants, retraités, et les personnes les plus diplômés qui sont les plus concernées ainsi que les habitants des grandes villes, et les habitués des théâtres, musées et concerts, donc un public qui a déjà une pratique culturelle ancrée.

4.3.2 Quelle stratégie pour accompagner les structures culturelles ?

Le rapport *La captation de spectacles vivants* indique que durant les deux années de crise sanitaire la pratique de la captation de spectacles a naturellement suscité un intérêt de la part du milieu du spectacle vivant pour reconstruire un lien vers les publics. L'offre sur des chaînes comme Arte ou celles de France Télévisions a été en augmentation en 2020. La période de crise a donné lieu au développement des modes de diffusion de captations *via* des plateformes spécialisées comme Culturebox de France Télévision ou par le biais des réseaux sociaux. La période a généré beaucoup de créativité selon les interlocuteurs. Elle a permis de concevoir des formes nouvelles, dans des conditions exceptionnelles, sans public et sans les contraintes d'une représentation publique. Cependant ces expériences sont difficilement reproductibles car économiquement, généralement pour des raisons de coûts de production, la captation exige que le spectacle soit filmé en public. « Cette période très expérimentale aurait pu être l'occasion de renouveler des pratiques de captations, voire d'engager une réflexion sur de nouvelles formes » mais l'inquiétude première de ne pas voir le public revenir dans les salles a fait que nombre des interlocuteurs n'ont pu ou voulu approfondir leur réflexion sur les captations. A ce sujet, d'autres inquiétudes se sont ajoutées, comme le révèle le dernier *État des lieux du numérique 2021* : la question de l'identité numérique des structures culturelles est une préoccupation majeure des professionnels de la culture. D'une part, il s'agit pour eux d'exister et d'avoir une place dans le monde de l'Internet avec des contenus éditoriaux et des productions qui les représentent. D'autre part, il s'agit également de garder le contrôle des contenus qu'ils diffusent sur les plateformes (base de données, droit d'images).

⁵⁵⁴GECE, Correspondances digitales, Étude *Pratiques culturelles et numériques de Français après un an de crise sanitaire*, 2021, [https://www.gece.fr/2021/03/02/impact_restrictions-moral_des_francais_pratiques_culturelles_numeriques_francais_covid19/], (consulté le 27 décembre 2022), p. 14.

Les différentes études disent combien il est important d’accompagner les stratégies numériques des structures culturelles et mettent en évidence une appétence de la part de publics pour enrichir leur pratique culturelle *via* le numérique. L’état des lieux commandité en 2021 par l’association TMNlab soulève quelques points à prendre en compte pour accompagner cette évolution : il faudrait développer le poste du community manager ou du chargé de communication⁵⁵⁵ qui permet de faire le pont entre l’établissement physique et l’établissement en ligne. Il faudrait également développer de nouvelles stratégies pour proposer une rencontre avec l’œuvre avant et après la représentation. Notre enquête réalisée autour des propositions du Phénix nous permet de partager ces propositions. Les personnes se nourrissent et construisent leur relation à l’œuvre à partir des ressources et des contenus, comme la fabrique du théâtre qui vient alimenter leur interprétation et par la suite leur appropriation. Ces contenus peuvent être proposés *in situ*, mais aussi dans la sphère numérique.

Il est également important de créer des communautés en ligne qui peuvent faire écho au spectateur *relais*⁵⁵⁶ du théâtre, dispositif utilisé par certaines structures du spectacle vivant. Le spectateur-relais est celui qui organise un groupe de spectateurs afin qu’ils assistent ensemble à un spectacle, pour ensuite partager ses impressions, sensations et avis autour de l’œuvre et générer le bouche-à-oreille. Dans le monde numérique, les relations se construisent de la même manière, c’est-à-dire autour d’un thème commun faisant appel à une communication horizontale et interactive. Pour construire ces communautés ou pour aller vers d’autres publics en ligne, les structures culturelles ont eu recours, par exemple, aux partenariats avec des influenceurs. À titre d’exemple, citons Ronan au théâtre⁵⁵⁷, une chaîne YouTube dédiée à la critique, à l’analyse et à la découverte de la fabrique des spectacles. Cette chaîne a permis de créer des partenariats avec différentes structures culturelles comme la MC93 – maison de la culture de Seine-Saint-Denis à Bobigny, le Festival mondial des théâtres de marionnettes et la Comédie-Française, entre autres, pour donner de la visibilité au travail des artistes, aux œuvres et aux structures. Dans la même perspective, mais cette fois-ci autour de l’opéra, citons la chaîne YouTube appelée l’Opéra et ses Zous⁵⁵⁸. L’idée reste la même, celle de faire connaître le monde de l’opéra, mais à partir de résumés à base de dessins. Des structures

⁵⁵⁵ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, *op.cit.*

⁵⁵⁶ PASQUIER Dominique, « Sociabilités et sortie au théâtre », *Culture études*, vol. 1, n° 1, 2013, p. 1-12.

⁵⁵⁷ YNARD Ronan, Ronan au théâtre, (18 août 2012), YouTube, [<https://www.youtube.com/c/ronanautheatre>], (consulté le 14 août 2022).

⁵⁵⁸ MANDINEAU Mia, L’opéra et ses Zous, (1 octobre 2016), YouTube, [https://www.youtube.com/results?search_query=l%27op%C3%A9ra+et+ses+zouz], (consulté le 14 août 2022).

comme le Théâtre des Champs-Élysées ou encore l'Opéra de Bordeaux ont réalisé des partenariats avec la chaîne autour des spectacles d'opéra.

Nous pouvons constater que la présence de structures du spectacle vivant sur les réseaux sociaux est plus marquée qu'avant, et représente un objectif de stratégie qui vise à renforcer la présence des institutions sur Internet. L'utilisation du numérique semble répondre à une injonction de la société envers les structures culturelles pour qu'elles adaptent leurs activités de promotion, de communication et de médiation culturelle aux nouveaux médias. Cependant, l'élaboration des actions de médiation culturelle numérique manque à nos yeux d'objectifs précis. Elles se construisent, pour la plupart, en cours de route, au fil des besoins, pour répondre à un objectif de remplissage de salle ou pour promouvoir des événements ou des actions autour d'un spectacle avec un public ciblé. La présence accrue sur Internet pendant la période de pandémie a permis d'approfondir une réflexion sur le renouvellement de la relation aux publics, la transition numérique, la transformation des espaces et des usages ou le développement d'une culture de la participation. De ce fait, les questionnements sur les usages, la transition numérique et la mise en place des dispositifs numériques révèlent l'importance des techniques d'évaluation des dispositifs. L'évaluation devrait être plus systématique pour accompagner les évolutions et les effets des actions implémentées dans les structures du spectacle vivant afin d'appréhender au mieux les publics et de comprendre les modalités d'appropriation de l'œuvre *via* le numérique. Le dernier *État des lieux du numérique* souligne que les évaluations des actions numériques ne sont encore que peu systématisées par les structures⁵⁵⁹. De plus, lorsque des évaluations sont réalisées, les objectifs visent généralement le remplissage de la salle, la communication et seul un nombre limité vise l'évaluation du développement des publics.

Conclusion

Les évolutions culturelles représentées à travers la pratique culturelle numérique et la montée des pratiques artistiques amateurs révèlent un profond changement dans la dynamique entre la culture et le monde numérique. La pandémie de Covid-19 a accentué ces transformations, en remettant en question les missions et l'adaptabilité des métiers tels que la médiation culturelle ou encore la communication. Les nouvelles technologies ont été vues comme un outil pour

⁵⁵⁹ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, *op.cit.*

réinventer des formes participatives. Ces nouvelles formes d'approche ont été accompagnées par les dispositifs imaginés par les structures culturelles.

L'illusion enchantée d'Internet et de dispositifs numériques soulève des questionnements sur les défis de la transition numérique au sein des établissements dédiés au spectacle vivant. Cependant, malgré le potentiel de l'utilisation du numérique pour rendre la culture accessible et améliorer la participation, il est essentiel de reconnaître que cela ne conduit pas automatiquement à un engagement des publics ou à une transformation de publics "passifs" en publics créateurs. Pour pouvoir répondre à ces défis de la transition numérique, des freins tels que les spécificités des disciplines, les missions variées des structures, les compétences nécessaires et l'organisation au sein des équipes doivent être abordés. En effet, si les nouvelles technologies offrent des opportunités, elles nécessitent également une réflexion approfondie sur les modèles économiques et les stratégies d'engagement des publics au sein du contexte culturel.

La médiation culturelle, en constante évolution, émerge en réponse aux défis rencontrés dans la démocratisation culturelle. Comprise comme l'intermédiaire entre l'œuvre et les publics, l'enjeu majeur reste celui de l'accès aux œuvres et aux ressources culturelles à partir de la mise en place de différents dispositifs en relation avec les publics. Par conséquent, la progression de la culture numérique soulève des questions sur la transformation de la médiation culturelle et entraîne une réflexion sur la mutation des structures culturelles dans le domaine du spectacle vivant. Dans cette dynamique de transition numérique, les dispositifs imaginés par les structures culturelles prennent un rôle central en établissant des ponts entre les œuvres et les publics, tout en intégrant les possibilités offertes par les nouvelles technologies. Cela met en évidence la nécessité d'une approche holistique où les évolutions culturelles, les pratiques artistiques, la médiation culturelle et les dispositifs numériques s'entremêlent pour façonner l'avenir de la culture et du spectacle vivant.

Ces réflexions sont aussi en lien avec les droits culturels :

« L'idée de droits culturels vient aussi conforter des acteurs dans leur positionnement lorsqu'ils tentent de sortir des sentiers battus, qu'ils inventent de nouvelles médiations, qu'ils intègrent une dimension sociétale ou territoriale dans leurs projets lorsqu'ils les fondent sur des dynamiques

plus interactives associant le public ou la population comme acteur à part entière du processus artistique ou culturel. »⁵⁶⁰

Jean-Pierre Saez rappelle que ce phénomène s'observe et s'interprète comme une sorte de transfert des influences de la culture d'Internet, ou encore comme une expansion des initiatives créatives partagées et expérimentées à partir des années 1960. Il constitue également une réponse au désir d'expression et de participation, reflétant ainsi quelque chose d'essentiel à la fois de l'individu contemporain et de sa relation à l'espace démocratique.

La diversité et la création de technologies numériques convergent avec les aspirations et les concepts liés à la culture numérique, créant ainsi un environnement propice à l'expression culturelle et à l'engagement participatif. Cependant, nous pouvons constater que ce sont toujours les mêmes catégories socioprofessionnelles qui profitent le plus des activités en ligne. Pour rappel, Jean Caune souligne que le temps de la technique et le temps de la culture ne révèlent pas de la même échelle de perception. De plus, cette invitation à participer, à enrichir les expériences des publics par le seul contact du numérique, ne se fait pas d'elle-même. La concordance entre les personnes qui consomment des contenus culturels et celles qui ont une pratique culturelle *in situ*, a été démontrée dans les différentes enquêtes sur les pratiques culturelles de Français et dans l'analyse du projet du Phénix. Cette convergence d'expériences culturelles, qu'elles soient en ligne ou en présentiel, met en lumière les défis persistants de l'accessibilité et de la participation égalitaire dans un paysage culturel en constante évolution.

Connaître les effets du numérique dans la relation avec les publics

Les propositions développées pendant la pandémie Covid-19 étaient pour nous un moment propice pour interroger sur l'intérêt des dispositifs numériques en relation avec les publics, d'autant plus que le contact physique avait été interrompu par la fermeture des établissements culturels du spectacle vivant. Cependant, malgré un intérêt manifesté par les professionnels pour connaître les effets des propositions et contenus proposés aux publics, très peu des structures se sont prêtées à la réalisation d'une évaluation par des personnes externes à la structure.

⁵⁶⁰ SAEZ Jean-Pierre, « Les dessous des droits culturels », *op.cit.*, p. 7.

La période de fermeture des structures culturelles et le développement d'une relation avec des publics virtuels ont soulevé des questions par rapport au lien entre les publics et les établissements du spectacle vivant. Cette nécessité de garder le lien avec les publics a généré une abondance des contenus culturels rassemblés dans la plateforme « Culture chez nous », donnant lieu à la diffusion de produits culturels, comme les captations des spectacles.

Cette mise à disposition des contenus culturels fait penser à un élargissement des publics par la simple diffusion. Celle-ci vient alimenter l'imaginaire dont nous avons parlé précédemment sur l'utilisation du numérique. Cependant, nous ne pouvons pas affirmer qu'il y ait eu un élargissement des publics à partir des propositions créées par le Phénix, car à l'heure actuelle, il est difficile pour la structure culturelle d'identifier les personnes qui consomment les contenus en ligne et *in situ*, de la même manière qu'il est difficile d'établir ou d'identifier une relation pérenne sur les réseaux sociaux. D'ailleurs, certains établissements culturels soulignent ne pas avoir une cible prioritaire⁵⁶¹ sur les réseaux sociaux, mais ils tendent plutôt vers une présence qui vise à conquérir des publics, à être un complément des offres *in situ* et à la fidélisation. Ce changement de perspective souligne l'importance d'une présence en ligne qui sert non seulement à atteindre de nouveaux publics, mais aussi à renforcer les liens avec ceux qui ont déjà une expérience culturelle en présentiel.

Pour finir, l'expérience de l'œuvre que cela soit par l'intermédiaire d'un outil numérique ou sans outil numérique, doit apporter une plus value à la personne pour permettre ainsi une interprétation qui amènera à l'appropriation. L'appropriation de l'œuvre est un processus. Pour reprendre Antonella Carù et Bernard Cova, la personne assiste à différents moments d'immersion pour construire le sens qui amènera à l'appropriation, la médiation culturelle numérique devrait apporter cela. Dans le cas de l'utilisation du numérique pour faire de la médiation culturelle, il s'agit de savoir se servir de l'outil pour apporter quelque chose de nouveau à la découverte d'une œuvre. Cela souligne l'importance d'implémenter de manière systématique une analyse des dispositifs mis en place.

⁵⁶¹ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, *op.cit.*

CONCLUSION GÉNÉRALE

En s'appuyant sur l'observation de quatre projets de médiation culturelle numérique précédemment décrits, notre thèse a pour ambition de contribuer à la recherche autour du développement de dispositifs de médiation culturelle numérique dans les structures du spectacle vivant et d'analyser les stratégies mises en œuvre par les équipes pour maintenir et enrichir leurs relations avec les publics. Ces différents terrains d'étude nous ont permis de comprendre quels étaient les enjeux de conception des dispositifs de médiation culturelle numérique et d'analyser si ceux-ci favorisaient ou non l'appropriation de l'œuvre. C'est le processus d'appropriation de l'œuvre qui a fait l'objet de toute notre attention. Nous avons cherché à répondre aux hypothèses en lien avec cette notion d'appropriation et avec la mise à disposition de dispositifs numériques dans le milieu du spectacle vivant.

Il convient de rappeler que cette recherche n'a pu s'appuyer sur un nombre suffisant d'études de terrain, dû au contexte si particulier de la pandémie et en l'absence de projets pertinents, malgré une prise de conscience de l'impact de la transition numérique sur le monde du spectacle vivant. Les résultats de la thèse sont partiels ; une étude portant sur un plus grand nombre de projets permettrait de mieux saisir les enjeux de l'utilisation de dispositifs numériques dans la médiation culturelle. Si l'utilisation du numérique pour la médiation culturelle est de moins en moins perçue comme une contrainte, il a été difficile de trouver des projets répondant aux besoins de la recherche et fournissant des données exploitables.

Nous allons reprendre les différentes analyses développées dans les trois parties du travail, et revenir brièvement sur leurs apports. Mais tout d'abord nous souhaitons revenir sur le contexte général de l'étude.

Le cadre théorique nous a permis de comprendre comment les conditions de réception de l'œuvre et des publics ont évolué au cours des dernières années. Le développement des publics est devenu un enjeu majeur pour la démocratisation de la culture. Des efforts ont été faits pour attirer le public au travers de politiques spécifiques comme la création de tarifs adaptés aux différents publics et des actions de médiation culturelles développées autour de la programmation.

Le terme de médiation culturelle s'est imposé dans une volonté d'informer, d'accompagner les publics mais aussi pour contribuer au projet de démocratisation culturelle. Dès la fin des années 1980⁵⁶², il a été considéré que la démocratisation culturelle était un échec, l'enquête sur *Les pratiques culturelles des Français* ayant démontré une augmentation de la fréquentation des établissements culturels, mais les inégalités n'ont pas diminué pour autant. Soulignons cependant que la médiation culturelle est apparue dans un contexte particulier où les professionnels de la culture cherchaient à susciter une confrontation à l'œuvre, non seulement par le contact mais par un ensemble d'expériences permettant d'alimenter la pensée, de se confronter avec l'autre et avec soi-même. En somme, l'expérience artistique n'était plus réduite à la seule réception de l'œuvre. Une des ambitions de la médiation culturelle est de permettre de réfléchir au processus de création et à sa mise en circulation dans l'espace culturel, car, à partir de l'expérience, les publics construisent une activité signifiante et une quête de soi.

L'enquête sur *Les pratiques culturelles des Français*⁵⁶³ de 2008 a mis en lumière la croissance des pratiques culturelles autour de l'audiovisuel et la diversification des goûts culturels liés à Internet. Les relations entre les personnes, le mode de vie et le rapport à la culture ont été bouleversés par le monde numérique. La culture numérique s'est ainsi dessinée grâce à l'invention d'Internet. Par le biais de nouveaux usages produits par le développement et la généralisation des techniques de l'informatique, elle a bousculé nos manières de fonctionner et de nouvelles formes de pratiques culturelles ont vu le jour. La dernière enquête de 2018 sur *Les pratiques culturelles des Français*⁵⁶⁴ a montré que les écarts sociaux et territoriaux se réduisaient, mais qu'ils persistaient néanmoins, les catégories socioprofessionnelles supérieures et les plus diplômés étant les plus présents dans les établissements culturels. Elle a également révélé un nouvel univers de pratiques culturelles dites du *tout numérique* caractérisé par un usage intensif des outils numériques.

Par ailleurs, la pandémie de la Covid-19 a accentué l'évolution des pratiques culturelles en lien avec la transition numérique et avec l'essor des pratiques culturelles numériques. Durant cette période, les structures du spectacle vivant ont créé de nouvelles formes de médiation pour s'adresser aux publics et pour restituer l'expérience du spectacle vivant par le virtuel. La plupart des propositions ont été mises en ligne *via* les sites ou les réseaux sociaux des

⁵⁶² FLEURY Laurent, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, *op.cit.*

⁵⁶³ DONNAT Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, *Enquête 2008*, *op.cit.*

⁵⁶⁴ LOMBARDO Philippe et WOLFF Loup, « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », *op.cit.*

structures culturelles. Après le premier confinement, les études sur les pratiques culturelles⁵⁶⁵ ont révélé que celui-ci a créé des opportunités pour une plus grande accessibilité à la culture à travers le numérique et a permis à d'autres populations plus jeunes ou plus âgées de profiter de biens culturels en ligne grâce à une augmentation de l'utilisation des écrans. Les résultats de l'enquête du Phénix nous permettent de faire le même constat. En effet, les personnes âgées de plus de 60 ans, qui ne sont pas de la génération Internet, ont augmenté leur consommation culturelle en ligne, ce qui pourrait laisser penser qu'il y a effectivement eu une augmentation dans la consommation des biens culturels en ligne et un possible renouvellement des publics vers la structure. Cependant, cette enquête est contredite par le fait que les propositions numériques mises en place par le Phénix durant les deux confinements ne semblent pas avoir attiré de nouveaux publics vers la structure mais avoir plutôt conforté la présence d'un public déjà familier qui habite à Valenciennes ou dans les communes alentour. L'étude menée au Phénix ne couvre pas l'ensemble des publics fréquentant la structure. Néanmoins, elle met en évidence la prédominance des CSP, ce qui soulève des questions quant à l'accès à la culture et à la diversification des publics des établissements culturels. Une étude plus approfondie sur les publics du Phénix aurait permis d'affirmer ou d'infirmer ces ambiguïtés.

Si le numérique n'a effectivement pas permis une ouverture vers un nouveau public, les propositions mises en place par le Phénix ont néanmoins réussi à garder ou renforcer le lien déjà existant avec les personnes fréquentant l'institution. Le même constat peut être fait pour l'ensemble des structures culturelles qui ont mis en place des propositions en ligne. Il est important de souligner que la programmation en ligne proposée par le Phénix a été mise en concurrence avec d'autres propositions issues d'autres structures et qu'ainsi il y a eu une véritable saturation de l'espace Internet. De même, il est difficile aujourd'hui pour les structures culturelles de savoir si les personnes qui ont consommé les contenus en ligne sont les mêmes que celles qui assistent habituellement aux spectacles en présentiel car les données obtenues grâce aux statistiques tels que Facebook Analytics ou Google Analytics et les données de logiciels de billetterie ne permettent pas encore de les croiser.

Conçues pour mesurer l'évolution des pratiques culturelles, les enquêtes sociologiques ne fournissent pas, non plus, d'informations sur le degré d'appropriation de l'œuvre par les publics, ni sur la qualité du rapport social qu'elle implique. En revanche, ces études ont montré combien il est important d'analyser le lien entre la relation aux publics et

⁵⁶⁵ JONCHERY Anne et LOMBARDO Philippe, « Pratiques culturelles en temps de confinement », *op.cit.*, p. 3. GECE, *étude sur les nouvelles pratiques culturelles des Français avec le confinement*, 2020, *op.cit.*

l'appropriation de l'œuvre et la question de la réception de l'art et de la culture. Les études sur la réception des publics ont permis de montrer qu'il n'y avait pas d'homogénéité du public et ont fait émerger la nécessité de parler de publics au pluriel. De même, la théorie de la légitimité culturelle, telle qu'elle est abordée par Jean-Pierre Esquenazi, se réfère à la reconnaissance de l'art et de la culture comme une forme d'expression différente selon les groupes sociaux⁵⁶⁶. Cette reconnaissance peut être basée sur différents critères tels que l'histoire, la tradition, la qualité artistique, etc. En outre, Bernard Lahire montre, dans ses travaux sur la dissonance culturelle, que chacun explore de façon différente ses pratiques culturelles en fonction de ses attentes et de ses comportements⁵⁶⁷. Cela signifie que la plupart des gens ne sont pas enfermés dans une seule catégorie culturelle mais qu'ils ont des goûts et des préférences culturelles diverses. Pour comprendre la réception des publics, il faut donc prendre en compte cette structuration des pratiques culturelles par les expériences des divers types sociaux.

Réinventer la médiation culturelle à l'ère numérique

Dans le cadre de notre étude, nous avons observé la mise en œuvre et le développement de dispositifs de médiation culturelle numérique qui avaient pour but l'expérimentation de nouvelles manières de produire un lien entre l'œuvre et les publics. Mais l'analyse de ces projets nous a permis également de constater, d'une part, la mutation des métiers de la communication et de la médiation culturelle, mutation qui vient interroger les missions et l'adaptabilité des professionnels et, d'autre part, une confusion dans les objectifs de médiation culturelle. Selon Serge Chaumier et François Mairesse, les médiateurs culturels devraient être en mesure de répondre aux nouvelles structures d'adresse au public⁵⁶⁸. Cependant, les professionnels ont observé qu'ils n'étaient pas suffisamment formés à l'utilisation du numérique et que certains avaient dû, afin de développer de nouvelles compétences, pallier ce manque en se formant de façon autodidacte⁵⁶⁹. Les professionnels interrogés ont également regretté l'absence d'un travail plus transversal entre les services pour permettre une meilleure visibilité des dispositifs numériques. Dans le projet transmédia du Théâtre des Champs-Élysées, cette absence de transversalité a eu pour effet de freiner la communication autour du projet et d'empêcher qu'il puisse atteindre de nouveaux publics. La montée en puissance de l'utilisation du numérique et la création de dispositifs numériques interrogent donc l'évolution du métier de médiateur culturel et plus largement la transition culturelle des

⁵⁶⁶ ESQUENAZI Jean-Pierre, *Sociologie des publics*, op.cit.

⁵⁶⁷ LAHIRE Bernard, *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, op.cit.

⁵⁶⁸ CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La médiation culturelle*, op.cit., p. 156.

⁵⁶⁹ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, op.cit.

établissements culturels. Le dernier *État des lieux du numérique* fait état des nombreux freins que rencontre le développement du numérique dans le secteur culturel : temps, technique, idéologique, financier⁵⁷⁰ tout en montrant que les structures en reconnaissent les avantages : partage, collaboration, lien et opportunités.

En outre, l'analyse des projets de terrain a permis de comprendre que les nouvelles formes de participation semblent parfois brouiller les objectifs de la médiation culturelle au profit d'une démarche de communication dont le but serait une augmentation de la fréquentation. C'est ce qu'ont ressenti les participants aux projets transmédia. La création de contenus sur les réseaux sociaux les a amenés à une course aux *likes*, donnant à certains le sentiment que leur seule fonction était de promouvoir la structure, ce qui a eu pour effet de susciter un désintérêt pour le projet ou/et de freiner son développement.

Le développement des technologies modifie les moyens mis à disposition des médiateurs culturels et la relation que les publics entretiennent avec l'œuvre. Nous avons montré que le milieu du spectacle vivant essaie de construire une complémentarité entre l'espace physique et l'espace numérique en mettant tout d'abord à disposition des publics, *via* les sites Internet, des informations relatives, entre autres, à la programmation, aux horaires d'ouverture, à la billetterie et aux actions artistiques et culturelles développées dans la structure. Leur présence et leur visibilité sur Internet ont augmenté de manière exponentielle, notamment sur les réseaux sociaux⁵⁷¹ qui permettent aux acteurs du spectacle vivant de mettre en valeur la vie du lieu, des artistes et des œuvres. Les nouvelles pratiques culturelles ne suggèrent pas pour autant qu'il y ait une perte d'intérêt pour les sorties physiques car elles sont valorisées pour leur dimension sociale. Cependant le rapport des personnes à la culture a été modifié par de nouveaux comportements et de nouveaux usages des écrans – dû en partie à l'expérience du confinement⁵⁷². Ces nouveaux modes de pratiques culturelles nous amènent à nous interroger sur la façon dont les professionnels du spectacle vivant conçoivent une approche différente de l'œuvre sans perdre ce qui fait théâtre – le vivant, la rencontre entre les publics et les artistes sur scène. Il semble que leur réponse a été de développer de nouveaux dispositifs numériques qui permettent aux publics de découvrir d'autres manières de s'approprier les œuvres et qui leur proposent une co-construction de dispositifs tels que ceux mis en place dans les projets OpéraMorphose ou Dansathon⁵⁷³.

⁵⁷⁰ *Ibid.*

⁵⁷¹ *Ibid.*

⁵⁷² JONCHERY Anne et LOMBARDO Philippe, « Pratiques culturelles en temps de confinement », *op.cit.*, p. 42.

⁵⁷³ Dansathon, [<https://dansathon.eu/fr/concept/>], (consulté le 20 décembre 2022).

Le rôle du médiateur culturel est essentiel dans l'accompagnement de ces évolutions. Le médiateur occupe une place importante nous seulement pour expliquer le dispositif mais aussi pour être un passeur parce qu'il est l'intermédiaire entre l'œuvre et les publics. Cependant, l'utilisation d'un outil numérique dans la médiation culturelle doit enrichir la rencontre entre le public et l'œuvre et plutôt que devenir un obstacle. Par exemple, le médiateur doit être en capacité de veiller à ce que le contenu soit proposé sur un support adéquat. Il doit maintenir une veille constante sur l'évolution du numérique, car ce domaine est en perpétuel changement et évolution. Il doit également pouvoir être attentif à la manipulation des dispositifs numériques par les publics, par exemple : les casques de réalité virtuelle, les livrets numériques ou encore l'utilisation d'une tablette.

Une meilleure appropriation de l'œuvre

Dans le cadre de notre thèse, nous avons pu étudier et analyser les effets des nouvelles formes de médiation culturelle numérique proposées par les établissements du spectacle vivant sur l'appropriation de l'œuvre par les spectateurs. Nous avons répondu aux hypothèses suivantes : la première qui stipule que les nouveaux rapports au numérique, à la création de contenus numériques et à la mise en œuvre de dispositifs (en ligne et *in situ*) destinés à toucher les nouvelles générations, pourront aider à désamorcer les préjugés que celles-ci ont à l'égard du spectacle vivant ; la seconde qui stipule que la relation des structures culturelles avec les publics se renouvelle grâce à l'usage du numérique, en faisant apparaître de nouveaux modes d'appropriation et de réception de la culture.

Les projets étudiés nous ont ainsi permis de mettre en évidence le processus d'appropriation de l'œuvre par les publics lorsqu'on met à leur disposition un dispositif numérique de médiation culturelle. Nous avons pu constater que les dispositifs numériques permettent d'aborder une œuvre de façon nouvelle et que les publics valorisent également les actions *in situ* et le recours à un médiateur pour faire lien ou les guider dans leur exploration. Rappelons que le processus d'appropriation passe d'abord par une interprétation de l'œuvre. La construction des significations d'une œuvre change donc selon la relation qu'entretiennent les spectateurs avec les situations, les milieux et les personnes. De fait, l'interprétation n'est pas

Projet Opéramorphose, Opéra de
Rennes, [<https://www.opera-rennes.fr/fr/operamorphose-un-opera-experimental>], (consulté le 16 juillet 2021).
[<https://www.opera-rennes.fr/fr/evenement/operamorphose-2-marathon-creatif>], (consulté le 17 avril 2023).

statique, elle est renouvelée à chaque fois. Elle est fondée par la perception de l'œuvre et par les horizons d'attente⁵⁷⁴ de chaque individu.

Nous avons également fait référence à l'objet (œuvre) en tant qu'objet d'attachement⁵⁷⁵. Les outils numériques tels que les tablettes, les smartphones, les casques de réalité virtuelle et les plateformes en ligne sont des supports qui favorisent cet attachement. Nous avons donc été amenées à nous demander si la rencontre entre l'œuvre et le public grâce aux dispositifs numériques pouvait améliorer, affiner et augmenter l'efficacité de son appropriation. Ainsi, le terme *d'attachement* nous a semblé pertinent pour aborder les expériences vécues des personnes qui ont participé aux projets de médiation culturelle numériques analysés. L'appropriation entendue comme l'acte de faire sien quelque chose, nous pousse à prendre en compte l'importance des attachements que l'individu forme avec l'objet. Les projets étudiés ont offert aux participants des éléments leur permettant d'approcher l'œuvre différemment et de lui trouver un sens à partir de la façon dont ils ont vécu l'utilisation d'un dispositif numérique. Nous l'avons vu, le processus d'appropriation de l'œuvre *via* un outil numérique est en partie réussi si la personne utilisatrice du dispositif génère un intérêt pour et un attachement à l'objet. Si cet attachement ne se forme pas et si le dispositif n'apporte pas quelque chose de nouveau à l'expérience et au sens donné à l'œuvre, celui-ci pourrait alors devenir un frein dans l'interprétation et l'appropriation de l'œuvre.

Les résultats des enquêtes et des interviews nous ont permis d'identifier trois modalités d'expérience vécues par les participants : artistique, esthétique et réflexive. Ces trois expériences font partie du travail d'interprétation et d'appropriation que le public entreprend lorsqu'il est confronté à une œuvre. Le travail d'interprétation fait l'objet d'un cadre interprétatif, abordé à partir de trois fonctions : l'interprétation de l'univers artistique, la ré-interprétation de l'œuvre et la contextualisation de l'œuvre. Une fois l'acte d'interprétation effectué, les publics ont été capables de s'approprier l'œuvre.

Dans le monde numérique, le mode collaboratif a fait de la participation un moteur pour réinventer des formes participatives de médiation culturelle. De plus, le numérique est un instrument qui permet d'élaborer divers dispositifs pour rendre accessibles les richesses culturelles. À travers les deux projets transmédia, les actions de médiation culturelle ont véritablement conduit les participants à s'approprier les propositions culturelles et artistiques.

⁵⁷⁴ JAUSS Hans-Robert, *Pour une esthétique de la réception*, *op.cit.*

⁵⁷⁵ HENNION Antoine, *La Passion musicale, une sociologie de la médiation*, *op.cit.*

Ces deux projets nous ont permis d'observer et d'analyser ces nouvelles formes de participation qui ont amené les participants vers une expérience immersive. Elles sont caractérisées par la création d'une *storytelling* qui a permis de donner vie aux personnages des opéras grâce aux développements de différents dispositifs numériques des projets transmédia.

Nous avons pu montrer que les actions de médiation des projets transmédia ont conduit les participants à créer un nouveau récit autour de l'œuvre et ainsi à se l'approprier à partir de la création de propositions culturelles (Théâtre des Champs-Élysées et Opéra de Rennes). Pour les participants, cette expérience a permis de découvrir un univers qui leur était, pour la plupart nouveau, et qui leur a permis de partager avec leurs pairs leur propre interprétation de l'œuvre.

Le rôle de participant (créateur) dans les projets transmédia, a été apprécié par l'ensemble des participants parce qu'il leur a permis de s'exprimer, de partager le sens personnel qu'ils donnaient à l'œuvre et à l'univers artistique. Les recherches que les participants ont pu entreprendre sur l'univers de l'opéra et sur les œuvres, ainsi que les échanges qu'ils ont eu au sein du groupe, ont favorisé leur appropriation de l'œuvre. Et la diversification des médias leur a permis d'aller plus loin dans la caractérisation des personnages. Cependant, le double rôle de participant et de créateur de contenus peut avoir un effet dans l'implication des participants dans des projets tels que transmédia, étant donné que le développement de ces projets exige d'eux une forte implication.

Ensuite, le projet d'Argos/Mednum a également permis aux participants d'expérimenter et de découvrir le processus de création de l'œuvre à partir de dispositifs en présentiel et en immersion, ceux-ci leur ont fourni des éléments qui sont venus nourrir l'interprétation et par la suite l'appropriation de l'œuvre.

En outre, les résultats de notre enquête au Phénix ont montré que très peu de personnes avaient participé aux propositions qui leur étaient faites. Cependant, ceux qui s'en sont saisis témoignent de l'importance de ces espaces pour garder et renforcer le lien avec la structure et la culture. En effet, ils ont eu la possibilité de découvrir en profondeur des œuvres, des artistes et les métiers de la culture, ce qui, en retour, leur a donné envie de revenir à nouveau vers ce lieu d'expérimentation. Les CSP étudiants et les retraités ont été plus curieuses et plus engagées dans l'interaction et la participation *via* les réseaux sociaux que les CSP cadres et professions intermédiaires.

Nous avons observé combien les codes et attendus dans une salle de théâtre ont été bouleversés dans l'espace virtuel. Lors des captations des spectacles, il était possible de rompre le silence et de faire des commentaires pendant la diffusion en ligne (en direct ou enregistré), sans que cela ne pose problème aux autres internautes. De même, quitter ou accéder à la diffusion d'un spectacle en cours ne perturbait pas les autres utilisateurs. Nous voyons donc que le rituel du spectacle vivant est modifié sur les plateformes numériques, ce qui nous amène à penser qu'une ouverture sociale est possible car les spectateurs auront plus de liberté et moins de contraintes tant physiques que sociologiques, puisqu'il ne leur est plus demandé de respecter les fondements établis à la fin de XIX^{ème} siècle par le théâtre d'art⁵⁷⁶ qui voulaient que les publics respectent certains « codes » avant, pendant et après la représentation. Ces codes concernent également le respect des artistes, de la performance et l'adhésion aux normes de comportement attendues dans une salle de théâtre (respect du silence ou disposition du corps par rapport à la scène). Ce rituel peut être parfois considéré comme un frein à une ouverture sociale car certaines personnes peuvent penser qu'elles ne maîtrisent pas ces codes, ce qui a été le cas pour les participants aux projets transmédia liés à l'univers de l'opéra.

La mise en place de dispositifs numériques permet une démocratisation de la culture, car le numérique repose sur l'imaginaire et permet aux personnes d'accéder de façon active aux contenus culturels et de les intégrer dans leur propre univers. Si l'on considère que la diffusion de spectacles en ligne peut être un outil pour démocratiser la culture, il nous semble pertinent de nous saisir des opportunités que la médiation numérique offre au public au travers de la création d'espaces numériques d'échanges ou d'espaces d'information contextuelle telle que la diffusion d'interviews ou d'extraits de répétitions pour enrichir l'expérience théâtrale, que cela soit avant ou après la diffusion. Cependant la nature de cette expérience est particulière puisqu'elle est le plus souvent solitaire comme l'a démontré l'enquête réalisée au Phénix, alors que les sorties culturelles se font, selon notre étude, majoritairement en couple ou en groupe.

Le projet du Phénix nous permet de mettre en lumière l'intérêt que les personnes portent à la connaissance du processus de création et d'interprétation de l'œuvre tant du côté des artistes que de l'auteur, et à tous les éléments qui leur permettent d'enrichir leur réception de l'œuvre. L'ensemble de ces éléments participe à la rencontre entre les publics et l'œuvre.

⁵⁷⁶ PASQUIER Dominique, « Spectateur de théâtre : l'apprentissage d'un rôle social », *op.cit.*

S'intéresser aux trajectoires de significations des participants à travers les projets, nous a permis de comprendre comment ceux-ci s'emparent des œuvres et se les approprient.

Nous observons que les technologies numériques offrent nombre de possibilités pour enrichir les expériences des publics qui permettent de nouvelles interprétations de l'œuvre et favorisent ainsi son appropriation. Néanmoins les projets étudiés nous montrent que l'outil en lui-même n'est pas porteur de nouvelles significations de l'œuvre ; l'aspect essentiel réside dans le contenu et comment celui-ci va être reçu par les personnes. De la même manière, les propositions de médiation reposent sur la motivation et la capacité des publics à s'emparer des dispositifs numériques. De plus, l'expérience d'immersion, de participation et de création avec un outil numérique est, pour la plupart, personnelle. Les échanges, les partages d'expérience et les actions culturelles « traditionnelles » contribuent à la construction de l'interprétation de l'œuvre.

La création d'espaces hybrides

Autre constatation : les nouvelles pratiques culturelles amènent les personnes à combiner les espaces réel et virtuel en un seul espace hybride. Cette convergence des espaces a modifié la relation que les personnes entretiennent avec les objets et avec le temps. Cela concerne donc notre rapport à la réalité. Le virtuel incite à la participation et à la création de nouvelles dynamiques contributives et collaboratives qui influent également notre rapport aux autres. Ainsi que nous l'apprend notre analyse du projet Argos/Mednum : la découverte du processus de création grâce au casque de réalité virtuelle a permis aux participants d'avoir un autre point de vue de spectateur, d'expérimenter une nouvelle disposition du corps dans l'espace et de se sentir plus proches des artistes, dans l'intimité de la création d'une œuvre. L'utilisation d'un casque de réalité virtuelle a permis aussi de créer des espaces hybrides, où les espaces réel et virtuel se modifient l'un l'autre. Ce dispositif d'immersion, qui a suscité la curiosité des participants, a été vu comme un complément pour enrichir leur expérience et faciliter leur appropriation. D'autres actions de médiation, comme la Pause théâtre, ont permis de nourrir l'interprétation de l'œuvre car elles présentent d'autres aspects du travail des artistes et de la création qui n'ont pu être abordés lors du visionnage du processus de création.

Les projets transmédia et le projet d'immersion en 360° s'inscrivent tout particulièrement dans cette volonté de création de liens entre le réel et le virtuel. Les interactions, le partage et la découverte des œuvres se jouent dans ces deux espaces ; les modes de communication et les outils mis à disposition remodelent et redéfinissent les savoirs sous de nouvelles formes.

Dans ces trois projets, l'engagement des publics a continué néanmoins d'être généré par la mise en place d'actions culturelles plus éprouvées que les dispositifs numériques : rencontre avec les artistes, visites du plateau, échanges entre les participants, création des contenus.

L'accès à la culture au travers d'une pratique culturelle hybride amène à réfléchir sur les nouvelles formes d'appropriation de l'œuvre, car le numérique a rendu accessible à tous les contenus des œuvres produites *in situ* en changeant les conditions de circulation des connaissances et la réception des œuvres, par le biais, par exemple, des captations de spectacles. L'irruption du numérique dans la vie quotidienne a fait basculer la pratique de la médiation culturelle *traditionnelle* vers une médiation culturelle numérique. Nous avons vu plus haut combien la façon dont les technologies de l'information et de communication et la médiation culturelle peuvent parfois induire une confusion dans leur usage, ce qui peut amener à penser que la mise à disposition de contenus en ligne génère une construction des savoirs et une appropriation de l'œuvre quand en réalité l'utilisation et la création de dispositifs numériques participent à la diffusion de contenus et à la visibilité de la structure. Ainsi leur objectif, dans les faits, est détourné.

La captation de spectacles vivants⁵⁷⁷ est vue comme une pratique de démocratisation culturelle. A ce titre, il est indiqué que la diffusion de spectacles vivants peut permettre aux personnes de s'initier, par ce biais, à la pratique de sorties culturelles et de contourner les obstacles que sont les contraintes budgétaires, géographiques et symboliques. La mise à disposition de contenus culturels induit un élargissement des publics par la simple diffusion. Selon le rapport de l'Inspection Générale des Affaires Culturelles, les facteurs qui suscitent l'envie de sortir pour assister à un spectacle en salle sont l'ambiance créée par la présence du public et le désir de vivre une expérience sensorielle plus complète. C'est ce que confirment les personnes interrogées dans le cadre du projet du Phénix qui ont mis en lumière le fait que la captation vidéo ne peut remplacer l'expérience *in situ* du spectacle, qu'elle ne peut rendre compte entièrement du caractère vivant du spectacle et que le ressenti des publics n'est pas le même. La période de crise a engendré de nouveaux modes de diffusion et suscité un nouvel intérêt de la part des publics. Cependant, il serait nécessaire de mener des enquêtes afin d'évaluer leur effet sur les publics, et de confirmer ou d'infirmer si ces initiatives peuvent entraîner une augmentation et un renouvellement des publics.

⁵⁷⁷ Rapport *La captation de spectacles vivants*, op.cit.

L'utilisation intensive d'Internet par les consommateurs de spectacles pendant la période de pandémie a obligé les organisations culturelles à intensifier leur réflexion autour de l'évolution nécessaire de leurs politiques de développement, en particulier sur la manière de renouveler la relation aux publics, sur la transition numérique, la transformation des espaces et des usages et le développement d'une culture de la participation⁵⁷⁸.

Accompagner la transition numérique dans le spectacle vivant : l'importance d'une évaluation systématique des dispositifs

Au regard de cette évolution, les questions relatives aux usages, à la transition numérique et à la mise en place des dispositifs numériques mettent en évidence combien il est important de développer des techniques d'évaluation des dispositifs. Il est essentiel d'avoir une analyse plus systématique pour accompagner les évolutions et les effets des actions culturelles implémentées dans les structures du spectacle vivant, afin de mieux connaître les publics et de mieux mesurer l'appropriation de l'œuvre *via* le numérique. À ce jour, les actions numériques sont très peu évaluées⁵⁷⁹. Lorsqu'elles le sont, les objectifs visent le remplissage de la salle et la communication en premier. Quant aux actions de médiation culturelle numérique, elles sont également très peu évaluées. Selon le dernier *État des lieux du numérique*⁵⁸⁰, les professionnels évoquent le manque de moyens, de temps, de compétences ainsi que l'absence d'objectifs et de critères clairs pour effectuer une évaluation pertinente.

Nous avons participé à la rencontre *Médiation numérique du spectacle vivant, hybridité et enjeux politiques*⁵⁸¹ organisé à l'Opéra de Rennes, et avons présenté les résultats de notre évaluation du projet du Phénix. Les différents échanges entre professionnels montrent une volonté commune de construire des projets numériques et d'évaluer ces mêmes projets pour avoir une meilleure connaissance de leur publics et des effets des actions mises en place⁵⁸². À cet égard, des membres de l'association TMNlab ont créé un groupe de réflexion et de partage dédié à la médiation culturelle numérique. Ce groupe a pour objectif de recenser les projets existants et de faciliter les discussions sur des questions liées aux savoir-faire, au financement,

⁵⁷⁸ PAILLER Danielle et KOGAN Anne-France (dir.), *Entre réception et participation. Droits culturels et innovations sociales*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2020, p. 224.

⁵⁷⁹ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, *op.cit.*

⁵⁸⁰ *Idem.*

⁵⁸¹ Rencontre Médiation numérique du spectacle vivant, organisé par le TMNlab en partenariat avec le Mednum, projet de recherche sur les dispositifs numériques de médiation, à l'Opéra de Rennes, le 30 mai 2022, [<http://www.tmnlab.com/2022/06/08/restitution-rencontre-tmnlab-23-mediation-numerique-du-spectacle-vivant-hybridite-et-enjeux-politiques/>]

⁵⁸²

à l'organisation et à la création de dispositifs numériques. Les membres ont mis en place une plateforme collaborative de ressources sur le site *Pearltrees*⁵⁸³.

Si la période de la Covid a incité certaines structures à expérimenter de nouvelles approches et à acquérir de nouvelles compétences, il a été compliqué de maintenir les actions numériques mises en place une fois que les portes ont été rouvertes, pour les raisons exposées précédemment. Dans le cadre de notre thèse, nous avons proposé d'effectuer des évaluations de ces dispositifs d'action culturelle mais si les structures culturelles se sont montrées intéressées, elles n'ont pu donner suite cependant à nos propositions parce qu'elles ne disposaient pas de moyens suffisants pour confier un tel projet à une personne externe à leurs équipes, ce que nous trouvons paradoxal. L'étude *Etat des lieux du numérique*⁵⁸⁴ souligne que la non-évaluation des projets est en partie justifiée par le manque de temps nécessaire à l'évaluation, ainsi que par le manque de compétences et de moyens (humains, financières ou d'équipement). Enfin, l'étude met également en évidence la nécessité pour les professionnels d'avoir des stratégies claires et de disposer de moyens pour accompagner les structures culturelles du spectacle vivant dans leur transition numérique.

Défis et opportunités de la médiation culturelle numérique dans le spectacle vivant : implication des équipes, obstacles et perspectives

La construction de dispositifs et de contenus nécessite une implication des équipes des structures du spectacle vivant dans la transmission du message et du projet. Pour cela, il est parfois nécessaire d'avoir un personnel spécifique dédié au développement de ce type de dispositifs. L'investissement dans le développement de nouvelles pratiques numériques de la part des institutions culturelles reste encore faible car il leur est difficile de poursuivre les innovations⁵⁸⁵. Plusieurs raisons expliquent cette difficulté à laquelle nous sommes confrontées.

Tout d'abord, les structures culturelles font face à un manque de temps, la charge de travail étant déjà conséquente dans les emplois du temps des équipes, ce qui complique la mise en œuvre et le suivi des projets. C'est pourquoi ces projets sont souvent abandonnés en cours de route ou reportés à la saison suivante. De plus, la construction d'un projet de médiation culturelle numérique nécessite l'implication de l'ensemble des équipes : motivation, participation des différents services, conviction des autres membres de l'équipe et du directeur

⁵⁸³ Plateforme collaborative, [http://www.pearltrees.com/cultureetnumerique_mednum/collaborative-culturelles/id53774348], (consultée le 2 septembre 2023).

⁵⁸⁴ TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, op.cit.

⁵⁸⁵ *Ibid.*

de la structure quant à la pertinence de celui-ci. Tant leur faisabilité, en ligne ou *in situ*, que leur impact sur les missions de la structure et les publics visés sont remis en question. Il existe d'autres obstacles au développement de projets de médiation culturelle numérique : manque de budget, d'outils et de compétences. Si l'on veut assurer la continuité du dispositif dans le long terme, cela implique également la recherche de partenaires institutionnels et la nécessité d'avoir une équipe technique spécialisée dans les domaines de l'élaboration d'applications, de la réalité virtuelle et de la réalité augmentée.

Pistes de recherche

Ce travail de thèse a permis d'enrichir la réflexion autour de l'utilisation du numérique dans la médiation culturelle et de l'appropriation de l'œuvre par les publics. Quelques perspectives de recherche sont envisageables, particulièrement pour compenser les limites précédemment décrites de notre étude :

- Développer les observations de terrains pour être en mesure d'appréhender le lien entre les publics et l'outil numérique dans les actions de médiation culturelle numérique. En effet, les observations de terrain sont un élément clé pour comprendre le lien entre les publics et l'outil numérique dans les actions de médiation culturelle numérique. L'augmentation des pratiques culturelles en ligne a créé de nouveaux défis pour les professionnels de la culture car elle a modifié la façon dont les publics interagissent avec les contenus culturels et les établissements culturels.

En développant des observations de terrain, les professionnels de la culture pourraient approfondir leur approche, étudier la pertinence des dispositifs mis en œuvre et réfléchir à une stratégie globale sur le long terme. Des groupes de réflexion sont constitués par les professionnels, comme c'est le cas du groupe de réflexion et de partage sur la médiation mise en place par les membres du TMNlab⁵⁸⁶ depuis l'année 2022.

- Développer une analyse des publics qui s'appuierait sur la participation à des projets de création numérique. Si notre recherche a proposé une analyse des dispositifs numériques dans le milieu du spectacle vivant, néanmoins, pour mieux comprendre les effets de l'utilisation du numérique dans la relation avec les publics, une évaluation plus systématique des projets est nécessaire. Une telle analyse viserait à comprendre le rôle que le participant a dans la création de projets de médiation culturelle numérique

⁵⁸⁶ *Ibid.*

ainsi que leur relation avec l'œuvre et la structure. Elle permettrait d'identifier les caractéristiques des publics les plus susceptibles de participer à des projets de création numérique et les motivations qui les animent. Les retours et les commentaires des participants pourraient également être analysés pour évaluer leur perception de l'œuvre et de la structure.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES

ABIRACHED Robert, *La décentralisation théâtrale, n°3 : 1968, le tournant*, Arles, Actes Sud-papiers, 1994.

ABIRACHED Robert, *La décentralisation théâtrale, n°2. Les années Malraux, 1959-1968*, Arles, Actes Sud-papiers, 1993.

ABOUDRAR Bruno Nassim et MAIRESSE François, *La médiation culturelle*, Paris, Presses universitaires de France, 2018.

ABOUDRAR Bruno Nassim et MAIRESSE François, *La médiation culturelle, Que sais-je?*, Paris, Presses universitaires de France, 2016.

ACCART Jean-Philippe, *La médiation à l'heure du numérique*, Paris, Édition du cercle de la librairie, 2016.

BARONI Raphaël et GUNTI Claus, *Introduction à l'étude des cultures numériques: La transition numérique des médias*, Paris, Armand Colin, 2020.

BOISSON Bénédicte, FOLCO Alice et MARTINEZ Ariane, *La mise en scène théâtrale, de 1800 à nos jours*, Paris, Presses universitaires de France, 2010.

BOURDIEU Pierre, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Les éditions de Minuit, 1979.

BOURDIEU Pierre, *Les règles de l'art*, Paris, Éditions du Seuil, Points/essais, 1998.

BOURDIEU Pierre et DARBEL Alain, *L'amour de l'art; les musées d'art européens et leur public*, Paris, Les éditions de Minuit, 1965.

BORDEAUX Marie-Christine, « La médiation culturelle est-elle un concept dépassé ? », in Cécile Camart, François Mairesse, Cécile Prévost-Thomas et Pauline Vessely (dir.), *Les mondes de la médiation culturelle. vol.1 : Approches de la médiation*, Paris, L'Harmattan, coll. « Les cahiers de la médiation culturelle », 2016, p. 39-61.

CAILLER Bruno, DÉNIS Sébastien et SAPIEGA Jacques (dir.), *Histoire du transmédia. Genèse du récit audiovisuel éclaté*, Paris, L'Harmattan, 2014.

CAILLET Elisabeth, « Les débuts de la médiation culturelle. Politiques de l'emploi culturel et métiers de la médiation », in Cécile Camart, François Mairesse, Cécile Prévost-Thomas et Pauline Vessely (dir.), *Les mondes de la médiation culturelle. Vol. 1 : Approches de la médiation*, Paris, L'Harmattan, coll. « Les cahiers de la médiation culturelle », 2016, p. 91-99.

CARDON Dominique, *Culture numérique*, Paris, Les Presses de Sciences Po, 2019.

CARDON Dominique, *La démocratie internet. Promesses et limites*, Paris, Éditions du Seuil, 2010.

CASEMAJOR Nathalie, LAMOUREUX Ève et RACINE Danièle, « Art participatif et médiation culturelle : typologie et enjeux des pratiques », in Cécile Camart, François Mairesse, Cécile Prévost-Thomas et Pauline Vessely (dir.), *Les mondes de la médiation culturelle. Vol. 1 : Approches de la médiation*, Paris, L'Harmattan, coll. « Les cahiers de la médiation culturelle », 2016, p. 171-183.

CASTELLS Manuel, *La Galaxia Internet*, Barcelone, Éditions Plaza & Janés, 2001.

CAUNE Jean, « La Médiation culturelle : une notion *mana* ou l'usure du sens », in Cécile Camart, François Mairesse, Cécile Prévost-Thomas et Pauline Vessely (dir.), *Les mondes de la médiation culturelle. Vol. 1 : Approches de la médiation*, Paris, L'Harmattan, coll. « Les cahiers de la médiation culturelle », 2016, p. 29-37.

CAUNE Jean, *Formes artistiques et pratiques culturelles*, Paris, L'Harmattan, 2018.

CAUNE Jean, *La Démocratisation culturelle, une médiation à bout de souffle*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2006.

CAUNE Jean, *La culture en action : de Vilar à Lang : le sens perdu*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 1992.

CERVULLE Maxime et QUEMENER Nelly, *Cultural Studies*, Paris, Armand Colin, 2018.

CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation culturelle*, Paris, Armand Colin, 2017.

CHAUMIER Serge, « Post-médiation ? Trans-médiation ? La quête du Graal culturel », in Cécile Camart, François Mairesse, Cécile Prévost-Thomas et Pauline Vessely (dir.), *Les mondes de la médiation culturelle. Vol. 1 : Approches de la médiation*, Paris, L'Harmattan, coll. « Les cahiers de la médiation culturelle », 2016, p. 63-71.

CHAUMIER Serge et MAIRESSE François, *La Médiation culturelle*, Paris, Armand Colin, 2013.

COMBESSIE Jean-Claude, *La méthode en sociologie*, Paris, La Découverte, 2007.

COULANGEON Philippe, *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, La Découverte, 2016.

DE CERTEAU Michel, *La culture au pluriel*, Paris, Éditions du Seuil, 1993.

DE CERTEAU Michel, *L'invention du quotidien, Tome 1, Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990.

DENOÛËL Julie et GRANJON Fabien (dir.), *Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages*, Paris, Presses de l'École des Mines, Coll. Sciences sociales, 2011.

DENIZOT Marion, *Jeanne Laurent. Une fondatrice du service public pour la culture. 1946-1952*, préface de Robert Abirached, Comité d'histoire du Ministère de la culture, Paris, La Documentation française, 2005.

DONNAT Olivier, « Pratiques culturelles des Français : une enquête de marginal-sécant, au croisement de la sociologie de la culture, des médias et des loisirs », *Le fil de l'esprit - un parcours entre recherche et action*, (dir.) Augustin Girard, Paris, La Documentation Française, 2011.

DONNAT Olivier, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, Enquête 2008*, Paris, La Découverte / Ministère de la culture et de la Communication, 2009.

DONNAT Olivier et OCTOBRE Sylvie, *Les publics des équipements culturels, méthodes et résultats d'enquêtes*, Paris, Département des études et de la prospective, ministère de la culture et de la communication, 2001.

DONNAT Olivier, *Les Français face à la culture, de l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, La Découverte, 1994.

DORT Bernard, *Le Jeu du théâtre, le spectateur en dialogue*, Paris, P.O.L, 1995.

DOUEIHI Milad, *Qu'est-ce que le numérique ?*, Paris, Presses universitaires de France, 2013.

DOUEIHI Milad, *Pour un humanisme numérique*, Paris, Éditions du Seuil, 2011.

DOUEIHI Milad, *La grande conversion numérique*, Paris, Éditions du Seuil, 2008.

DUMAIS Fabien, *L'appropriation d'un objet culturel : une réactualisation des théories de C.S. Peirce à propos de l'interprétation*, Québec, Les Presses de l'Université du Québec, 2009.

EPRON Benoît et VITALI-ROSATI Marcello, *L'édition à l'ère numérique*, Paris, La Découverte, 2018.

ESQUENAZI Jean-Pierre, *Sociologie des publics*, Paris, La Découverte, 2009.

ESQUENAZI Jean-Pierre, *Sociologie des œuvres, de la production à l'interprétation*, Paris, Armand Colin, 2007.

FLEURY Laurent, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, Paris, Armand Colin, 2016.

FLEURY Laurent, *Le TNP de Vilar : Une expérience de démocratisation de la culture*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2007.

FOUCAULT Michel, *Dits et écrits, Tome II*, Paris, Gallimard, 1977.

HENNION Antoine, *La passion musicale, une sociologie de la médiation*, Paris, Éditions Métailié, 2007.

HEINICH Nathalie, *La sociologie de l'art*, Paris, La Découverte, 2004.

HOGUET Benjamin, *Créer et produire pour les nouveaux médias, Le guide de la narration interactive et transmédia*, Paris, Dixit éditions, coll. « La narration réinventée », 2016.

JAUSS Hans-Robert, *Pour une esthétique de la réception*, Paris, Gallimard, 1990.

JENKINS Henry, *La culture de la convergence des médias au transmédia*, Paris, Armand Colin, 2013.

JOUËT Josiane, « Sociologie des médias numériques », *Médias, Information et Communication*, de Christine Leteinturier et Rémy Le Champion (dir.), Paris, Ellipse, 2009, p. 104-121.

LAFORTUNE Jean-Marie, « Les enjeux de l'appropriation et de la transmission de la culture dans les dispositifs de médiation culturelle au Québec », dans Cécile Camart, François Mairesse, Cécile Prévost-Thomas et Pauline Vessely (dirs.), *Les mondes de la médiation culturelle. Vol. 1 : approches de la médiation*, Paris, L'Harmattan, 2016, p. 141-153.

LAHIRE Bernard, *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, La Découverte, 2006.

LAMIZET Bernard, *La Médiation culturelle*, Paris, L'Harmattan, 1999.

LEBAT Cindy, *La notion de "public" dans la culture*, Paris, Association Métis, 2019.

LEVY Pierre, *L'intelligence collective, pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La Découverte/Poche, 1997.

MAUSS Marcel, « Les techniques du corps », in *Techniques, technologie et civilisation*, Paris, Presses universitaires de France, « Quadrige », 2012.

OCTOBRE Sylvie, *Deux pouces et des neurones: Les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*, Paris, Ministère de la culture, Département des études et de la prospective, 2014.

PAILLER Danielle et KOGAN Anne-France (dir.), *Entre réception et participation. Droits culturels et innovations sociales*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2020.

PAVIS Patrice, *L'analyse des spectacles*, Paris, Nathan, 1996.

RANCIÈRE Jacques, *Le spectateur émancipé*, Paris, Éditions La Fabrique, 2008.

RAVET Hyacinthe, *Sociologie des arts*, Paris, Armand Colin, 2015.

RIEFFEL Rémy, *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, Paris, Gallimard, coll. « Folio actuel », 2014.

RUBY Christian, *Devenir spectateur: Invention et mutation du public culturel ?*, Toulouse, Éditions de l'Attribut, 2017.

SANDRI Éva, *Les imaginaires numériques au musée ? Débats sur les injonctions à l'innovation*, Mkf Éditions, coll. « Les essais numériques », 2020.

UBERSFELD Anne, *Lire le théâtre II, l'école du spectateur*, Paris, Belin, 1996.

URFALINO Philippe, *L'invention de la politique culturelle*, Paris, Hachette, 2004.

WALLON Emmanuel, « Le théâtre et les spectacles », in *Politiques et pratiques de la culture* (dir.), Philippe Poirrier, Paris, La Documentation Française, 2010, p. 113-135.

ARTICLES DANS REVUES SCIENTIFIQUES, PÉRIODIQUES

ANDREACOLA Florence, POLI Marie-Sylvie et SANJUAN Eric, *Musée et numérique. Quelles visions du participatif ?*, 9ème colloque Ludovia “Imaginaire(s) du numérique”, Michel Lavigne ; Jean-Pierre Jessel; Patrick Mpondo-Dicka, Aug 2013, Ax-les-Thermes, France, p. 1-12.

BONI Marta, « Enjeux des dispositifs transmédias comme cadres de l’expérience », in Laurent Di Filippo et Émilie Landais (dir.), *Penser les relations entre les médias, Dispositifs transmédias, convergences et constructions des publics*, Strasbourg, Néothèque, 2017, p. 143-163.

BESSION Raphaël, « Les tiers-lieux culturels. Chronique d’un échec annoncé », *L’Observatoire*, n° 52, 2018/2, p. 17-21.

BOURGEON-RENAULT Dominique, DERBAIX Maud, JARRIER Élodie et PETR Christine, « Mesure du transport narratif dans le contexte d’une expérience de consommation transmédia », *communication*, 34ème congrès international de l’afm (Association Française du Marketing), HuManiS (EA 7308) et l’Université de Strasbourg, May 2018, Strasbourg, France, p. 1-6.

BOURGEON-RENAULT Dominique, DERBAIX Maud, JARRIER Élodie et PETR Christine, « Transport narratif, expérience de consommation et intentions à l’égard d’un dispositif transmédia », *Arts, Cultural and Creative Industries Symposium Turin 2016*, Turin, Italie, 2016, p. 39-48.

BOURGEON-RENAULT Dominique, DERBAIX Maud, JARRIER Élodie et PETR Christine, « Transmédia et expérience de consommation », *Communication*, 2ème Journée de Recherche en Marketing du Grand Est, Reims, 1er avril, 2015, p. 1-18.

CARÙ Antonella et COVA Bernard, « Expériences de consommation et marketing expérientiel », *Revue française de gestion*, vol. 162, n° 3, 2006, p. 99-113.

CARÙ Antonella et COVA Bernard, « Approche empirique de l'immersion dans l'expérience de consommation: les opérations d'appropriation », *Recherches et applications en Marketing*, vol. 18, n° 2, 2003, p. 49-50.

CASEMAJOR Nathalie, « La participation culturelle sur Internet : encadrement et appropriations transgressives du patrimoine numérisé », *Communication & langages*, n° 171, 2012, p. 81-98.

CAUNE Jean, « La médiation culturelle. Notion mana ou nouveau paradigme ? », *L'Observatoire*, n° 51, 2018, p. 9-11.

CAUNE Jean, « Pratiques culturelles, médiation artistique et lien social », *Hermès, La Revue*, n° 20, 1996/2, p.169-175.

CHAUMIER Serge, « Musées et patrimoine : nouvelles formes de médiation, nouveaux projets », in *La médiation culturelle : ferment d'une politique de la relation*, *L'Observatoire*, n° 51, 2018, p. 40-43.

CHAPELAIN Brigitte, « La participation dans les écritures créatives en réseaux : de la réception à la production », *Le français aujourd'hui*, n° 196, 2017, p. 45-56.

CHICOINEAU Laurent, « Le Web est-il en train de réinventer la médiation culturelle ? », *Nectart/2*, n° 3, 2016, p. 134-142.

COUILLARD Noémie et NOUVELLON Maylis, « À la rencontre des adolescents en ligne ? L'enjeu du numérique pour la médiation culturelle », *Cahiers de l'action*, vol. 38, n°1, 2013, p. 43-49.

DAHAN Chantal, « Les adolescents et la culture », *Cahiers de l'action*, n°38, 2013, p. 9-20.

DALBAVIE Juliette, DA LAGE Émilie et GELLEREAU Michèle, « Faire l'expérience de dispositifs numériques de visite et en suivre l'appropriation publique : vers de nouveaux rapports aux œuvres et aux lieux de l'expérience ? », *Études de communication*, n° 46, 2016, p. 109-128.

DENIZOT Marion et PETR Christine, « Services numériques à destination des publics des théâtres », *Culture et Recherche*, dossier « Les publics in situ et en ligne », n° 134, hiver 2016-2017, p. 16-19.

DENIZOT Marion, « Du théâtre populaire à la médiation culturelle : autonomie de l'artiste et instrumentalisation », *Lien social et Politiques*, dossier « La Médiation culturelle : enjeux, dispositifs et pratiques », n° 60, 2008, p. 63-74.

DI FILIPPO Laurent et LANDAIS Émilie, « Dispositifs transmédiatiques, convergences et publics : construire et pense les relations entre médias », *Penser les relations entre médias, Dispositifs transmédiatiques, convergences et constructions des publics*, Colloque international Dispositifs transmédiatiques, convergences et constructions des publics / organisé par Laurent Di Filippo, Émilie Landais et Anthony Michel [avec l'] Association des jeunes chercheurs du CREM, Université de Lorraine, Metz, 24 et 25 mai 2012, p. 8-46.

DONNAT Olivier, « Démocratisation de la culture : fin... et suite ? », in Jean-Pierre Saez (dir.), *Un lien à recomposer*, Toulouse, Éditions de l'Attribut, 2012, p. 54-71.

DONNAT Olivier, « Pratiques culturelles, 1973-2008: Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales », *Culture études*, n° 7, 2011, p. 1-36.

DONNAT Olivier, « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Éléments de synthèse 1997-2008 », *Culture études*, n° 5, 2009/5, p. 1-12.

DONNAT Olivier, « Pratiques culturelles et usages d'internet », *Culture études*, n° 3, 2007, p. 1-12.

DUBOUILH Sandrine, « Quelle méthodologie pour une "culture de l'espace" ? », *Études théâtrales*, n°54-55, 2012, p. 277-283.

FONDU Quentin et VERMERIE Margaux, « Les politiques culturelles : évolution et enjeux actuels », *Informations sociales*, vol. 190, n° 4, 2015, p. 57-63.

GARDIES Cécile et FABRE Isabelle, « 2. Définition et enjeux de la médiation numérique documentaire », in Xavier Galaup, (dir.), *Développer la médiation documentaire numérique*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2012, p. 45-58.

GOETSCHER Pascale, « Le premier âge de la décentralisation théâtrale (1945-1958) », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 1991/4, n° 32, p. 94-95.

HENNION Antoine, « 14. Ce que ne disent pas les chiffres... Vers une pragmatique du goût », in Olivier Donnat (dir.), *Le(s) public(s) de la culture, Politiques publiques et équipements culturels*, Paris, Presses de Sciences Po, 2003, p. 287-304.

HENNION Antoine, « Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur », *Sociétés*, n° 85, 2004/3, p. 9-24.

HEINICH Nathalie, « Ce que fait l'interprétation. Trois fonctions de l'activité interprétative », *Sociologie de l'Art*, vol. 13, (OPuS 13), n° 3, 2008, p. 11-29.

JUTANT Camille, « Interroger la relation entre public, institutions culturelles et numérique », *La Lettre de l'OCIM*, n° 162, 2015, p. 15-19.

LAHIRE Bernard, « Entre sociologie de la consommation culturelle et sociologie de la réception culturelle », *Idées économiques et sociales*, n°155, 2009/1, p. 6-11.

JACQUINOT-DELAUNAY Geneviève et MONNOYER Laurence, « Avant-propos. Il était une fois », *Hermès, La Revue*, 1999/3, n° 25, p. 9-14.

JONCHERY Anne, WOLFF Loup et PIGNOT Lisa, « La recomposition digitale des pratiques culturelles », *L'Observatoire*, n° 58, 2021, p. 11-15.

JONCHERY Anne et LOMBARDO Philippe, « Pratiques culturelles en temps de confinement », *Culture études*, n° 6, 2020, p. 1-44.

JOUËT Josiane, « Pratiques de communication et figures de la médiation », *Réseaux*, vol. 11, n° 60, 1993, p. 99-120.

LAHIRE Bernard, « Entre sociologie de la consommation culturelle et sociologie de la réception culturelle », *Idées économiques et sociales*, 2009/1, n° 155, p. 6-11.

LAMOUREUX Ève, « La médiation culturelle et l'engagement : des pratiques artistiques discordantes », *La médiation culturelle, enjeux, dispositifs et pratiques, Lien social et politique*, n° 60, automne, 2008, p. 159-169.

LIQUETE Vincent, « Présentation générale. Formes et enjeux de la médiation », in LIQUETE Vincent (coord.), *Médiations*, CNRS Éditions, coll. « Les Essentiels d'Hermès », 2010, p. 9-31.

LOMBARDO Philippe et WOLFF Loup, « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », *Culture études*, n° 2, 2020, p. 1-92.

MAGRO Sébastien, « De l'usage des réseaux socio-numériques comme supports d'une médiation culturelle en ligne », *Le numérique dans les institutions muséales, La Lettre de l'OCIM*, n° 162, 2015, p. 37-40.

MERCLÉ Pierre et OCTOBRE Sylvie, « La stratification sociale des pratiques numériques des adolescents », *Recherches en sciences sociales sur Internet*, n° 1, 2012, p. 25-52.

MONTOYA Natalie, « Médiation et médiateurs culturels : quelques problèmes de définition dans la construction d'une activité professionnelle », *Lien social et Politiques*, n° 60, 2008, p. 25-35.

OCTOBRE Sylvie, « La transmission culturelle à l'ère digitale », *L'Observatoire*, vol. 42, n° 1, 2013, p. 98-101.

OCTOBRE Sylvie, « Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de cultures : Cultural practices amongst the young and transmitting institutions: a clash of cultures? », *Culture prospective*, n°1, 2009, p. 1-8.

PAGES Dominique, « La démocratisation culturelle et les promesses des médiations culturelles numériques : mirage ou tournant ? », *Quaderni*, vol. 99-100, n° 1, 2020, p. 97-112.

PFLIEGER Sylvie et ANDONOVA Yanita, « Le spectacle vivant à l'aune de la privation culturelle », *L'Observatoire*, vol. 58, n°2, 2021, p. 21-24.

PASQUIER Dominique, « Spectateur de théâtre : l'apprentissage d'un rôle social », *Sociologie de l'Art*, vol. PS2526, n° 1-2, 2016, p. 177-192.

PASQUIER Dominique, « Sociabilités et sortie au théâtre », *Culture études*, vol. 1, n° 1, 2013, p. 1-12.

PASSERON Jean-Claude, « Consommation et réception de la culture. La démocratisation des publics », *Le(s) public(s) de la culture. Politiques publiques et équipements culturels*, in Olivier Donnat (dir.), Paris, Presses de Sciences Po, « Académique », 2003, p. 361-390.

PETR Christine, BOURGEON-RENAULT Dominique, DERBAIX Maud et JARRIER Élodie, « Le transport narratif au cœur de l'expérience d'un dispositif transmédia », *33ème Congrès international de l'Association Française de Marketing*, Tours, France, 2017, p. 1-12.

RASSE Paul, « La Médiation, de l'utopie à la transformation sociale », *Hermès La Revue*, n° 70, 2014, p. 46-49.

RASSE Paul, « La Médiation, entre idéal théorique et application pratique », *Recherche en communication*, n°13, 2000, p. 38-61.

ROUZÉ Vincent, « Médiation/s : un avatar du régime de la communication ? », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, vol. dossier 2010, n° 2, 2010, p. 71-87.

SAEZ Jean-Pierre, « Les paradoxes de la médiation culturelle », *L'Observatoire*, vol. 51, n° 1, 2018, p. 1-2.

SAEZ Jean-Pierre, « Les dessous des droits culturels », *L'Observatoire*, vol. 49, n° 1, 2017, p. 4-8.

VITALI-ROSATI Marcello, « Chapitre 4. Pour une définition du "numérique" », *Pratiques de l'édition numérique*, Presses de l'Université de Montréal, 2014, p. 63-75.

WOLF Loup, « Publics et participation culturelle : du renouvellement des modalités de l'expérience aux enjeux de diversité culturelle », *Recherche Formation Innovation, Culture et Recherche*, n° 137, printemps-été, 2018, p. 54-56.

ZASK Joëlle, « De la démocratisation à la démocratie culturelle », *Nectart*, vol. 3, n° 2, 2016, p. 40-47.

ARTICLES EN LIGNE

DENIZOT Marion, *Expérience spectatorielle et dispositif numérique immersif de la «fabrique du spectacle» : quels enjeux pour la médiation?*, 2020, [<https://www.argo-seuropecreative.eu/new/wp-content/uploads/2021/01/2020-Denizot-Rothko.pdf>], (consulté le 18 septembre 2022).

DONNAT Olivier, (24 avril 2011), « En finir (vraiment) avec la démocratisation de la culture », Article extrait de *Culture et société : un lien à reconstruire*, sous la direction de Jean-Pierre Saez, Éditions de l'Attribut, 2008, [<http://owni.fr/2011/04/24/democratisation-culture/index.html>], (consulté le 23 septembre 2022).

DONNAT Olivier, « Le numérique peut-il favoriser la démocratisation culturelle ? », *Culture digitale*, [<https://culture-digitale.net/un-peu-culture-digitale/spectacle-et-numerique/numerique-favoriser-democratisation-culturelle/>], (consulté le 14 décembre 2022).

JENKINS Henry, (22 mars 2007), *Transmedia Storytelling 101*, [http://etude.fanfiction.free.fr/jenkins_storytelling.php], (consulté le 20 mars 2023)

LEVY Pierre, (3 mars 2016), « L'intelligence collective, en quelques mots », *Pierre Levy's Blog*, [<https://pierrelevyblog.com/2016/03/03/lintelligence-collective-en-quelques-mots/>], (consulté le 23 juin 2023).

ROMAINVILLE Céline, (22 octobre 2013), Le droit de participer à la vie culturelle, *Agir par la Culture*, n° 35, [<https://www.agirparlaculture.be/le-droit-de-participer-a-la-vie-culturelle/>], (consulte le 14 décembre 2022).

RYAN Marie-Laure, (01 janvier 2017), « Le transmedia storytelling comme pratique narrative », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, [<http://journals.openedition.org/rfsic/2548>], (consulté le 26 juin 2023).

ETUDES - ENQUÊTES

Agence L'Oeil public, *Etude sur les pratiques culturelles post-Covid 19*, 2020, [<https://loeildupublic.com/wp-content/uploads/2020/08/Oeil-du-Public-Etude-culture-post-Covid.pdf>], (consulté le 25 septembre 2022).

BALTHUS, Étude « *Numérique et spectacle vivant, une nouvelle scène à investir* », Ministère de la culture / Direction générale de la création artistique (DGCA), 2021, [<https://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Rapports/Numerique-et-spectacle-vivant-une-nouvelle-scene-a-investir>], (consulté le 10 septembre 2022)

CREDOC, *Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*, Baromètre du numérique - édition 2022, [<https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-edition-2023-rapport>], (consulté le 27 janvier 2023).

CREDOC, *Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*, Baromètre du numérique - édition 2021, [<https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-edition-2021>], (consulté le 27 janvier 2023).

CREDOC, *Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*, Baromètre du numérique - édition 2019, [<https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-2019>], (consulté le 23 avril 2022).

Digital Report 2022, étude réalisé par We are social et Hootsuite, [<https://wearesocial.com/fr/blog/2022/01/digital-2022-une-nouvelle-annee-de-croissance-exceptionnelle/>], (consulté le 26 janvier 2023).

GECE, *étude sur les nouvelles pratiques culturelles des Français avec le confinement*, 2020, [<https://www.gece.fr/2020/07/06/pratiques-culturelles-covid/>], (consulté le 22 novembre 2022).

GECE, *Correspondances digitales, Étude Pratiques culturelles et numériques de Français après un an de crise sanitaire*, 2021, [https://www.gece.fr/2021/03/02/impact_restrictions-moral_des_francais_pratiques_culturelles_numeriques_francais_covid19/], (consulté le 27 décembre 2022).

GUAY Hervé, LAPOINTE Marie-Claude, FALARDEAU Marie-Chantal, LAROUCHE Marie-Claude, BEAULIEU Marie, THIBAUT Sarah, LEROUX Louis Patrick et JELDI Morad, « Enquête quantitative sur les dispositifs de médiation numérique dans les arts de la scène au Québec », *Revue Internationale Animation, Territoires Et Pratiques Socioculturelles*, (17), 2020, p. 1–14, [<https://doi.org/10.55765/atps.i17.640>], (consulté le 17 décembre 2022).

GUAY Hervé, PRONOVOST Marco, BEAULIEU Julie et LIEUTIER Prune, « Guide des bonnes pratiques en médiation culturelle numérique pour les arts de la scène », *Laboratoire de recherche sur les publics de la culture*, [<https://lrpc.ca/wp-content/uploads/2023/02/cahier-pedagogique-meditation-culturelle-web-janv-BD.pdf>], (consulté le 23 mars 2023).

Observatoire des médiations culturelles (OMEC), [<https://www.culturepourtous.ca/accompagnement-numerique/wp-content/uploads/sites/31/2019/08/De%CC%81finition.pdf>], (consulté le 11 janvier 2023).

Rapport *La captation de spectacles vivants*, réalisé par l'Inspection Générale des Affaires Culturelles, 2022, [<https://www.culture.gouv.fr/fr/Espace-documentation/Rapports/La-captation-de-spectacles-vivants>], (consulté le 17 décembre 2022).

TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *Le numérique dans les théâtres en France : État des lieux 2016*, étude réalisée par DENIZOT Marion et PETR Christine, [<http://www.tmnlab.com/2016/11/21/letat-lieux-numerique-theatres-2016-infographie-rapport-complet/>], (consulté le 18 décembre 2022).

TMNlab/laboratoire Théâtres & Médiations Numériques, *État des lieux du numérique 2021*, étude réalisée par l'agence L'Œil du public, [<http://www.tmnlab.com/etudes/etat-des-lieux-du-numerique-2021#75>], (consulté le 20 novembre 2022).

TRAVAUX ACADÉMIQUES

ANDREACOLA Florence, *Nouvelles modalités d'appropriation et de partage au musée : les pratiques multiples de l'expérience de visite à l'époque de la culture numérique*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, sous la direction de Marie-Sylvie Poli, soutenue le 2 décembre 2015.

JUTANT Camille, *S'ajuster, interpréter et qualifier une pratique culturelle : Approche communicationnelle de la visite muséale*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, spécialité muséologie, Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, Université de Québec à Montréal, sous la direction de Yves Jeanneret et de Bernard Schiele, soutenue le 18 novembre 2011.

LANDAIS Gwendoline, *Du web 1.0 au web 2.0 : évolution de la médiation numérique culturelle verticale vers une médiation numérique horizontale participative, projet transmédia de l'opéra Katia Kabanova*, Master 2 de médiation du spectacle vivant à l'ère du numérique, Université de Rennes 2, sous la direction de Marion Denizot, 2018.

MONTOYA Nathalie, *Médiateurs et dispositifs de médiation culturelle : contribution à l'établissement d'une grammaire d'action de la démocratisation de la culture*, thèse de doctorat en Sociologie, Université de la Sorbonne nouvelle-Paris III, sous la direction de Bruno Péquignot, soutenue le 13 janvier 2009.

SANDRI Eva, *L'imaginaire des dispositifs numériques pour la médiation au musée d'ethnographie*, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, en cotutelle entre l'université d'Avignon et des Pays de Vaucluse et l'université du Québec à Montréal, sous la direction de Cécile Tardy (UAPV) et de Catherine Saouter (UQAM), soutenue le 5 décembre 2016.

MEDIAGRAPHIE

Applications immersives et ludiques, Opéra de Rennes, [<https://opera-rennes.fr/fr/applications-immersives-et-ludiques>], (consulté le 15 novembre 2022).

Association des spectateurs, [<https://www.lephenix.fr/amis-du-phenix/>], (consulté le 15 juillet 2023)

Creative commons, [<https://creativecommons.org/about/cclicenses/>], (consulté le 12 septembre 2021).

Dansathon, [<https://dansathon.eu/fr/concept/>], (consulté le 20 décembre 2022).

Digital Report 2022, étude réalisé par We are social et Hootsuite, [<https://wearesocial.com/fr/blog/2022/01/digital-2022-une-nouvelle-annee-de-croissance-exceptionnelle/>], (consulté le 26 janvier 2023).

Du confinement au big bang culturel, (23 mars 2020), [<https://www.radiofrance.fr/franceculture/du-confinement-au-big-bang-culturel-8847139>], (consulté le 13 avril 2022)

Jeu vidéo Richard III attacks, Compagnie Piccola Familia, [<https://web.archive.org/web/20230328063253/http://www.lapiccolafamilia.fr/richard-iii-attacks/>], (consulté le 29 août 2023).

La pause théâtre, [<https://www.univ-rennes2.fr/campus/acteurs-culturels#accordion-5615>], (consulté le 13 mars 2023).

La Pause théâtre, [<https://www.lairedu.fr/collection/la-pause-theatre/>], (consulté le 14 juillet 2023).

L-EST- Laboratoire européen spectacle vivant et transmédia, rencontre Transfiction, programmée du 16 au 18 juin 2016, [<https://actu.univ-fcomte.fr/sites/default/files/brochure-l-est-bat7.pdf>], (consulté le 22 octobre 2022).

Les Amis du Phénix, association des spectateurs [<https://www.lephenix.fr/amis-du-phenix/>], (consulté le 15 juillet 2023).

Les droits culturels, Déclaration de Fribourg, [<https://droitsculturels.org/observatoire/wp-content/uploads/sites/6/2017/05/declaration-fr3.pdf>], (consulté le 10 août 2023)

Le Phénix Scène nationale de Valenciennes, [<https://www.lephenix.fr/le-projet/>], (consulté le 16 février 2023).

MANDINEAU Mia, L'opéra et ses Zouz, (1 octobre 2016), YouTube, [https://www.youtube.com/results?search_query=1%27op%C3%A9ra+et+ses+zouz], (consulté le 14 août 2022).

Museomix, [<https://www.museomix.org/concept>], (consulté le 23 juin 2023).

Non-fungible token : qu'est-ce que c'est ?, [<https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/tech-non-fungible-token-19205/>], (consulté le 12 janvier 2023)

Plateforme collaborative, [http://www.pearltrees.com/cultureetnumerique_mednum/collaborative-culturelles/id53774348], (consultée le 2 septembre 2023).

Plateforme Culture chez nous, [<https://www.culturecheznous.gouv.fr/spectacles>], (consulté le 15 avril 2022).

Plateforme Data Danse, [<https://data-danse.numeridanse.tv/>], (consulté le 4 février 2023).

Plateforme Numéridanse, [<https://www.numeridanse.tv/>], (consulté le 6 juin 2023).

Plateforme Pearltrees, projet transmédia Katia Kabanová,
[https://www.pearltrees.com/katia_kabanova], (consulté le 22 juillet 2019)

Pass culture,
[<https://aide.passculture.app/hc/fr/articles/4413417639697-C-est-quoi-le-pass-Culture->],
(consulté le 18 décembre 2022).

Projet Argos, *Actes de Créations et Dynamiques de Collaboration croisées, projet Europe Créative 2018-2021*, coordonné par LUCET Sophie et LEROY Séverine, Université de Rennes 2,
[<https://www.argoseuropecreative.eu/observations/observation-3-intercultural-observation/>],
(consulté le 23 juin 2023).

Projet Conseil des jeunes, Maison de la culture de Bobigny en Seine-Saint-Denis,
[<https://www.mc93.com/saison/rejoignez-le-conseil-des-jeunes>], (consulté le 27 janvier 2022).

Projet Jeunes reporters, Théâtre National de la Colline,
[<https://www.colline.fr/les-ateliers-pour-tous/les-jeunes-reporters-de-la-colline>], (consulté le 24 février 2023).

Projet MedNum, *Pour un observatoire des dispositifs numériques de médiation du spectacle vivant 2019 -2022*, coordonné par DENIZOT Marion, Université Rennes 2,
[https://www.mshb.fr/projets_mshb/mednum/5460/], (consulté le 23 juin 2023).

Projet Opéramorphose, Opéra de Rennes,
[<https://www.opera-rennes.fr/fr/operamorphose-un-opera-experimental>], (consulté le 16 juillet 2021).
[<https://www.opera-rennes.fr/fr/evenement/operamorphose-2-marathon-creatif>], (consulté le 17 avril 2023).

Projet Richard 3.0, organisé par le Théâtre National de l'Odéon, (21 novembre 2016),
[<https://web.archive.org/web/20230328063253/http://www.lapiccolafamilia.fr/richard-iii-attacks/>], (consulté le 29 août 2023).

Projet transmédia l'Odyssée de Pénélope, Théâtre des Champs Elysées, *profil de Pénélope*,
[<https://www.facebook.com/PenelopeRetourdUlysse>], (consulté le 7 mars 2022).

Opéra sur écran, Opéra de Rennes, [<https://opera-rennes.fr/fr/opera-sur-ecrans>], (consulté le 18 janvier 2020).

Opéra : Carmen triomphe à Rennes !, [<https://www.unidivers.fr/opera-carmen-rennes-8-juin-2017/>], (consulté le 20 août 2022).

Rencontres culture numérique, *Médiation & numérique dans les équipements culturels*, [<http://www.rencontres-numeriques.org/2009/>], (consulté le 20 mai 2021).

Rencontres « médiation & numérique dans les équipements culturels », le 14 octobre 2015, [<http://www.rencontres-numeriques.org/2015/mediation/?action=restitution>], (consulté le 19 janvier 2023).

Rencontre Médiation numérique du spectacle vivant, organisé par le TMNlab en partenariat avec Mednum, projet de recherche sur les dispositifs numériques de médiation, à l'Opéra de Rennes, le 30 mai 2022, [<http://www.tmnlab.com/2022/06/08/restitution-rencontre-tmnlab-23-mediation-numerique-du-spectacle-vivant-hybridite-et-enjeux-politiques/>]

Théâtre du Jeu de paume, [<https://www.lestheatres.net/fr/34-theatre-du-jeu-de-paume>], (consulté le 15 novembre 2022).

« Valenciennes, au Phénix, le spectacle continue », (21 mars 2020), [<https://www.lavoixdunord.fr/729549/article/2020-03-21/valenciennes-au-phenix-le-spectacle-continue-sur-facebook>], (consulté le 18 décembre 2022).

« Valenciennes : Privé de spectateurs, le Phénix continue de faire entrer les artistes », (14 novembre 2020), [<https://www.lavoixdunord.fr/892939/article/2020-11-14/valenciennes-privé-de-spectateurs-le-phenix-continue-de-faire-entrer-les>], (consulté le 18 décembre 2022).

YNARD Ronan, Ronan au théâtre, (18 août 2012), YouTube, [<https://www.youtube.com/c/ronanatheatre>], (consulté le 14 août 2022).

GLOSSAIRE

Hashtag : « Il est composé du signe typographique croisillon (< # > appelé *hash* en anglais) auquel est accolé un ou plusieurs mots (dénommés “ tags ” ou “ étiquettes ”). Le *hashtag* permet soit de marquer un contenu avec un mot-clé afin de le partager et d'y faire référence plus facilement soit de regrouper l'ensemble des discussions faisant référence à un même thème. Il est couramment utilisé sur Internet. Il fut tout d'abord utilisé sur le protocole IRC [Internet Relay Chat “ discussion relayée par Internet ”], puis popularisé par les réseaux sociaux.»

[<https://fr.wikipedia.org/wiki/Hashtag>], (consulté le 10 décembre 2022).

Gif : « Le *Graphics Interchange Format* (littéralement “ format d'échange d'images ”), plus connu sous l'acronyme GIF, est un format d'image numérique couramment utilisé sur Internet. Le format GIF permet de stocker plusieurs images dans un seul fichier et de les afficher en succession. »

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Graphics_Interchange_Format], (consulté le 10 décembre 2022).

L'intelligence artificielle (IA) : est un ensemble de théories et de techniques visant à réaliser des machines capables de simuler l'intelligence humaine. Les applications de l'IA incluent notamment moteurs de recherche, systèmes de recommandation, compréhension du langage naturel, voitures autonomes, chatbots, outils de génération d'images, outils de prise de décision automatisée et programmes compétitifs dans des jeux de stratégie, [https://fr.wikipedia.org/wiki/Intelligence_artificielle], (consulté le 27 juillet 2023).

La réalité augmentée : La réalité augmentée est la superposition de la réalité et d'éléments (sons, images 2D, 3D, vidéos, etc.) calculés par un système informatique en temps réel. Elle désigne souvent les différentes méthodes qui permettent d'incruster de façon réaliste des objets virtuels dans une séquence d'images. Elle s'applique aussi bien à la perception visuelle (superposition d'images virtuelles aux images réelles) qu'aux perceptions proprioceptives

comme les perceptions tactiles ou auditives, [https://fr.wikipedia.org/wiki/R%C3%A9alit%C3%A9_augment%C3%A9e], (consulté le 19 juin 2023).

La plateforme Pearltrees : site web qui permet d'organiser, de parcourir et de partager des contenus numériques. Site du projet transmédia Katia Kabanová, [https://www.pearltrees.com/katia_kabanova], (consulté le 22 juillet 2022).

Mème : « C'est une association d'éléments en une seule unité signifiante dans laquelle il est possible de combiner du texte et de l'image, par exemple, la signification du mot mème sur Internet est presque devenue une expression culturelle car, en plus de divertir, il sert à communiquer certaines valeurs et opinions. Ce contenu a la capacité de résumer une idée ou une force d'un collectif. Les mèmes ont fait irruption sur l'Internet en 2000 et, au fil des ans, la viralisation et l'évolution de leur contenu ont été liées à l'objectif fondamental de l'Internet, à savoir le partage d'une grande quantité d'informations. Ce processus s'est développé rapidement grâce aux différents réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram, Twitter ou WhatsApp. », [<https://technologie.toutcomment.com/article/qu-est-ce-qu-un-meme-definition-et-exemple-14861.html>], (consulté le 10 décembre 2022).

Métaverse : Le Métaverse ou Métavers est un univers virtuel en 3D dans lequel les utilisateurs peuvent interagir et explorer en temps réel grâce à des dispositifs de réalité virtuelle ou augmentée, [<https://www.01net.com/crypto/metaverse/>], (consulté le 27 juillet 2023).

NFT : Le NFT est défini ainsi : « NFT signifie en anglais *non-fungible token*, soit jeton non fongible en français. Un objet non fongible est un objet unique qui n'est pas interchangeable. Un NFT désigne un fichier numérique auquel un certificat d'authenticité numérique a été attaché. », source [<https://www.futura-sciences.com/tech/definitions/tech-non-fungible-token-19205/>], (consulté le 15 mars 2023).

Opt-in : l'opt-in est le principe par lequel un individu doit donner son consentement préalable et explicite avant d'être la cible d'une prospection directe, [<https://www.definitions-marketing.com/definition/opt-in/>], (consulté le 18 septembre 2022).

Ur-text : Terme allemand qui signifie « texte original », source [<https://fr.wikipedia.org/wiki/Urtext>], (consulté le 7 juillet 2023).

ANNEXES

Table des annexes

1. Grille d'entretien des projets transmédia
2. Entretien participants des projets transmédia
3. Entretien par questionnaire participants des projets transmédia
4. Grille d'entretien projet Argos/Mednum
5. Questionnaire distribué par le Phénix – scène nationale de Valenciennes

Annexe 1 - Grille d'entretien des projets transmédia

Connaissance de l'univers théâtral

1. Est-il la première fois que vous venez voir un opéra ?
2. Première fois dans le Théâtre Champs Elysée ?
3. Connaissiez-vous le monde de l'opéra avant de vous intégrer à ce projet ?

Connaissiez-vous l'œuvre d'Homère ?

Que pensez-vous de l'univers de l'opéra avant le projet ?

Autour de l'expérience et l'utilisation des outils numériques

4. Comment avez-vous vécu cette expérience d'immersion dans l'univers de l'opéra pour créer et développer les différents dispositifs ?

Avez-vous rencontré des difficultés ?

Autour de la participation - appropriation

5. Que pensez-vous au fait d'avoir participé à la réalisation du projet transmédia et de voir le spectacle ?

Que pensez-vous de votre participation et collaboration au projet ?

6. Que pensez-vous du résultat obtenu et de l'interprétation que vous avez réalisée du spectacle ?

7. Est-ce que cette expérience vous donne envie de retourner à l'opéra ?

Annexe 2 - Entretien participants des projets transmédia

N° Entretien	Sexe	Occupation	âge	Dispositif transmédia
1	Femme	Chargée des relations avec le public - Théâtre des Champs Élysées	40 - 50 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
2	Femme	Étudiante	20 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
3	Femme	Étudiante	21 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
4	Femme	Étudiante	20 ans	Projet Katia Kabanovà
5	Femme	Secrétaire générale - Opéra de Rennes	40 - 50 ans	Projet Katia Kabanovà

Annexe 3 - Entretien par questionnaire participants des projets transmédia

N° Entretien par questionnaire	Sexe	Occupation	âge	Dispositif transmédia
1	Femme	Étudiante	25 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
2	Femme	Étudiante	19 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
3	Homme	Étudiant	19 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
4	Femme	Étudiante	22 ans	Projet Katia Kabanovà
5	Homme	Étudiant	20 ans	Projet Katia Kabanovà
6	Homme	Étudiant	21 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
7	Homme	Étudiant	26 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
8	Femme	Étudiante	23 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
9	Femme	Étudiante	21 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
10	Femme	Étudiante	19 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
11	Femme	Étudiante	24 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
12	Femme	Étudiante	23 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
13	Femme	Étudiante	24 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope
14	Homme	Étudiant	22 ans	Projet L'Odyssée de Pénélope

Annexe 4 - Grille d'entretien projet Argos/Mednum

Cette grille d'entretien a été complétée avec le protocole créé avec Gaëlle Lesaffre, chercheuse indépendante et douze étudiants du Master Médiation du spectacle vivant à l'ère du numérique de l'Université de Rennes 2 associés à la conception et la passation. Ainsi, douze étudiants du master ont participé à la réalisation des interviews des participants au projet Argos/Mednum. Ils ont fait des entretiens et ont amené des observations sur le terrain les jours du processus de création et les jours de représentations.

Les points abordés sont les suivants :

a) Relation au théâtre, à l'artiste et à son univers

Avez-vous déjà participé à un processus de création ? À la répétition d'un spectacle ?

Connaissez-vous le travail des artistes ? L'œuvre de Rothko?

b) Relation aux dispositifs

Avez-vous déjà utilisé un casque de réalité virtuelle avant de faire cette expérience ?

Avez-vous déjà participé à des actions de médiation en spectacle vivant qui utilisent un outil numérique (vidéo, plateforme, casques de VR, réalité augmentée, tablettes, jeux vidéos) ?

c) Relation à l'expérience en immersion

- Spectateur ayant participé au projet Argos/Mednum

Comment avez-vous vécu l'expérience d'immersion 360° en relation avec la répétition en salle de l'œuvre?

Racontez-moi l'expérience avec le casque VR. Pendant combien de temps vous y êtes restés ?

Regarder une répétition en utilisant des dispositifs numériques et la regarder en forme présenteielle. Comment pouvez-vous décrire ces expériences ? Est-ce que cela change votre regard sur l'œuvre ?

Avez-vous trouvé des difficultés durant l'expérience avec le casque? Comment vous avez senti cette expérience ?

- Spectateur ayant utilisé seulement le casque de VR

- L'utilisation du casque de VR vous offre-t-elle une nouvelle expérience en relation à l'univers de l'artiste, à l'œuvre?
- Regarder une répétition en utilisant des dispositifs numériques et la regarder en forme présentielle. Comment pouvez-vous décrire ces expériences ? Est-ce que cela change votre regard sur l'œuvre ?
- Avez-vous trouvé des difficultés durant l'expérimentation ? Comment vous avez senti cette expérimentation ?

d) Relation après l'expérience et la pratique artistique

- Le fait d'avoir participé à une répétition du spectacle via un outil numérique et voir après le spectacle, change-t-il la relation, perception que vous avez de l'œuvre ?
- Souhaitez-vous faire d'autres expériences de médiation avec un outil numérique pour aborder une œuvre ou l'univers de spectacle vivant?

Annexe 5 - Questionnaire distribué par le Phénix – scène nationale de Valenciennes

Ce questionnaire s'adresse aux publics des structures du spectacle vivant ayant participé aux différentes propositions numériques mises en ligne durant les périodes de confinement. Il vise à comprendre le développement des outils numériques autour du spectacle vivant.

Il contient 49 questions.

Cette première partie concerne votre pratique culturelle et artistique en générale.

1. A quelle fréquence allez-vous voir des spectacles ?

Une seule réponse possible.

2 fois par semaine

1 à 3 fois par mois

1 à 2 fois tous les trois mois

1 fois tous les six mois

1 fois par an

Jamais

2. Quand vous allez voir un spectacle, vous allez ...(plusieurs choix possibles)

seul(e)

En couple

En famille

Entre amis

Dans le cadre d'une sortie de groupe (scolaire, universitaire, associatif, entreprise)

Autre :

3. Quel genre de spectacle allez-vous voir et pourquoi? (théâtre, danse, performance, cirque...)

4. Fréquentez-vous d'autres institutions culturelles ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

5 . Si oui, lesquelles ?

Plusieurs réponses possibles.

Musée

Expositions

Cinémas

Sites historiques

Bibliothèques / Cinémathèques

Festivals

Salle de concerts

Autre :

Cette partie concerne la relation établie avec Le Phénix – scène nationale Valenciennes

6. Êtes-vous déjà allé(e) au Phénix ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

7. Si oui, à quelle fréquence y allez-vous ?

Une seule réponse possible.

Plus de 10 fois par an

Entre 10 et 5 fois par an

Entre 5 et 3 fois par an

Moins de 3 fois par an

8. Avez-vous un abonnement ou un pass ?

Une seule réponse possible.

Oui, un abonnement

Oui, un pass étudiant

Oui, un pass super Hainaut

Oui, un abonnement option théâtre

Non, je n'ai pas

Autre :

9. Par quel canal suivez-vous la programmation du Phénix ? (plusieurs choix possibles)

Site Internet du Phénix

Newsletter

Réseaux sociaux (Facebook - Instagram - Twitter - LinkedIn - Vimeo)

La brochure de saison (que je reçois chez moi en papier)

La brochure de saison (que je vais chercher sur place à la billetterie du Phénix)

Présentation par le biais d'une personne de relations publiques

Via les partenaires du Phénix

Autre :

10. Quelles sont vos motivations pour aller voir un spectacle au Phénix? (plusieurs choix possibles)

Je connais le travail des metteurs en scène programmés. J'apprécie la programmation du lieu.

J'ai entendu parler du spectacle autour de moi. Je connais le travail des artistes en résidence. Je connais le travail d'un des comédiens.

Je veux découvrir de nouveaux artistes.

Je veux passer un moment en famille / avec des amis. Je prends du plaisir en allant voir un spectacle.

Je peux profiter de tous les services qu'il propose (Halte-garderie, restaurant l'Avant scène, centre de ressources)

Je participe à un atelier / à un projet.

Autre :

11. Préparez-vous votre sortie au spectacle ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

12. Si oui, comment préparez-vous votre sortie au spectacle? (plusieurs choix possibles)

Je lis le résumé proposé par le Phénix sur le spectacle que je vais voir (brochure)

Je lis l'information sur le site Internet du Phénix

Je me renseigne en ligne sur le spectacle ailleurs que sur le site du Phénix.

Je lis quelques minutes avant la représentation le fascicule donné à l'entrée de la salle.

S'il y a la bande annonce (teaser) du spectacle, je la regarde.

Je laisse mon choix être guidé à partir de l'avis des amis.

Si le spectacle traite d'un sujet en particulier, je m'informe sur celui-ci.

Autre :

13. Continuez-vous votre expérience après avoir vu un spectacle?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

14. Si oui, comment continuez-vous votre expérience ? (plusieurs choix possibles)

Je vais lire les critiques du spectacle.

Je cherche des informations sur les artistes et l'œuvre sur Internet.

Je parle autour de moi du spectacle vu et de ce que cela a provoqué en moi.

Je préfère garder pour moi le vécu lors du spectacle.

Je garde le fascicule avec l'information du spectacle comme souvenir.

Après le spectacle, j'aime bien rester dans le hall du théâtre pour écouter le ressenti des autres.

Après le spectacle, j'aime bien me rendre au restaurant pour écouter le ressenti des autres.

S'il y a une publication sur l'œuvre ou un souvenir en vente, je vais me la/le procurer.

Je passe un bon moment au spectacle mais après je passe à autre chose.

Autre :

Cette partie concerne les propositions en ligne du Phénix pendant la période du confinement. Comme par exemple "#laservante".

15. Avez-vous suivi les propositions en ligne du Phénix ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

16. Si oui, comment y avez-vous accédé ? (plusieurs choix possibles)

Site Internet du Phénix

Newsletter

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

Autre :

17. Etiez-vous familiarisé avec les sites de réseaux sociaux ? (plusieurs choix possibles)

Oui, j'ai un profil Facebook.

Oui, j'ai un profil Instagram.

Oui, j'utilise Vimeo pour voir des vidéos mais je n'ai pas de compte.

Oui, j'ai une chaîne Vimeo

Oui, j'utilise Twitter.

Oui, j'ai un profil LinkedIn

Je n'avais pas de profil Facebook mais je l'ai ouvert.

Je n'avais pas de profil Instagram mais je l'ai ouvert.

Je n'avais pas de profil LinkedIn mais je l'ai ouvert.

Je n'avais pas de compte Vimeo mais je l'ai ouvert.

Je connais Vimeo mais je ne l'utilise pas.

Je connais Twitter mais je ne l'utilise pas.

Je connais Instagram mais je ne l'utilise pas.

Je connais LinkedIn mais je ne l'utilise pas.

Autre :

18. Avez-vous partagé les propositions artistiques sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter...) ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

Les propositions en ligne sur les réseaux sociaux ont permis une réaction/partage de la part du public.

19. Avez-vous réagi à l'une des initiatives *via* les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter) ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non (passez à la question n° 24)

20. Si oui, de quelle manière ? (plusieurs choix possibles)

J'ai fait des commentaires *via* Facebook

J'ai fait des commentaires *via* Instagram

J'ai fait des commentaires *via* Twitter

J'ai fait des commentaires *via* LinkedIn

J'ai envoyé des messages privés à l'équipe du Phénix *via* les réseaux sociaux

Non, mais j'ai envoyé un mail à l'adresse contact billetterie sur le site du Phénix.

Autre :

21. Si oui, quelles ont été vos motivations ? (plusieurs choix possibles)

Je voulais partager mon ressenti

Je répondais au commentaire d'une autre personne

Je posais des questions au Phénix

J'ai invité des amis / ma famille à suivre les propositions.

Autre :

Cette partie concerne les propositions développées via Facebook identifiées par le hashtag #laservante.

22. La programmation du Phénix *via* Facebook (#laservante) vous a permis de ... (plusieurs choix possibles)

Connaître le travail du Phénix

Connaître les artistes

Connaître le travail d'un artiste en particulier

Connaître différents univers artistiques

(Re)découvrir des textes littéraires

(Re)découvrir le spectacle des metteurs en scène

Découvrir le processus de création d'une œuvre

D'avoir l'impression d'aller au théâtre

Passer un bon moment

Autre :

23. La programmation avait des horaires spécifiques. Qu'en pensez-vous ? (plusieurs choix possibles)

C'était comme aller au théâtre

Cela m'a permis d'organiser ma journée pour être au rendez-vous

Je pouvais choisir quoi voir de la programmation

Je n'ai pas pu être au rendez-vous mais j'ai regardé le contenu après

J'aurais préféré avoir la liberté de regarder le contenu à tout moment. (certains contenus n'étant pas accessibles en replay)

Autre :

Cette partie est dédiée au visionnage de spectacles proposé par le Phénix *via* Facebook .

24. Avez-vous visionné les captations des spectacles proposés ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non (passez à la question 44)

25. Si oui, est-ce la première fois que vous regardez un spectacle en ligne?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

26. Avec qui avez-vous regardé le spectacle ? (plusieurs choix possibles)

Seul(e)

Avec mon/ma partenaire

Avec des amis

En famille

Connecté en ligne avec des amis ou de la famille

Autre :

27. Combien de captations de spectacles avez-vous vu ?

Une seule réponse possible.

J'en ai vu un seul

J'en ai vu deux

J'en ai vu entre trois et quatre

J'en ai vu entre cinq et six

J'ai tout vu

28. Avez-vous vu le(s) spectacle(s) jusqu'au bout ?

Une seule réponse possible.

J'ai tout vu en une seule fois.

Je me suis arrêté(e) assez vite dans le visionnage.

Je me suis arrêté(e) à la moitié du visionnage.

Je l'ai vu en plusieurs fois mais je l'ai fini.

Autre :

29. Si vous ne l'avez pas vu jusqu'au bout, quels ont été les motifs ?

Une seule réponse possible

J'avais l'option d'arrêter et de reprendre la vidéo mais je suis passé(e) à autre chose.

Je voulais juste avoir une idée du spectacle.

Je n'ai pas apprécié le spectacle.

Autre :

30. Avez-vous envoyé le lien du spectacle en ligne à une autre personne ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

31. Si oui, quel moyen avez-vous utilisé pour le partager ? (plusieurs choix possibles)

Via les réseaux-sociaux (Facebook, Instagram)

Par sms / Whats'app

Par mail

Autre :

32. Aviez-vous déjà vu l'un des spectacles proposés dans une salle de spectacle ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

33. Avez-vous apprécié de regarder un spectacle en ligne ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

34. Qu'en pensez-vous ?

35. Aimeriez-vous voir d'autres propositions autour des captations ? (plusieurs choix possibles)

J'aimerais en savoir plus sur le processus de création.

J'aimerais en savoir plus sur la création du/des personnage(s).

Ça m'intéresse toujours d'écouter le travail fait autour de l'œuvre.

Je voulais avoir plus d'informations sur l'œuvre / l'auteur(trice).

Je voudrais en savoir plus parce que je n'ai pas apprécié le spectacle.

Je souhaiterais prolonger la convivialité des rencontres comme à l'issue des représentations en présentielle.

Rien, ça ne m'intéresse pas.

Autre :

36. Est-ce que le fait d'avoir vu ces contenus vous a donné envie d'ALLER au Phénix ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

Je ne sais pas

37. Pensez-vous que ces propositions vous ont permis de CREER un lien avec le Phénix ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

Je ne sais pas

38. Pensez-vous que ces propositions vous ont permis de GARDER un lien avec le Phénix ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

Je ne sais pas

39. Qu'est-ce que ça pourrait changer dans vos pratiques artistiques ? (Plusieurs choix possibles)

Cela a renforcé mon envie d'aller dans une salle de spectacle.

Je vais continuer à regarder des contenus en ligne mais je préfère aller dans une salle de spectacle.

Je vais aller moins au théâtre et je vais privilégier les contenus en ligne.

J'aimerais voir plus de contenus en ligne.

Autre :

40. Aimerez-vous voir plus de captations de spectacles ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

41. Faites-vous une différence entre regarder un spectacle en ligne et le regarder en salle ?

Une seule réponse possible.

Oui

Non

42. Comment avez-vous vécu cette expérience ?

43. Que pensez-vous de ces initiatives ?

Sur vous

44. Quel est votre âge?

45. Comment vous identifiez-vous?

Une seule réponse possible.

Homme

Femme

Autre :

46. Quelle est votre situation socio-professionnelle ?

Une seule réponse possible.

Cadres et profession intellectuelle supérieure

Profession intermédiaire, cadre moyen

Etudiant

Ouvrier qualifié

Artisan, commerçant, chef d'entreprise, profession libérale

Employé et personnel de service

Main d'œuvre et ouvrier spécialisé

Agriculteur, exploitant

Retraité Sans emploi

47. Quel est votre code postal ?

48. Quelle est votre commune de résidence ?

49. Souhaitez-vous ajouter quelque chose d'autre ?

Titre : L'utilisation du numérique dans le spectacle vivant : l'appropriation de l'œuvre à partir d'un dispositif de médiation culturelle.

Mots clés : Médiation culturelle ; Numérique ; Appropriation ; Dispositif numérique ; Œuvre ; Spectacle vivant

Résumé : Cette thèse propose d'étudier la création de nouveaux dispositifs culturels liés au numérique et d'évaluer leur pertinence pour le développement des publics. L'un des objectifs de cette thèse est d'apporter une étude qualitative axée sur l'appropriation de l'œuvre par le biais d'un dispositif numérique. La recherche s'articule autour de la question : dans quelle mesure l'utilisation des dispositifs numériques favorise-t-elle l'appropriation de l'œuvre ? Pour répondre à cette problématique, nous allons prendre en compte les changements que l'utilisation du numérique peut induire dans la pratique culturelle. L'usage du numérique amène à créer de nouvelles pratiques culturelles et de nouvelles relations avec les œuvres et l'expérience théâtrale.

Par conséquent, l'utilisation des dispositifs numériques tels que les plateformes, les réseaux sociaux ou les casques de réalité virtuelle, invite le spectateur à n'être plus simplement en situation de réception mais en situation d'appropriation. L'analyse des dispositifs numériques nous aidera à comprendre la manière dont circulent les informations et la façon dont les utilisateurs interagissent lorsqu'ils sont confrontés à la création de contenus créatifs, à la participation ayant pour objectif de générer une relation différente entre le public, l'œuvre et la structure.

Title : The use of digital technology in performing arts: the appropriation of the theatrical work through a cultural mediation device

Keywords : Mediation device ; Digital ; Appropriation ; Digital cultural device ; Theatrical work ; Performing arts

Abstract : This thesis aims to investigate the creation of new digital cultural devices and assess their relevance for audience development. One of the main objectives of this thesis is to provide a qualitative study focused on the appropriation of theatrical work through digital devices. The research revolves around the question: to what extent does the use of digital devices facilitate the appropriation of the theatrical work? To address this issue, we will consider the changes that digital technology can bring to cultural practices. The use of digital technology leads to the emergence of new cultural practices and new relationships with theatrical work and theatrical experiences.

Consequently, the use of digital devices such as platforms, social networks, or virtual reality headsets invites the audience to move beyond mere reception and into a state of active engagement and appropriation. The analysis of digital devices will help us understand how information circulates and how users interact when confronted with the creation of creative content, with the goal of generating a different relationship between the audience, the theatrical work, and the cultural structure.