

cahiers **Nocte** #1

Janvier 2019 | **Sciences de l'Information et de la Communication**
sous la direction scientifique de Damien Malinas, Raphaël Roth et Stéphanie Pourquier-Jacquín

COMPTE-RENDU DU FORUM | 23 NOVEMBRE 2018 | MAISON JEAN VILAR



L'innovation culturelle et scientifique en question

DANS CE NUMÉRO

**Les enjeux de l'innovation culturelle, sociale
et scientifique au cœur des médias
et des nouvelles technologies, p.6**

Le Festival d'Avignon : entre tradition et modernité, p.16

Faire réseau : la clé de l'innovation ?, p.22



Sommaire

Directeurs scientifiques :
Damien Malinas
Stéphanie Pourquier-Jacquin
Raphaeël Roth

Coordinateurs :
Alexandre Delorme
Lauriane Guillou

Rédacteurs en chef :
Adrian Blancard
Laurie Privat

Rédaction :
Adrian Blancard
Maéva Coquet

Cécile Herreman
Lucile Jean
Marie Lemoine
Clélia Mouton-Rovira
Marie Pradayrol
Mélanie Prévost
Laurie Privat

Captation et technique :

Ghania Amrani
Lucile Jean
Michèle Mahé
Jérôme Payen

Montage et réalisation :

Michèle Mahé
Jérôme Payen

Photographie :
© Jérôme Payen

**Photographie
de couverture :**
© Pexels

Mise en page :
Mélanie Prévost

Fabrication :
Imprimerie De Rudder,
Avignon

Édito

Adrian Blancard et Lucile Jean

p.4

Les enjeux de l'innovation culturelle, sociale et scientifique au coeur des médias et des nouvelles technologies

Mélanie Prévost et Laurie Privat

p.6

Le Festival d'Avignon : entre tradition et modernité

Marie Pradayrol et Clélia Mouton-Rovira

p.16

Faire réseau : la clé de l'innovation ?

Adrian Blancard et Cécile Herreman

p.22

Pour conclure

Maéva Coquet et Marie Lemoine

p.25

Le Forum de l'Innovation Culturelle et Scientifique en images

p.27

L'édito

Ce dossier spécial s'est construit autour du **Forum de l'Innovation culturelle** et scientifique, un événement co-organisé par les étudiants du Master 2 Culture et Communication parcours Arts et Techniques des Publics et Les Amis du Monde Diplomatique, et accueillie par la **Maison Jean Vilar** le 23 novembre 2018. Cette journée de rencontre et d'échanges a été mise en place sous la responsabilité scientifique de Damien Malinas, Raphaël Roth et Stéphanie Pourquier-Jacquin, maîtres de conférence en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université d'Avignon ainsi que Lauriane Guillou et Alexandre Delorme, doctorants en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université d'Avignon. Ce dossier spécial témoigne de divers points de vues et notions abordées à cette occasion, autour de l'innovation.

Le Forum de l'Innovation culturelle et scientifique s'est déroulé sur plusieurs temps forts : une matinée d'introduction suivie de trois tables rondes. Cette matinée a été ponctuée par l'intervention de :



José Ruiz, membre de l'association Les Amis du Monde Diplomatique, a été le premier à inaugurer la matinée d'introduction. Celui-ci est correspondant au sein de l'association du journal à Avignon et, de manière plus large, dans le département du Vaucluse.



Stéphanie Pourquier-Jacquin, deuxième à intervenir au cours de cette matinée, est maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication. Elle mène ses recherches autour des pratiques culturelles des étudiants. Elle est également responsable pédagogique du Master 1 Culture et Communication parcours Arts et Techniques des Publics de l'Université d'Avignon.



Nathalie Cabrera, est quant à elle, directrice de l'association Jean Vilar, association qu'elle dirige depuis 2017. C'est entre ses murs, dans le Salon de la Mouette de la Maison Jean Vilar, que cette dernière nous a accueilli pour la tenue de cette journée.

Pour comprendre la notion d'innovation et les thèmes qui s'y rattachent, nous nous sommes appuyés sur le **numéro 161,**

« *Le Progrès en Procès* » de la revue **Manière de Voir du Monde Diplomatique**, coordonné par Evelyne Pieiller, journaliste et philosophe, absente lors de ce forum.



Comme le sous-entend le titre de ce numéro, celui-ci se propose de faire un procès au progrès à travers une quinzaine d'articles déjà parus dans le Monde Diplomatique et ayant fait l'objet d'une actualisation. Evelyne Pieiller dans son éditorial met en garde contre les effets destructeurs pour la planète, d'un progrès sans limites. En effet, pour elle,

« l'idéal de progrès n'a de sens qu'émancipateur. Il n'est pas synonyme de changements, d'innovation, de modernité, qui n'impliquent pas intrinsèquement désaliénation. »

Cette idée, que le progrès doit être social et progressiste avant d'être

technique et capitalise, se retrouve dans l'ensemble de la revue.

Nous concernant, nous avons privilégié le terme d'innovation dans le monde de la culture. Tout comme le progrès, **l'innovation est un terme polysémique.** Il peut être entendu comme l'ensemble du processus qui se déroule depuis la naissance d'une idée jusqu'à sa matérialisation. Dans ce cas, l'innovation s'inscrit souvent dans un discours commercial ou marketing, employé par les entreprises mais aussi par les collectivités territoriales ou les institutions dans le but de se distinguer de la concurrence auprès d'un public. Mais l'innovation peut aussi être entendue dans le sens d'un processus d'influence qui conduit au changement social et dont l'effet consiste à rejeter les normes sociales existantes et à en proposer de nouvelles. Dans ce cas là, on parle d'innovation radicale.

Avec nos différents intervenants, la question n'était pas de nous demander : « Qu'est-ce qu'un territoire, une entreprise ou une institution innovante ? ». En effet, nous avons davantage cherché à **comprendre l'innovation telle qu'elle s'entend à travers ses transformations constantes et les évolutions qu'elle porte dans le monde de la culture.** ☺

Adrian Blancard et Lucile Jean

Les enjeux de l'innovation culturelle, sociale et scientifique au coeur des médias et des nouvelles technologies

Invités : Pascal Keiser, Virginie Spies et Jérôme Cosh



PASCAL KEISER

À son arrivée en 2001 à Avignon, Pascal Keiser

participe à la création

d'un nouveau lieu théâtral : La Manufacture, et développe un intérêt pour l'utilisation de la technologie dans les arts de la scène. A l'origine de plusieurs initiatives innovantes, il a notamment participé à la création de la French Tech Culture avec Paul Hermelin, Emmanuel Ethis et Olivier Py ainsi qu'à la mise en oeuvre d'une Micro-Folie, musée numérique impulsé par La Villette. Inscrit dans une démarche à la fois culturelle et sociale, son plus récent projet, intitulé « Oxygène » est lauréat d'un financement Creative Europe de la Commission Européenne regroupant 9 projets à travers l'Europe qui s'inscrivent dans un territoire en périphérie.

Oxygène, un projet culturel innovant ?

Le projet Oxygène, lancé il y a quelques mois, s'inscrit dans les enjeux du territoire avignonnais. Pascal Keiser souligne la frontière entre un intra-muros chargé en propositions artistiques et culturelles et la périphérie de la ville où l'écosystème est extrêmement différent. Ainsi s'est posée la question pour Pascal Keiser d'imaginer un projet en périphérie et de concerner un « non-public » de la culture. Aux prémices du projet, La Manufacture, créée en 2001, se déplace à partir de 2005 vers l'extra muros d'Avignon pour avoir accès à des lieux de grandes dimensions. Installée à la patinoire de St-Chamand, dans un des quartiers ayant l'un

des plus faibles revenus par habitant de France, Pascal Keiser s'est très vite posé la question de la relation avec les habitants du quartier : « Comment on travaille une exploitation pendant le festival d'Avignon avec des artistes qui viennent de partout dans le monde avec ce type de non-public ? Comment on crée une interaction » ? Finalement, le projet Oxygène s'inscrit dans une démarche de faire « ensemble » et souhaite amener une gouvernance partagée avec les acteurs du territoire. Chaque projet artistique notamment dans le cadre des résidences d'artistes, est mis au centre de tous les acteurs et interagit avec le secteur associatif, une école, un centre social...

« Le Projet Oxygène, c'est l'idée d'aller plus loin encore, de se dire finalement est-ce qu'on peut imaginer un projet où les propositions artistiques ne sont pas faites "pour" mais "ensemble". »

Il met en exergue trois types de constructions d'un projet culturel :

Faire « Pour »

Il s'agit de projets où il y a une direction pyramidale. Une direction artistique fait des propositions et on essaye, avec des médiateurs, d'amener le public vers cette proposition artistique, ce qui peut être très intéressant dans plein de configurations.

Faire « Avec »

De plus en plus de projets dans lesquels on fait « avec » se développent. Il s'agit de garder une direction où on intègre dans le projet des acteurs du territoire, des acteurs du secteur associatif, des habitants... On les intègre mais la décision finale reste quand même une direction artistique.

Faire « Ensemble »

Ici, on place le projet artistique et l'artiste au centre de tous les acteurs du territoire, des acteurs associatifs, des centres sociaux, des écoles, des bénévoles... Il s'agit de travailler dans une gouvernance strictement partagée.



L'imaginaire : clé de l'innovation ?

« Dans notre vie quotidienne, nous sommes énormément guidés par notre imaginaire, nos rêves, nos représentations de la vie dans notre esprit, dans notre psychologie. L'imaginaire, c'est la construction de notre créativité, de notre innovation. C'est comment nos cerveaux, nos neurones ont une capacité d'imaginer, de créer, de rêver. Et la culture est un élément de base de la construction de notre imaginaire. L'accès à la culture permet l'accès à l'imaginaire et l'accès à l'imaginaire permet l'accès à la créativité et l'innovation. Il y a des passerelles qui pour moi sont extrêmement importantes et où l'imaginaire est un élément fondamental. »

Pascal Keiser



VIRGINIE SPIES

Virginie Spies, est maître de conférences et responsable de l'équipe Culture et Communication à l'Université d'Avignon. Sémiologue et analyste des médias, ses recherches sont axées sur les médias, particulièrement la télévision, et les réseaux sociaux. Dans ce prolongement, elle crée sa propre chaîne YouTube en 2017 intitulée « Des médias presque parfaits » avec Guillaume Hidrot, conseiller et formateur en communication, par laquelle elle propose un décryptage des médias. Elle est également community manager au Frames Video Festival, un événement porté sur la création et la vulgarisation scientifique.

© Twitter, SémioBlog

La vulgarisation scientifique à travers le numérique

En quoi l'usage du numérique peut-il constituer un moyen de faire écho à des recherches universitaires, afin de les déployer au-delà du public universitaire ? Dans un premier temps, Virginie Spies souligne son approche personnelle des médias : « Je crois d'abord que ça m'appartient personnellement. Je dirige cette équipe de recherche à l'Université d'Avignon et ce n'est pas quelque chose que je souhaiterais imposer à tous mes collègues en disant "il faut faire une chaîne Youtube, il faut faire des médias pour parler de ce qu'on fait". Ça me ressemble de le faire. C'est la première chose, qui n'est pas du tout scientifique, mais qui est vrai, et sincère. »

Au-delà de l'aspect personnel de sa démarche, Virginie Spies voit un intérêt scientifique à faire de la recherche et à être sur le terrain d'étude en même temps. « Au départ, j'ai fait des recherches sur la télévision et en tant que sémiologue et analyste de la télé, on n'avait pas besoin d'être à la télé pour l'analyser. C'était bien de faire des terrains mais on n'avait pas vraiment besoin de ça. » Or avec les réseaux sociaux, il est devenu plus difficile de les comprendre et de les analyser sans les utiliser soi-même. « Comment pourrais-je comprendre comment ça fonctionne si moi-même je ne suis pas praticienne ? »



Il en va de même pour Youtube. Virginie Spies, étant dans l'équipe du Frames Festival, s'est intéressée de près au phénomène culturel Youtube. Sa chaîne, « Des médias presque parfaits » créée en 2017 avec Guillaume Hidrot lui a permis de réaliser l'exercice très difficile de communiquer la recherche autrement. « Cela nécessite une prépara-

tion différente que celle nécessaire à une présentation dans les médias : un exercice d'écriture, de mise en image, de montage, de communication... ». Selon Virginie Spies, au-delà de mieux comprendre un phénomène, cela permet de sortir de l'université et de raconter ce qui se fait à l'université à des publics qui n'y sont pas forcément allés. La chaîne Youtube serait donc une façon d'aller vers d'autres publics.

« On fait des conférences dans les écoles, les collèges, les médiathèques, sur la télé réalité, les jeunes et les réseaux sociaux par exemple. Finalement, on casse un peu les murs, autrement et assez simplement »

En revenant sur l'innovation, Virginie Spies termine : « Je ne sais pas si ça c'est de l'innovation, mais en tout cas c'est une façon de faire sortir de façon décomplexée et tranquille ce qu'on fait à l'université. C'est pas parce que je suis un universitaire que je dois mettre des mots compliqués partout et que je dois rendre le propos complexe ».





JÉRÔME COSH

Il est responsable communication et presse chez EDIS, premier fonds de dotation français dédié à l'art des nouveaux médias qui a été créé en 2012, aussi connu sous le nom d'Ardenome, dans l'ancien Grenier à Sel d'Avignon. Il travaille en lien direct avec les acteurs du territoire, plus précisément le Grand Avignon, et est également graphiste et illustrateur.

EDIS, un soutien à la création artistique innovante

EDIS se définit comme un acteur culturel du territoire et mécène, en soutenant et en programmant des créations artistiques innovantes. Jérôme Cosh revient sur l'histoire de ce lieu atypique du territoire avignonnais. « EDIS est à l'initiative du philanthrope et principal mécène du fonds de dotation, Régis Roquette. A sa création en 2012, il n'y avait pas grand chose dans les arts des nouveaux médias, pas de structures ni d'aides financières. Il a donc été décidé de choisir un lieu pour permettre de programmer et de proposer au public de découvrir l'art des nouveaux médias ».

Ardenome s'est ainsi installé dans l'ancien Grenier à Sel d'Avignon, lieu classé monument historique. « EDIS a fait l'acquisition de ce lieu patrimonial pour en faire un lieu culturel avec une programmation pluridisciplinaire, transversale mais avec un état d'esprit où on ne s'enferme dans rien ». Ce projet est marqué par l'envie profonde de s'ouvrir vers l'extérieur et de favoriser le transfert de connaissance. « L'objectif est d'apporter un soutien à la création, aux projets artistiques locaux mais aussi d'ailleurs en essayant de s'étendre à un plus grand territoire pour attirer le public de l'extérieur et ne pas rester entre soi ».

Mais alors, qu'est-ce qui est entendu par « **création artistique innovante** » ? Selon Jérôme Cosh, l'art numérique ne signifie pas forcément innovation : « EDIS était beaucoup connoté ou qualifié "art numérique". L'art numérique ça ne veut pas dire grand chose aujourd'hui. C'est un langage qui parle à certains publics mais quand on parle d'innovation, l'art numérique n'était pas pour nous forcément innovant. »

« Dans l'innovation, il peut y avoir une manière de penser, la création, des idées, plein de choses qui viennent se croiser et qui permettent de créer des choses assez surprenantes ou du moins qui marquent le public. »

L'innovation comme outil de démocratisation et de démocratie culturelle : entre accès, usages et sensibilisation

Que ce soit en concernant les habitants de la périphérie, en vulgarisant des recherches scientifiques par le biais du numérique ou encore en permettant l'accès à la création artistique d'un plus grand nombre, on perçoit à travers les projets respectifs de Virginie Spies, Pascal Keiser et Jérôme Cosh - en plus de partager des richesses artistiques, culturelles et scientifiques - l'envie de **se rapprocher des publics**.

L'innovation s'envisagerait comme un moyen pour expérimenter de nouvelles voies et non comme une finalité, avec pour objectif un développement culturel plus démocratique, soit plus participatif.

Comment qualifier alors une action ou un projet comme relevant de l'innovation dans le champ culturel ? Selon Virginie Spies, il est complexe de caractériser tel ou tel projet « d'innovant ». En prenant l'exemple du Frames Vidéo Festival comme propos à la vulgarisation scientifique, on voit combien il est complexe d'aborder la question de l'innovation. Certes, aujourd'hui il existe un moyen de faire, à savoir

les réseaux sociaux et en particulier YouTube, mais demain il en sera peut-être autrement avec d'autres plateformes, d'autres outils :

« Depuis que la science est science, il y a des gens qui la vulgarisent. La grande nouveauté à mon sens c'est qu'elle peut toucher plus de monde et plus vite ». Cela soulève alors la question des « nouvelles technologies », comme forme d'innovation dans l'appropriation et l'accès à la culture. En l'espace d'une dizaine d'années, les supports et les plateformes se sont démultipliés. Les utilisateurs ont assisté à une accélération exceptionnelle de l'accès aux contenus, « tout ça dans un téléphone ».

« L'innovation à mon sens est liée à l'accès, comment on va vers, comment on donne accès aujourd'hui au public. »
Jérôme Cosh

La question de l'innovation ne se poserait alors pas tant dans le projet en tant que tel mais dans la manière, dans l'accès au contenu proposé. Pour Jérôme Cosh, l'innovation est un moyen pour accompagner les publics dans l'accès à des « formes culturelles », et il existe de nombreuses manières de le faire, parmi celles-ci le numérique en fait partie. Et pour cause, Pascal Keiser souligne le fait que « L'éruption des nouvelles technologies a amené un rapport différent à la consommation culturelle et à l'interaction avec les contenus ».

culturels, et aujourd'hui il est de plus en plus difficile à un certain nombre de citoyens d'être simplement spectateur d'une proposition et où ils n'interagissent pas avec le choix et le processus ». Le numérique, au-delà de l'outil et des possibilités qu'il offre, a donc amené un changement global dans la manière même de concevoir l'accès à la culture. En ce sens, selon Pascal Keiser, il est nécessaire aujourd'hui d'intégrer le public au coeur du projet culturel, voire à la base même du processus.

Des projets comme Oxygène, menés par Pascal Keiser traduisent à juste titre cette nécessité d'action physique, en lien direct avec le terrain et les habitants : « Lorsque je vais à St-Chamand, je me trouve dans un cadre de mixité et de lien social direct et physique et ça aujourd'hui c'est une valeur incroyable, que je ne retrouve pas dans les réseaux sociaux ou les interfaces numériques ». Cette dimension se trouve également au coeur des préoccupations de Jérôme Cosh, pour qui la dimension humaine s'avère primordiale « dans un monde où tout est dématérialisé ».



Jérôme Cosh © Jérôme Poyet

Ces préoccupations valent à la fois pour le champ culturel mais également dans le champ social.

« Aujourd'hui l'innovation culturelle est-elle dans le contenu de la proposition ou aussi et surtout dans la gouvernance, donc dans ce qui tourne autour de la proposition et impacte celle-ci ? »

Pascal Keiser

En effet, faire participer l'individu, l'habitant, le public, c'est lui redonner la parole, et par conséquent, amener à une démocratie plus ouverte, moins indirecte, telle elle se caractériserait aujourd'hui, selon Pascal Keiser. Chaque jour, le numérique et particulièrement les réseaux sociaux nous donnent la possibilité de donner immédiatement notre avis en votant, en approuvant ou en désapprouvant, en commentant, en partageant des contenus. L'exemple du mouvement espagnol Podemos illustre notamment cette volonté avec l'utilisation des nouvelles technologies par les plateformes de vote participatif, comme voie de démocratie directe. Cet exemple parmi d'autres est une manière de remettre en question la notion de gouvernance et de représentativité, comme des enjeux majeurs dans la gestion d'un projet culturel, dans la manière de prendre des décisions collectives et partagées.



Pascal Keiser et Virginie Spies © Jérôme Poyet

« Faire ensemble » serait-il donc la clé de l'innovation ? Dans ce cas, comment faire participer pleinement l'individu au projet ? Les réseaux sociaux, par leur vocation à produire des réactions dans l'immédiat représentent-ils alors une force ou une menace dans ce processus ? Ces questions sont autant d'interrogations qui restent à éclaircir. Selon Virginie Spies, « les réseaux sociaux sont le médicament et la maladie », et apporteraient autant qu'ils pourraient nuire. Ayant vécu le lancement de plusieurs réseaux sociaux et en particulier Twitter, elle décrit un réseau qui a évolué dans le temps, étant au départ un outil permettant la création de réseaux, de discussions et d'échanges autour de thèmes, favorisant « l'intelligence collective », mais qui deviendrait, non pas un lieu de débats sinon un rassemblement de disputes, « clashes » et autres méchancetés de l'ère numérique.

« Twitter porte en lui l'illusion totale de la modernité et de l'innovation. »
Virginie Spies

À qui la faute ? Nous pourrions nous questionner sur la raison de ces transformations. Il semblerait que l'utilisateur tout comme les concepteurs soient en cause. Plus précisément, l'arrivée des algorithmes, bousculant ainsi la construction du fil d'actualité (tous réseaux sociaux confondus), passant d'un système basé sur l'historicité des messages, pour donner plus de visibilité aux personnes auprès de qui nous avons laissé un like, un commentaire, un partage. Les réseaux sociaux nous laissent le sentiment de créer un réseau et d'être ainsi connecté à des milliers de personnes, mais en réalité les algorithmes transforment ce rapport en ne montrant plus que quelques personnes manifestement dignes d'intérêts à nos yeux.

Ainsi, la sémiologue et analyste des médias regrette cette évolution et l'usage qui est parfois fait des réseaux sociaux, alors même que « *la technologie est porteuse de promesses incroyables, surtout quand on pense qu'il n'y avait rien avant, il y a quinze, vingt ans de ça* ».

Ainsi, tout l'enjeu résiderait dans la notion d'usages, une question également centrale dans le travail de Jérôme Cosh à l'Ardenne qui insiste sur la nécessité de sensibiliser les utilisateurs à l'utilisation des nouvelles technologies. Au-delà de cette sensibilisation, c'est pour Pascal Keiser la nécessité d'enseigner et de transmettre certains codes des usages d'internet, sur l'éthique, sur la vérification des informations, car nous savons que les enfants d'aujourd'hui passent et passeront énormément de temps sur internet. Il semble également nécessaire de prendre du recul sur l'utilisation des nouvelles technologies afin qu'elles n'aient pas un impact néfaste sur les utilisateurs. Par exemple, l'outil Google Street View pourrait être vu comme intrusif dans l'intimité des utilisateurs. Il faut, selon Pascal Keiser, penser les outils dans un but d'utilité sociale, ce qui l'a amené à créer « *Mons Street Review* » en 2015. Ce projet s'inspire de la technologie de Google Street View, pour immortaliser des événements ayant lieu dans les rues de Mons.

Les nouvelles technologies, une forme d'innovation ?

Il semblerait finalement que l'innovation soit plus sociale que technique. En partant de l'exemple selon lequel les personnes les plus en difficultés dans la société (migrants, sans abris, ...) possèdent pour un grand nombre un smartphone, on comprend combien c'est le rapport de l'outil à l'individu et d'individu à individu, qui devient innovant. Le smartphone permet à ces personnes de rester en lien permanent, de garder contact avec leurs proches et parfois de sauver des vies. On comprend ici à travers l'exemple du smartphone combien l'innovation peut être le résultat d'actions ou

d'objets qui n'apparaissent pas toujours comme évidents à première vue mais qui permettent de déclencher des processus novateurs.

« **Aujourd'hui, l'innovation vient souvent de gens de disciplines différentes qui travaillent ensemble en dehors de leur domaine habituel et quotidien de travail. Parce qu'il faut être dans un cadre qui permet l'innovation artistique, culturelle, technologique, ...** »

Pascal Keiser

Le rassemblement d'individus de disciplines différentes sur un projet en est un autre exemple, avec pour objectif de réfléchir ensemble et d'apporter une valeur ajoutée sociale au projet.

L'innovation à cette faculté de pouvoir se traduire partout et à toutes les étapes de la construction d'un projet : dans le contenu, dans la manière dont sont amenés ces contenus, dans l'angle choisi pour un projet, dans la réflexion autour d'un projet, dans les acteurs qui y participent, l'innovation c'est sortir d'un contexte habituel, prendre du recul, apprendre et partager ... ☺

« **L'innovation est là où on ne l'attend pas.** »

Jérôme Cosh

Mélanie Prévost et Laurie Privat



Le Festival d'Avignon : entre tradition et modernité

Invités : Andrée Brunetti et Lauriane Guillou



**ANDRÉE
BRUNETTI**

Andrée Brunetti est journaliste pour le journal Midi libre. Elle était rédactrice en chef à France Bleu Vaucluse jusqu'en 2012. Elle est aujourd'hui présidente du Club de la Presse du Grand Avignon et du Vaucluse, qui réunit des journalistes, des pigistes, des collaborateurs de presse, des photographes de presse, des directeurs de publication, des attachés de presse et des responsables de communication du Grand Avignon et du Vaucluse.



Le rôle de la presse et des réseaux sociaux dans la transmission et la prescription au Festival d'Avignon

La presse joue un rôle déterminant dans la transmission au Festival d'Avignon. Cependant, les mutations qu'elle connaît depuis quinze ans remettent-elles cela en question ?

L'histoire de la presse est « *vieille comme le monde* » souligne André Brunetti qui rappelle que malgré les avancées technologiques qui ont conduit à l'avènement de nouveaux médias successifs - du papier, à la radio, à la télévision, à internet - aucun n'a annihilé le précédent. Cependant elle met en avant l'adaptation des médias traditionnels à l'ère du numérique : pour elle le rôle principal des journalistes de médias traditionnels est de vérifier ses

sources et de contrer les fake news, qui se propagent plus vite via internet.

Durant le Festival d'Avignon, IN et OFF confondus, les médias traditionnels et les réseaux sociaux semblent se partager la prescription de spectacle à leur audience. Ces modes de prescriptions sont différents. Le Club de la Presse du Grand Avignon et du Vaucluse qu'elle préside a un rôle particulier au coeur du Festival OFF : c'est la remise du prix Coup de Coeur du OFF. La compétition n'est pas exhaustive - ce sont 1538 spectacles qui ont été présentés en 2018 - : elle ne concerne que certains spectacles tous publics, qui durent plus d'une heure et qui jouent les trois semaines car le prix est décerné le deuxième lundi de la manifestation - ainsi les gens peuvent toujours aller voir spécialement des producteurs qui pourraient faire tourner le spectacle. Il faut aussi que ce soit des propositions différentes des spectacles primés les années précédente. Également, en accord selon André Brunetti « ce n'est pas ici dans ce lieu dédié à Jean Vilar que je risque d'être démentie » avec la vision de Jean Vilar, le spectacle doit être mis en scène avec des comédiens - exclus donc, one man shows, mimes, marionnettes.

Elle explique cela pour en arriver également au point que ce prix décerné mette un véritable coup de projecteur sur les spectacles à travers une série d'exemples. Cependant, elle décrit le caractère sine qua none de la presse pour la création d'effet boule de neige avec le bouche à oreille et le relai via les réseaux sociaux. Elle reconnaît pourtant le manque de moyen humains des professionnels de la presse pour couvrir toutes les représentations comparé au caractère presque omniscient des paroles sur les réseaux sociaux.

Quentin Amalou, docteur en sciences de l'Information et de la Communication, présent au moment du forum, prend pour point d'appui Cour d'honneur de Jérôme Bell, adaptation non déclarée de *La petite fabrique du spectateur*¹ d'Emmanuel Ethis où des spectateurs sont venus parler de leur expérience de spectateur. A l'issue de la représentation des journalistes locaux auraient déclaré qu'il ne comprenait pas pourquoi on invite le public sur scène alors que les journalistes ont beaucoup de choses à dire et peuvent le raconter mieux. Selon lui, au contraire, les publics sont de plus en plus actifs pour créer du discours autour du festival.

¹ Emmanuel Ethis, *La Petite fabrique du spectateur. Être et devenir festivalier à Cannes et à Avignon*. Avignon, Éditions universitaires d'Avignon, coll. En scène, 2011, 83 pages



LAURIANE GUILLOU

Laurianne Guillou est doctorante en Sciences de l'information et de la communication à l'Université d'Avignon sous la direction scientifique d'Emmanuel Ethis et de Damien Malinas. Dans le cadre de ce travail de thèse, elle prend part aux enquêtes de terrain du programme ANR « Galerie des festivals » afin de produire des connaissances sur les publics du Festival d'Avignon et les pratiques numériques des festivaliers. Ses recherches portent également sur la mémoire individuelle et collective de cet événement ainsi que sur les pratiques relatives aux archives audiovisuelles en ligne. En collaboration avec d'autres chercheurs de son équipe, elle contribue à un projet de recherche sur l'expérimentation d'initiatives se rapprochant de dispositifs d'éducation artistique et culturelle en prison.

La question de la mémoire au centre des pratiques numériques festivalières

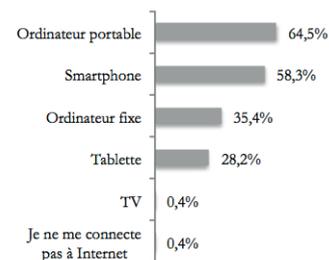
Laurianne Guillou participe au programme de recherche GaFes (Galerie des Festivals). Le projet se concentre sur deux axes : l'étude des

usages via des données collectées sur la toile et la ré-éditorialisation des contenus captés ou produits par les internautes. Ces deux axes reposent sur la collecte des données liées à un festival à partir de sources variées (Twitter, blogs, forums, etc.). La structuration de ces collections doit permettre d'y mener des enquêtes, d'en extraire de la connaissance sur les publics et les pratiques culturelles, de montrer des points de vue particuliers ciblant une catégorie de spectateurs.



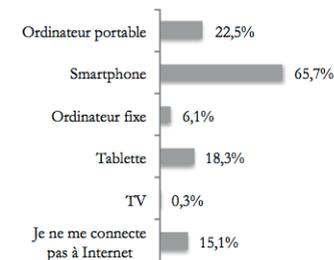
En ce qui concerne les pratiques numériques, on se rend compte dans le cadre du Festival d'Avignon, IN ou OFF, que les outils numériques sont beaucoup moins utilisés par les festivaliers comparé à d'autres festivals comme les Trans Musicales de Rennes ou le Festival de Cannes. Néanmoins, le public est tout de même présent en ligne. C'est ce que révèle l'étude des publics du Festival menée par Lauriane Guillou en 2017, dont nous pouvons constater quelques résultats sur les graphiques 1 et 2.

Graphique 1 : Appareils de connexion à Internet à l'année (plusieurs réponses possibles)



Pourcentages calculés sur la base des répondants. Il faut lire : En 2016, 58,3% des enquêtés déclarent utiliser leur smartphone pour se connecter à Internet à l'année.

Graphique 2 : Appareils de connexion à Internet pendant le Festival d'Avignon (plusieurs réponses possibles)



Pourcentages calculés sur la base des répondants. Il faut lire : En 2016, 65,7% des enquêtés déclarent utiliser leur smartphone pour se connecter à Internet pendant le Festival d'Avignon.

Source : enquête sur les publics du Festival d'Avignon, réalisée par Lauriane Guillou en 2017, publiée sur le site internet du Festival d'Avignon

Plus qu'une présence en ligne, Lauriane Guillou constate que le public se sert aussi des réseaux sociaux pour raconter sa carrière de spectateur et ce sont plus largement les publics des festivals qui se sont approprié ces outils pour partager « bien qu'on n'ait pas attendu le numérique pour partager, il permet une communication élargie » souligne Lauriane Guillou.

Les festivals sont des lieux particuliers pour cela, en revanche, l'utilisation du numérique est différente chez les publics du festival d'Avignon : cela peut s'expliquer d'abord par la temporalité du festival (plus longue que la moyenne mais également changeante d'un festivalier

à un autre). Il y a beaucoup de type de participation possible au festival d'Avignon non seulement temporelles mais également esthétiques.

Si il n'y a pas que les pratiques numériques qui font office d'archives - il y a différents types de discours, différents types de matériaux donc différents types d'énonciations dans le sens où ça ne dit pas la même chose : les festivaliers participent de la création d'un discours sur le festival, de contenu ou de souvenirs, c'est ce qui intéresse l'équipe de recherche bien que les données à traiter soient conséquentes.

L'innovation culturelle au Festival d'Avignon

Le Festival d'Avignon a plus de 70 ans ce qui implique énormément d'espaces d'innovation souvent incarnés par les directions successives. Mais Laurianne Guillou rappelle qu'innover ce n'est pas forcément avoir une idée nouvelle mais c'est faire vivre une manifestation pendant 70 ans en étant ancré dans son époque. « *C'est comment est-ce qu'on est au service d'une idée qu'on défend, dans le temps présent, c'est la question de la culture comme service public, du théâtre populaire et de la démocratisation culturelle* ».

Cela fait écho aux propos de Stéphanie Pourquier-Jacquin :

« il faut considérer l'innovation culturelle non pas comme une rupture mais comme un mouvement, une continuité cohérente ».

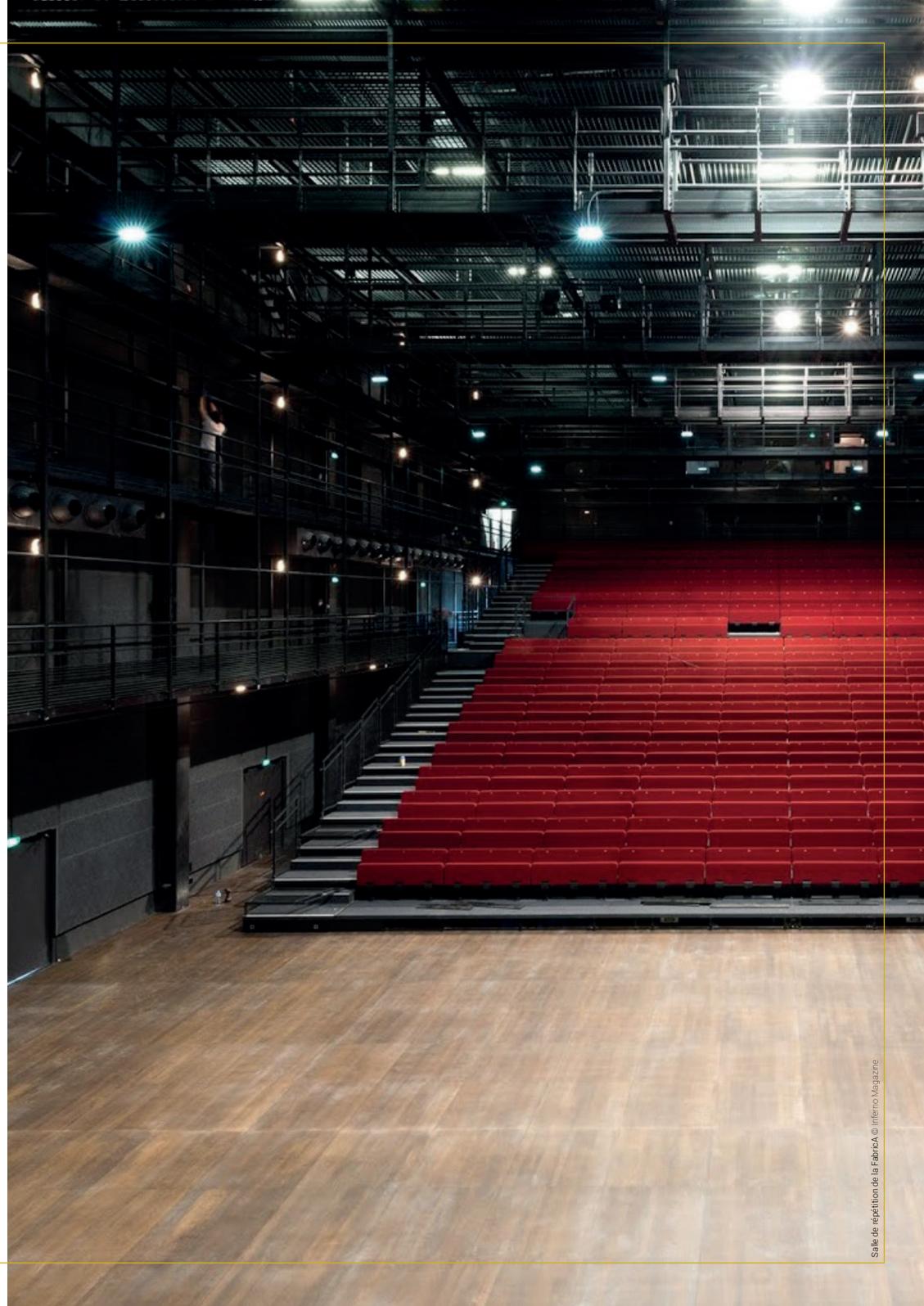
Elle rappelle les mesures mise en place par les directions successives du IN qui participent de cette innovation culturelle comme continuité cohérente. Dans les années 60 on parle de développement culturel, puis Bernard Faivre D'arcier participe à la professionnalisation du festival dans les années 80.

Alain Crombecque donne une dimension plus internationale au festival de 85 à 92. Archimbaud et Baudrier mettent en avant la figure de l'artiste associé. Olivier Py, actuel directeur du festival, s'inscrit lui dans cette continuité par la volonté de décentralisation de la culture et d'éducation artistique et culturelle. L'exemple de la **FabricA** (illustrée à droite) est probant : il s'agit d'un véritable point de suture entre l'intra et l'extra-muros. Cette « *petite Médicis du théâtre à Avignon* » est également une innovation culturelle symbolique puisqu'elle reprend les dimensions de la Cour d'honneur et est équipée pour être modulable ainsi que pour accueillir d'autres manifestations qui participent de l'éducation artistique et culturelle comme politique au sens de politique publique de la culture : elle est à tous. ☺

Clélia Mouton-Rovira et Marie Pradayrol



Clélia Mouton-Rovira et Marie Pradayrol © Jérôme Pagan



Salle de répétition de la FabricA © Jérôme Pagan

Faire réseau : la clé de l'innovation ?

Invités : Damien Amadiou, Jean-Philippe Chauvin, Patrick Guivarc'h

Lors de cette dernière table ronde autour de l'innovation culturelle, trois acteurs locaux ont été amenés à répondre à ces interrogations que pose le principe de « réseau » :



JEAN-PHILIPPE CHAUVIN, directeur du développement durable au sein du Grand Avignon



PATRICK GUIVARC'H, responsable des Utopia Manutention et République



DAMIEN AMADIOU, menant le Campus des métiers et des Qualifications du Développement culturel en région PACA.

Qu'entendons-nous par « réseau » ?

Si l'on se base sur la définition de Saint-Simon¹, nous comprenons le réseau comme un corps, une base solide faite de fluide communiquant entre eux. Ce corps puise sa force par ses connexions, mais si une des connexions venait à être coupée, c'est tout le système qui serait interrompu. Le réseau c'est d'abord le lien, ce qui rallie et rapproche, met en commun différents agents et par là même en vient à se nourrir et s'élargir. Est-ce positif ? Est-ce négatif ? Relier un grand nombre d'acteurs entre eux permet une plus grande force d'impact, une cohérence et plus de possibilités en termes d'avancement et de résultats. Relier un grand nombre d'acteurs peut aussi entraîner une perte d'identité de par un déploiement trop important et donc un terrain d'action trop large pour opérer. Et en rapprochant, en confondant

même, cela peut aussi avoir un effet d'homogénéisation menant à l'oubli des individus et donc à une hausse des inégalités.

Issus de domaines professionnels très différents, Jean-Philippe Chauvin, Patrick Guivarc'h et Damien Amadiou s'inscrivent dans une démarche de réseau et c'est justement en soulevant ce point que va se déployer toute l'étendue qu'implique ce terme. Qu'il soit une convergence d'entreprises, d'universités, de collectivités, le réseau tel que l'entend le Campus des Métiers ou le Grand Avignon, représente un regroupement visant la proximité. Le but recherché par le réseau ici est le rapprochement ou en tout cas l'affiliation de lieux et d'activités proches géographiquement, que l'on cherche à rejoindre et faire parler en un seul et même nom.

À la différence, les cinémas Utopia ne répondent pas à cette définition du réseau, comme le souligne Patrick Guivarc'h lors de la table ronde. Les cinémas Utopia, au nombre de sept, sont situés dans des villes éloignées en France et ont chacun leur autonomie. Patrick Guivarc'h refuse d'utiliser le mot « réseau » pour définir le lien entre les cinémas Utopia, qui repose selon lui sur l'humain plutôt que sur une démarche commerciale visant la force d'impact. En d'autres mots,

si les salles Utopia se sont multipliées, ce n'était pas dans un but pécuniaire puisque de toute façon les cinémas sont soit des Scop soit des associations, mais plutôt dans l'objectif d'émettre une force collective pour convaincre, dans un premier temps, les distributeurs de diffuser leurs films dans les salles puis pour faciliter un grand nombre d'aspects tels que l'imprimerie, l'édition ou encore la communion des fonds.

Ce qui se joue là lève un débat sémantique, le mot « réseau » apparaissant comme un terme commercial, mercantile débouchant presque sur des fins lobbyistes. Pourtant, le réseau tel que l'entendent Damien Amadiou et Jean-Philippe Chauvin n'est pas éloigné des valeurs de Patrick Guivarc'h puisque tous deux voient d'abord le réseau comme une rencontre de personnes. En effet, en travaillant au développement durable, Jean-Philippe Chauvin pose des questions autant éthiques que pragmatiques : **Qu'est-ce qui nous concerne tous ? Qu'est-ce qui nous lie ?**

L'écologie ainsi que la vie en communauté sont des sujets à aborder dans le même temps et ne doivent être en aucun cas dissociés. C'est ce que rappelle Jean-Philippe Chauvin avec le terme « d'environnement », utilisé dans maintes situations sans

¹ Pierre Musso, *Aux origines du concept moderne : corps et réseau dans la philosophie de Saint Simon*, Quaterni, Année 1987, pp. 11-29

pour autant que soit précisément établie sa signification, devant cette négligence, le directeur du développement durable met donc en garde : l'environnement, ce n'est pas ce qui nous entoure, nous ne sommes pas les « environnés ». L'environnement serait un tout, global, où tout le monde évoluerait à la même échelle et aurait sa part à respecter.

Le réseau résonne dans cette définition et nous ramène à notre questionnement premier : **le réseau, est-ce la clé de l'innovation ?**

Nous pourrions alors répondre que c'est en tout cas un moyen efficace de rassembler et que lorsque le réseau est régi par une charte alors la convergence des personnes apparaît réellement juste, dans le sens où les convictions et aspirations sont respectées et portent avec elles un véritable projet commun. L'innovation se situe là où il y a un ensemble cohérent, là où l'environnement n'est pas extérieur mais intrinsèquement lié à tous et toutes. ☺

Adrian Blancard et Cécile Herreman

Pour conclure

Le terme « **innovation** » est difficile à définir car il renvoie à une idée ou un objet qui est en constante évolution. En mouvement, l'innovation est sans arrêt en avance sur nous, elle ferait donc plutôt référence au renouvellement d'un objet, d'un contenu ou d'une idée, à son évolution et à sa mise en oeuvre plutôt qu'à eux-mêmes et à leur contenu. Nous remarquons cependant que ce terme est souvent et principalement lié aux questions de démocratisation culturelle et au lien qu'entretient la culture et la science avec ses publics, initiés ou nouveaux.

Les acteurs de ces domaines développent ainsi l'utilisation de nouveaux outils qui permettent la démocratisation de contenus qui restent eux dans une lignée traditionnelle, sans que ceux-ci soient dénaturés par le moyen par lequel ils sont transmis. C'est dans cette démarche créative que pourrait se situer l'innovation. Pour exemple,

nous aurons les captations vidéos de spectacles d'éditions antérieures du Festival d'Avignon, rediffusées lors du Festival d'Avignon, l'utilisation des nouveaux médias pour transmettre des discours scientifiques vulgarisés, ou encore les outils de l'enquête sociologique.

L'utilisateur devient ainsi en même temps public et créateur, développant ainsi une nouvelle relation usager/concepteur. En transposant cela dans la relation spectateur/artiste, le public peut donc rester spectateur tout en ayant la possibilité de prendre la parole sur une proposition artistique. Dans l'innovation, est compris l'implication totale du public dans la création, par un partage égal de la gouvernance. La démocratisation culturelle comprend ainsi l'accès des publics aux propositions artistiques mais également la formation des publics à la création artistique et à l'usage des outils de création.



C'est donc dans la création collective, en dialogue, que se trouve l'innovation.

La question de la gouvernance est donc primordiale dans la définition de l'innovation. Celle-ci peut se construire au travers de la mise en réseau de plusieurs acteurs d'un territoire qui permettront de faire circuler les démarches et projets dans les mains de personnes aux disciplines différentes qui touchent d'autres réseaux et publics, éducatifs, associatifs, institutionnels, artistiques, scientifiques... Ce développement en réseau permet ainsi de réunir plusieurs personnes autour d'un projet, créant cette gouvernance collective. La multiplicité d'une gouvernance se retrouve notamment dans le Festival d'Avignon, qui crée un espace d'invention en mouvement en faisant évoluer une idée de directeur à directeur,

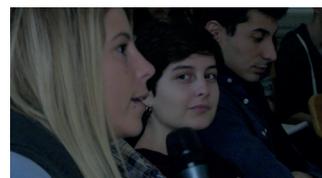
sans dénaturer le projet premier, en étant proche de l'origine du Festival liée à son premier directeur, Jean Vilar. Enfin, on peut également interroger la place de l'artiste dans la gouvernance.

L'innovation se trouve ainsi non seulement dans la recherche, mais également dans le développement, dans la manière même de transmettre, de diffuser, de communiquer.

Elle crée en ce sens un espace public du dialogue. Cette création dépend cependant de moyens, que ce soit soit financiers ou humains. Elle nécessite la création d'une économie sociale et solidaire au travers de nouveaux modèles juridiques. D'autre part, elle requiert également des personnes qualifiées et ainsi des formations adaptées. ☺

Maéva Coquet et Marie Lemoine

Le Forum de l'Innovation Culturelle et Scientifique en images



(Re)découvrez les diverses tables rondes du forum de l'innovation culturelle sur YouTube via la chaîne *Tube à Idées*.



Maison
Jean Vilar

cahiers

Nocte #1

