

## TRANSITION NUMÉRIQUE, QUELS ENJEUX ?

### INTERVIEW



**L’Affût : Constatez-vous un intérêt croissant des lieux culturels pour le numérique ? Et dans quels secteurs de leur activité est-il le plus mis à profit ?**

Le secteur du patrimoine et des musées et celui des musiques actuelles ont été véritablement précurseurs dans l’utilisation du numérique. Le premier s’est concentré sur des enjeux de valorisation et de médiation, et le second a tout de suite investi le domaine de la commercialisation, dont la billetterie. Après avoir accusé un temps de retard dû à une certaine méfiance vis-à-vis du virtuel, le spectacle vivant a d’abord eu recours aux outils numériques pour la billetterie, sans pour autant exploiter systématiquement les possibilités offertes par les CRM<sup>1</sup> et le marketing digital. La communication numérique, quant à elle, a été adoptée par l’ensemble du secteur culturel, sans distinctions. Cependant, je note une certaine confusion entre des enjeux de communication, de promotion et de médiation, les lieux culturels mélangeant les différentes approches. La communication relève parfois davantage de la promotion, et les services des relations avec les publics qui utilisent des canaux communicationnels (Facebook, par exemple) n’exploitent pas tout le temps ce qui est le propre de la médiation, à savoir le lien individuel créé avec le spectateur et la question de l’expérience vécue quand on assiste à un spectacle. Dans une étude menée en 2016<sup>2</sup>, commandée par l’association TMN Lab et financée par le ministère de la Culture, Christine Petr et moi-même avons constaté que les lieux ayant le plus développé d’outils numériques au service de la communication et de la médiation étaient les scènes nationales, c’est-à-dire plutôt des structures de diffusion, qui placent la rencontre avec le spectateur au cœur de leur projet. En revanche, les Centres dramatiques nationaux, dédiés à la création, n’étaient pas forcément très performants en matière de stratégie digitale.

**« Le numérique n’induit pas forcément la démocratisation culturelle. »**

**L’Affût : En quoi le numérique est-il un support intéressant en termes d’accès aux œuvres et de médiation ? Comporte-t-il certains écueils ?**

Je distinguerais d’abord ce qui a trait à l’accessibilité – la mise à disposition des œuvres – de ce qui relève de la médiation qui concerne, elle, le rapport à l’œuvre et la façon dont on va permettre à un spectateur de se

**MARION DENIZOT**

professeure des Universités en Études théâtrales, directrice du Master 2 Médiation du spectacle vivant à l’ère du numérique à l’Université de Rennes 2

l’approprier et d’en faire l’objet de sa propre expérience esthétique. Car l’accessibilité n’entraîne absolument pas un phénomène d’appropriation. Durant la crise sanitaire, les théâtres se sont tous empressés de diffuser des spectacles en ligne. Je vois là un premier écueil, celui de croire qu’une captation peut se substituer à une représentation. Or, selon moi, le spectacle vivant existe en raison de sa capacité à créer une communauté de spectateurs. Second élément que j’ai observé : la mise à disposition d’œuvres conçues pour le média numérique, grâce à des outils de visio-conférence. Elles permettent de rassembler virtuellement des artistes, mais créent une œuvre numérique, bien éloignée du spectacle vivant. S’agissant de la médiation, le numérique peut être un outil, parmi d’autres, extrêmement intéressant au regard de la seconde phase d’évolution d’internet (2.0) qui permet l’interaction. Tous les outils facilitant l’interaction entre les émetteurs et les destinataires sont de nature à renforcer les objectifs de la médiation : faire en sorte que chacun puisse exprimer ce qu’il est en train de vivre ou a vécu, ce que le spectacle a produit en lui. Il peut s’agir de dispositifs très simples sur les réseaux sociaux ou plus élaborés. Je pense au dispositif Vidéomaton, mis en place la saison dernière par le Théâtre national de Bretagne dans lequel les spectateurs sont invités à livrer des témoignages sur leur rapport à l’œuvre mais aussi au lieu. Rien cependant ne remplacera la rencontre physique avec un médiateur. Car l’outil numérique ne peut à lui seul assurer la médiation, et doit être également médié.

**L’Affût : L’usage du numérique satisfait-il réellement un objectif de démocratisation culturelle et aide-t-il à une plus grande diversification des publics dans les salles ?**

Le secteur culturel est persuadé que les technologies numériques, parce qu’elles favorisent l’interaction, portent obligatoirement la promesse d’une démocratisation. Les lieux, mais aussi les pouvoirs publics, pensent qu’il suffit d’utiliser des outils numériques pour attirer des jeunes. Mais cela ne fonctionne pas ainsi. Les médiateurs travaillant auprès d’un public jeune ont effectivement recours à la vidéo, aux réseaux sociaux, aux messageries instantanées, mais tout projet de médiation requiert un accompagnement physique, très important, qui considère certes le jeune comme utilisateur de techniques numériques mais surtout comme acteur et participant d’un projet. Quant à la diversification des publics, elle passe davantage, me semble-t-il, par un changement de place accordée aux spectateurs. Il s’agit peut-être de leur donner un rôle plus important au cœur de l’ins-titution, dans la construction de la programmation et l’invention de projets, y compris des projets de création. ■

1. Customer Relationship Management ou Gestion de la relation client

2. *Le numérique dans les théâtres en France. État des lieux 2016*, sous la direction scientifique de Marion Denizot et Christine Petr, réalisé avec le soutien du ministère de la Culture et de la Communication, Direction générale de la création artistique sur une commande du Laboratoire Théâtres et médiations numériques (TMN Lab). [tmnlab.com/2016/11/21/letat-lieux-numerique-theatres-2016-infographie-rapport-complet](http://tmnlab.com/2016/11/21/letat-lieux-numerique-theatres-2016-infographie-rapport-complet)