**APPEL A COMMUNICATION POUR LA PREMIERE JOURNEE D'ETUDE
DU RESEAU DES JEUNES CHERCHEUR.E.S DU LABEX ICCA**

Usages et pratiques du numérique dans les secteurs culturels

Paris - 11 mai 2017

Les enjeux soulevés par le numérique, tant du côté des industries et institutions culturelles (mobilisant les nouvelles technologies (dans leurs stratégies) que des usages qui en sont faits par les publics invitent à questionner les décalages, points de frictions et correspondances entre ces deux pôles.

Partant de la volonté de proposer un événement permettant à tout.e jeune chercheur.e du LabEx ICCA et de ses laboratoires partenaires de présenter ses travaux, cette première journée d'étude du Réseau des Jeunes Chercheur.e.s du LabEx ICCA se propose d'être un espace de discussion et de réflexion autour de la question du numérique. Cette thématique a été retenue de manière à fédérer un grand nombre de jeunes chercheur.e.s autour d'un objet commun, et à encourager les collaborations au sein du LabEx.

Ouverte à toutes les disciplines de sciences humaines et sociales, cette première journée se propose d'offrir un espace d'échange autour d'une question souvent survolée mais dont l'exploration nous semble essentielle à l'étude des transformations des industries culturelles. La journée d'étude Usages et pratiques du numérique dans les secteurs culturels vise ainsi à favoriser une approche pluridisciplinaire et intersectorielle de ces enjeux.

Les technologies de l'information et de la communication ont profondément changé le paysage culturel au sens large, de la production à la consommation. Ces innovations de rupture, au-delà des frontières sectorielles, ont bouleversé les comportements des acteurs ; les formats et les contenus produits se sont transformés et avec eux leur mode de consommation. De nouveaux modèles économiques ont vu le jour, accompagnant un changement dans l'accessibilité et la disponibilité des œuvres mais aussi dans les modes de recommandation et le rôle des prescripteurs. Ces évolutions sont perceptibles tant à l'échelle des individus que des organisations et renvoient aux différents acteurs des secteurs culturels : institutions, publics, usagers, amateurs, etc. Néanmoins, il serait problématique de tenir pour acquise une telle transformation des comportements pré-numériques ; il semble donc nécessaire de questionner le numérique et son impact sur les pratiques et usages, ce que nous nous proposons de faire au travers du prisme des arts et de la culture.

Nous nous interrogerons sur les transformations liées au numérique et plus particulièrement sur les concordances et divergences entre les stratégies numériques des institutions culturelles et les pratiques des publics. Les communications retenues ne devront pas nécessairement répondre à ce questionnement, mais les échanges autour des recherches présentées, qu'elles concernent la production ou la réception de biens culturels, permettront d'envisager des pistes de réflexion.

Ainsi, nous entendons mener une réflexion collective sur les implications liées au numérique dans les secteurs culturels ainsi que sur les questions de méthodologie posées par la recherche de ces nouveaux outils. Il ne s'agira pas tant de comparer des secteurs culturels que de questionner le numérique en tant que vecteur de nouvelles pratiques et/ou en tant que phénomène de déplacements d'usages.

Toute proposition s'inscrivant dans les axes proposés et dans les préoccupations du LabEx ICCA est bienvenue :

1 - Sociabilités numériques

Le numérique redessine les contours des sociabilités en accompagnant la réception et la consommation des biens culturels. Les publics étant amenés à endosser le rôle de producteurs de contenus, contenus consommés à leur tour par ces mêmes publics, le numérique apparaît comme un lieu singulier où se brouillent les frontières entre production et réception.

Les interventions pourront ainsi questionner les nouvelles possibilités d'expression proposées aux publics et la manière dont les discours ainsi produits contribuent à la production des biens symboliques. Ces nouvelles modalités d'échange (plateformes collaboratives, blogs, forums, recommandations par les consommateurs, etc.) redéfinissent-elles ces sociabilités ainsi que la prescription par des tiers et ses effets (Pasquier, Baudoin, Legon, 2014 ; Leveratto et Leontsini, 2008) ? Comment les industries utilisent ou exploitent-elles économiquement ces sociabilités numériques (Dujarier, 2008) ? Quelles sont leurs stratégies ? Cherchent-elles à approfondir leurs liens avec les publics, en atteindre de nouveaux et les fidéliser ?

2. Supports numériques et enrichissement de contenus

Le numérique sert de nouveau support à une partie de la production culturelle et en accompagne parfois la réception - on peut penser notamment au livre numérique, ou encore aux vidéos à la demande. La visite virtuelle d'un musée, la réalité augmentée au sein même des institutions ou les récits transmédiatiques comme les blogs et sites internet "écrits" par des personnages de mondes fictionnels (films, séries, livres) apportant de nouveaux éléments sur l'histoire se développent. Ces innovations invitent à la réflexion. A quels impératifs ou volontés ces initiatives répondent-elles, toucher un public plus large ? créer de nouvelles sources de revenus ? réduire les coûts ? améliorer l'expérience du public ? Et quels sont les effets de ces pratiques sur la réception des publics que ce soit d'un point de vue de l'engagement vis-à-vis de l'institution ou de l'expérience esthétique ?

3 - Quelle visibilité en contexte numérique ?

À l'ère du numérique, la problématique de l'attention est un enjeu central. La notion d' « écologie de l'attention » (Citton, 2014) questionne cette capacité des publics à réorienter leur attention au quotidien : à quoi sont-ils (in)attentifs, et selon quelles modalités ?

Dans un contexte de surproduction et de multiplication des canaux d'accès aux biens culturels, les dispositifs numériques de connaissance de ces produits foisonnent, de manière à pallier les incertitudes pesant sur leur qualité (Karpik, 2007). Comment attirer l'attention des publics potentiels ? Si « attirer l'attention » est un enjeu non natif du numérique, ce dernier, en prise avec des logiques économiques liées à la survie des productions culturelles, semble avoir pris une importance quasi-hégémonique. Comment les institutions culturelles ont-elles ajusté leurs stratégies numériques à cet impératif de visibilité ?

4 - Vers une démocratisation culturelle ?

L'accessibilité est un enjeu crucial lorsqu'on parle du numérique. En effet ce dernier permettrait l'accès à de nouveaux contenus et l'enrichissement de pratiques culturelles existantes. Vivement remise en question par un certain nombre de chercheurs, cette vocation du numérique à se faire l'outil d'une démocratisation culturelle, ou même d'un accès à une offre plus diversifiée - comme le concept de longue traîne développé par Anderson (2006) - est pourtant régulièrement employée par les pouvoirs publics et les acteurs des secteurs culturels. Cette volonté des industries de rendre accessible et visible leur offre culturelle se rencontre-t-elle dans l'usage qui est fait du numérique par les publics ?

5 - Stratégies numériques : innovation ou mimétisme ?

Les institutions et les industries culturelles déploient un ensemble varié de stratégies visant principalement à déployer des espaces de communications et à occuper ceux permettant de leur assurer une visibilité. Les interventions pourront ainsi interroger ces stratégies numériques, leurs objectifs et leur efficacité. En mettant à profit le concept d'isomorphisme structurel (Dimaggio et Powell, 1983), elles pourront s'articuler autour des questions suivantes : un positionnement d'innovation est-il valorisant pour les institutions et pertinente vis-à-vis des publics ? En effet, il semble nécessaire de se demander si, au delà des différentes stratégies des institutions, il n'y aurait pas une injonction à occuper l'espace du numérique, à la prescription, à la création, à la collaboration, à la participation.

6 - Nouvelles formes de travail dans les secteurs culturels

Comme en témoigne l'émergence de nouvelles formes d'organisation de travail, d'entrepreneuriat, de création de contenus numériques, ou encore de pratiques collaboratives sur l'Internet (travail à distance, start-up, co-working, fablab, living lab ou hackerspace, etc.), le numérique bouleverse nos rapports au travail. En parallèle, un intérêt croissant est porté à des espaces dont la nature et le cadre de développement sont divers (institutionnels, associatifs, lucratif, non-lucratif...), ce qui montre la pluralité d'usages du numérique mobilisés dans divers secteurs. Cet axe vise à interroger les mutations actuelles d'organisation de travail dans les secteurs numériques et culturels, notamment à travers les usages évolutifs des lieux intermédiaires dits de tiers lieux (Oldenburg, 1989). Comment la dynamique de ces lieux se traduit-elle par l'apparition de nouvelles formes de travail ? De quelle manière les industries culturelles et artistiques se positionnent-elles dans cette dynamique ?

INFORMATIONS PRATIQUES

La journée se déroulera le **11 mai à Paris**.

Pour soumettre une communication, merci d'envoyer **avant le 27 janvier** une proposition à l'adresse rjc.labexicca@gmail.com contenant les informations suivantes :

- Les noms, prénoms et courriel de tous les co-auteurs/intervenants ;
- Le titre de la communication ;
- Un résumé de la communication de **400 mots maximum** ;
- 5 mots clés ;
- Une brève biographie incluant votre université et laboratoire de rattachement ;
- Une bibliographie **sélective**.

Le financement des transports et/ou de l'hébergement (dans la limite d'une nuitée) pour les intervenants non franciliens pourra être envisagé.

COMITE SCIENTIFIQUE ET D'ORGANISATION

Marie Ballarini, doctorante, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 (IRCAV) ; Université Paris 13 (CEPN)

Anne Bessette, doctorante, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 (Cerlis)

Emmanuelle Guittet, doctorante, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 (Cerlis) ; Université Paris Nanterre

Kevin Le Bruchec, doctorant, Université Saint-Denis Villetaneuse - Paris 13 (LabSIC)

Sejeong Hahn, doctorante, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 (IRCAV)

Quentin Mazel, doctorant, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 (IRCAV)

Chloé Mougnot, doctorante, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 (CEISM)

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

- ANDERSON Chris, *La Longue Traîne: La nouvelle économie est là !*, Paris, Pearson, 2007, 288 p.
- BASTARD Irène, BOURREAU Marc, MAILLARD Sisley et MOREAU François, « De la visibilité à l'attention : les musiciens sur Internet », *Réseaux*, 2012/5, n° 175, pp. 19-42.
- BENHAMOU Françoise, MOUREAU Nathalie et PELTIER Stéphanie, « La longue marche vers une appropriation cognitive du web : le cas de la bande dessinée », *Réseaux*, 2012/5, n° 175, pp. 83-105.
- BOUQUILLON Philippe et MATTHEWS Jacob T., *Le Web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*, Grenoble, Presses Universitaire de Grenoble, 2010, 150 p.
- CITTON Yves, *Pour une écologie de l'attention*, Paris, Seuil, 2014, 320 p.
- DIMAGGIO, P. J., & POWELL, W. W. , « The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields », *American Sociological Review*, 1983, N°48(2), pp. 147-160.
- DUPUY-SALLE Manuel, « Les cinéphiles-blogueurs amateurs face aux stratégies de captation professionnelles : entre dépendance et indépendance », *Réseaux*, n° 183 , 2014, pp. 65-91.
- DUJARIER Marie-Anne, *Le travail du consommateur, de Mcdo à Ebay : comment nous coproduisons ce que nous achetons*, Paris, La Découverte, 2008, 246 p.
- FLICHY Patrice, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil, 2010, 97 p.
- GENSOLLEN Michel, « La création de valeur sur internet », *Réseaux*, 1999, Vol 17, n°97, pp. 15-77.
- JENKINS Henry, *La culture de la convergence : Des médias au transmédia*, Paris, Armand Colin, 2013, 336 p.
- KARPIK Lucien, *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard, 2007, 384 p.
- LE GUERN Philippe, « Réseaux et la culture. Des médias traditionnels à la numérimorphose des goûts et des usages », *Réseaux* 2014/2, n° 184-185, pp. 211-246.
- LEVERATTO Jean Marc et LEONTSINI Mary, *Internet et la sociabilité littéraire*, Paris, Bibliothèque Publique d'Information, 2008, 245 p.
- MORELLI Pierre, PIGNARD-CHEYNEL Nathalie et BALTAZARD Didier, *Publics et TIC. Confrontations conceptuelles et recherches empiriques*, Questions de communication, série actes 31, Presses universitaires de Nancy - Editions Universitaires de Lorraine, 2015, 366 p.
- OLDENBURG Ray, *The Great Good Place : Cafés, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts and How They Get You Through the Day*, New York, Paragon House, 1989, 338 p.
- PASQUIER Dominique, BAUDOIN Valérie et LEGON Tomas, « Moi je lui donne 5/5 », *Paradoxe de la critique amateur en ligne*, Paris, Presses de l'école de Mines, 2014, 158 p.
- PASTINELLI Madeleine, *Des souris, des hommes et des femmes au village global. Parole, pratiques identitaires et lien social dans un espace de bavardage électronique*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2007, 336 p.