

Panorama européen de l'utilisation du numérique pour la sensibilisation à l'opéra, à la musique et à la danse

Rédigé à l'occasion des Rencontres Européennes Culture et Education et de la Journée Culture Num à Aix-en-Provence le 9 juillet 2015

Auteur : Camille PERNELET, RESEO

Introduction :

« Les conditions d'accès à l'art et à la culture ont profondément 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 : en moins de dix ans, les appareils fixes dédiés à une fonction précise (écouter des disques, regarder des programmes de télévision, lire des informations, communiquer avec un tiers...) ont été largement supplantés ou complétés par des appareils, le plus souvent nomades, offrant une large palette de fonctionnalités au croisement de la culture, de l'entertainment et de la communication interpersonnelle »¹, tel est le diagnostic dressé par Olivier Donnat dans son étude des pratiques culturelles des français en 2008. À une époque où 70% des européens ont une connexion internet², il est effectivement important de s'interroger sur l'impact du numérique sur nos pratiques culturelles et les relations entre les institutions culturelles et leur public. Une étude britannique datant de novembre 2010³ montre que plus de la moitié (53%) de la population active sur internet l'utilise en lien avec des pratiques artistiques et culturelles que ce soit pour se renseigner sur un événement, un artiste ou une institution (33%), pour acheter un billet (20%), ou pour visionner des vidéos de promotion de spectacles ou d'expositions (16%), regarder ou écouter une œuvre artistique complète (8%), ou encore même pour créer quelque chose d'artistique sur internet (6%). Cette étude identifie cinq catégories d'interaction avec des contenus culturels et artistiques dans des environnements numériques : l'accessibilité, c'est-à-dire se renseigner sur les événements, les opportunités ; l'apprentissage, soit l'acquisition de nouvelles connaissances et compétences sur internet ; l'expérience, la recherche d'un contact direct avec l'art sur internet ; le partage, l'utilisation des outils numérique pour renseigner ses opinions, goûts et expériences ; et la création, soit l'utilisation des nouvelles technologies et d'internet pour créer du contenu artistique.⁴ Parallèlement, Olivier Donnat, explique que contrairement à la télévision, pour laquelle une

¹ DONNAT, Olivier, « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : Eléments de synthèse 1997-2008 », Culture Etudes, Editions La Découverte/Ministère de la Culture et de la Communication, Octobre 2009

² Rapport, « Digital, Social and Mobile in 2015 : We are Social's compendium of global digital statistics, We Are Social, Janvier 2015. http://fr.slideshare.net/wearesocialsg/digital-social-mobile-in-2015?next_slideshow=1

³ Rapport « Digital Audiences : Engagement with arts and culture online », Préparé par MTM London pour Arts Council England, Novembre 2010. http://www.artscouncil.org.uk/publication_archive/digital-audiences-engagement-arts-and-culture-online/

⁴ Ibid.

forte durée d'écoute est en général associée à une faible participation à la vie culturelle, l'internet « *concerne principalement les catégories de population les plus investies dans le domaine culturel : ainsi, la probabilité d'avoir été au cours des douze derniers mois dans une salle de cinéma, un théâtre ou un musée ou d'avoir lu un nombre important de livres croît-elle régulièrement avec la fréquence des connexions.* »⁵ Pour ces générations actives sur internet et consommatrices de biens artistiques et culturels, les écrans sont alors devenus un support privilégié de leurs pratiques artistiques et culturelles. Il est donc normal de se demander comment cette suprématie des écrans influence la relation entre arts, artistes, institutions et publics.

Cette question apparaît d'autant plus cruciale dans le cas du spectacle vivant, art à multiples facettes basé sur le lien créé entre un artiste et un public lors d'un spectacle. Comment cet art, défini par la coprésence entre un artiste et un public, peut-il s'adapter à cette consommation culturelle qui passe principalement par le support d'un écran ? Comment peut-il encore toucher des spectateurs dont l'attention est rivée au quotidien sur des écrans lorsque la première règle à l'entrée d'une salle de spectacle reste l'extinction de ces écrans ? Ce sont les défis que les artistes, les institutions culturelles et surtout leurs services éducatifs et de développement des publics ont aujourd'hui à relever. Leurs missions de faire découvrir le spectacle vivant au plus grand nombre, tout en stimulant la création et protégeant son patrimoine artistique et ses traditions, se voient bouleversées par la prédominance du numérique et des nouvelles technologies dans notre quotidien.

En effet, il est impossible de nier l'omniprésence du numérique au sein même des institutions culturelles : il influence les méthodes de communication en interne ou avec le public, s'immisce dans les créations en tant qu'accessoire, thème, mais aussi en tant qu'outil artistique, utilisé pour le son, la lumière, les décors et parfois même les personnages (hologrammes). Plus qu'un outil, un médium pouvant être façonné selon les besoins des artistes et professionnels, il façonne lui-même nos pratiques, nos habitudes, nos comportements. Les outils numériques ont ouvert des possibilités de communication et de participation uniques, le web est un lieu d'échange où des communautés se créent autour de centres d'intérêts, loin des contraintes géographiques, générationnelles et même parfois

⁵ *op. cit.*, DONNAT, Olivier, Octobre 2009.

culturelles. Les informations et contenus artistiques sont accessibles - partout, à tout moment, même en mobilité - et peuvent être partagés, réutilisés, modifiés. Les institutions culturelles et les artistes n'ont plus la main sur le discours artistique ; sur internet chacun peut commenter, critiquer, documenter ses expériences et ses goûts. Le cadre didactique dans lequel l'institution culturelle est le narrateur et le public écoute, apprend, n'a plus de sens à l'heure des plateformes sociales comme Facebook, Twitter, ou YouTube où tout le monde partage et participe à la création de contenus.⁶ Ce phénomène s'est banalisé. Aujourd'hui, 46% de la population européenne possède un compte actif sur les réseaux sociaux et ce taux progresse très vite : + 6% entre février 2014 et janvier 2015.⁷ De plus, 34% des européens utilisent aujourd'hui ces réseaux sociaux et internet en mobilité sur leurs téléphones portables⁸, ils peuvent donc à tout moment préparer leurs visites, commenter leurs expériences, communiquer, illustrer et renseigner leurs opinions. La généralisation de cette habitude de création, de réappropriation des contenus culturels et artistiques, autrefois réservée aux passionnés de l'informatique, a conduit à un changement des comportements face à l'apprentissage qui se veut maintenant autonome, actif et participatif. Les institutions culturelles et leurs services éducatifs doivent s'accoutumer à cette nouvelle interaction avec le public dans la sphère virtuelle et adapter leur communication et leurs activités de médiation aux nouvelles pratiques d'apprentissage.

Les missions et activités des services de médiation et de développement des publics doivent évoluer pour répondre aux attentes du public et s'accorder avec leurs pratiques. Ils doivent travailler de plus en plus en lien avec les départements de communication et de marketing pour contrôler non seulement la manière de communiquer de l'institution mais aussi les contenus. Ces contenus, afin d'attirer un public jeune, dynamique et connecté, doivent respecter les codes de communication sur internet et les réseaux sociaux en termes d'interactivité, de potentialité de partage, de réutilisation, de participation du public. Leur mission est maintenant de créer des contenus de qualité qui puissent intéresser et s'adresser à un groupe de personnes le plus large possible ayant très certainement des

⁶ RIGHOLT, Niels, « Ad hoc question : Promoting access to culture via digital means », European Expert Network on Culture (EENC), Mars 2015.

⁷ *op. cit.*, Rapport We are Social, « Digital, Social and Mobile in 2015 », Janvier 2015.

⁸ *Ibid.*

intérêts, des goûts et des expériences divers.⁹ En effet, certaines études estimant que seulement 15% de la population européenne entre 25 et 54 ans n'ont jamais utilisé internet en 2015¹⁰, il est crucial pour les institutions de tirer profit des opportunités de diffusion et d'accessibilité offertes par internet et les nouvelles technologies.

Cependant, cela reste difficile à mettre en place dans un contexte économique compliqué où les financements accordés aux institutions culturelles se réduisent alors que ces technologies et nouvelles pratiques ne cessent d'évoluer. Les besoins financiers et humains pour mettre en œuvre de nouvelles méthodes de médiation exploitant les outils numériques sont souvent un obstacle pour des services surchargés qui ont déjà des missions importantes et des budgets restreints. Ces nouveaux outils nécessitent des connaissances techniques et une formation des professionnels que les institutions rechignent parfois à prendre en charge. Ainsi, les professionnels, contraints de s'adapter et de proposer des contenus et activités numériques sont souvent tentés de réutiliser les contenus et méthodes traditionnelles de médiation les transposant dans un mode de diffusion numérique : le contenu reste le même, seul le médium change. Néanmoins, ces méthodes paraissent inefficaces devant la profondeur de l'évolution des pratiques de consommation de biens culturels et artistiques engendrée par le numérique et les nouvelles technologies. Il nous a donc paru important de creuser cette question, d'engendrer une discussion et d'essayer de dresser un panorama européen des initiatives numériques dans le spectacle vivant.

Notre enquête :

RESEO, en tant que réseau européen pour la sensibilisation et l'éducation à l'opéra, à la musique et à la danse, réunissant des représentants de services de médiation et de développement des publics dans plus de 90 institutions et compagnies dans 25 pays d'Europe et d'ailleurs, est l'acteur idéal pour mener un tel état des lieux. Nous nous sommes alors interrogés sur la manière dont les professionnels d'éducation et de sensibilisation à l'opéra, à la musique et à la danse répondent à ces changements de pratiques dans la

⁹ *op. cit.*, RIGHOLT, Niels, Mars 2015.

¹⁰ Support de discussion : « Audience Development via digital means : brainstorming session », dans le cadre du projet *The Voice of Culture : Structured Dialogue between the European Commission and the cultural sector*, Juin 2015, Amsterdam.

société européenne. Quelles sont les innovations mises en place par les institutions pour attirer de nouveaux publics, renouveler leur lien avec leur public ou améliorer la qualité et l'attractivité des activités proposées ? Conscients que nos membres sont principalement des institutions lyriques, nous ne prétendons pas à pouvoir représenter dans ce panorama la diversité des pratiques dans le spectacle vivant, mais nous essayerons au moins d'apporter des éléments de réponse à ces questions qui pourront être utilisés pour engendrer une réflexion approfondie pour d'autres formes d'art.

Ainsi, un questionnaire a été envoyé fin mai 2015 à tous les membres de RESEO comprenant deux parties. Une première documentant la stratégie de communication numérique spécifique aux activités d'éducation et de sensibilisation. Cette stratégie peut être incluse ou non dans la stratégie de communication globale de l'institution. En un deuxième temps, les institutions devaient renseigner les différents projets de médiation utilisant activement le numérique et les nouvelles technologies. Ils étaient encouragés à en décrire plusieurs. Dans ce questionnaire, « le numérique et les nouvelles technologies » étaient entendus au sens large comme suit : *« Les termes « pratiques numériques », « nouveaux médias » et « technologies digitales » recouvrent les variétés de nouvelles pratiques apparues dans notre quotidien personnel et professionnel avec le développement d'internet et des outils numériques, cela peut comprendre entre autres les réseaux sociaux, les nouvelles technologies, les sites internet, les applications, la numérisation de documents et de ressources, etc. »*¹¹ Le but du questionnaire était de recenser tous les projets et les pratiques innovantes liés aux nouvelles technologies qui peuvent servir d'exemple à l'échelle européenne et décrire le dynamisme du milieu de la sensibilisation à l'opéra, à la musique et à la danse. Ainsi, les membres étaient invités à ne pas se limiter aux usages quotidiens des nouveaux médias, mais plutôt à valoriser les initiatives audacieuses au sein de leur organisation, qu'elles soient positives ou non, abouties ou en cours de développement.

Nous avons reçu 21 réponses : 19 questionnaires remplis, un entretien téléphonique, et une réponse plus générale sous forme d'email. Ces réponses proviennent de 9 pays européens : Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, France, Italie, Portugal, Royaume-Uni, Suède.

¹¹ Voir questionnaire en annexe.

Les contributions des membres ont été analysées à la lumière d'études et de rapports européens et nationaux sur l'impact du numérique sur les pratiques culturelles, l'éducation, l'interaction avec l'art, le développement des publics, ou les comportements des jeunes générations, etc. Cet état des lieux des initiatives menées par nos membres nous a permis de dégager quatre observations sur l'impact du numérique et des nouvelles technologies sur le travail des services de médiation et de développement des publics. D'abord nous avons constaté l'importance prise par les réseaux sociaux dans la stratégie de communication des institutions et l'impact de cette généralisation sur la forme et le fond des contenus diffusés. La deuxième observation est celle de l'évolution des ressources pédagogiques avant-spectacle mises à la disposition des enseignants et des familles pour qu'ils puissent se préparer à assister à une représentation. Nous avons remarqué que le numérique rend possible un affranchissement géographique, temporel et matériel de l'œuvre, déplaçant ainsi l'expérience de spectacle vivant hors du lieu de la représentation. Enfin, il nous est apparu que le numérique a mis l'accent sur la participation active du public qui est maintenant activement impliqué que ce soit aux différents stades d'une production, à la vie de l'institution ou à la création musicale. Chacune de ces observations sera analysée et exemplifiée dans cette étude.

Observation 1 : Influence des réseaux sociaux dans l'interaction avec le public

Toutes les institutions ayant répondu à ce questionnaire utilisent activement les réseaux sociaux et leurs sites internet pour communiquer sur leurs spectacles, leurs activités, leurs artistes, et leur lieu. Ils sont donc tous présents dans la sphère virtuelle. Tous les services d'éducation et de sensibilisation du public possèdent au moins une page dédiée à leurs activités sur le site internet de leur institution. Ces sites internet datent généralement du début des années 2000. On observe cependant une tendance à la rénovation des sites internet depuis 2011-2012. Beaucoup de ces institutions ont un site de « nouvelle génération » vieux de moins de 5 ans ou sont en cours de rénovation de leur site internet. Parfois les services éducatifs ont un site internet dédié à leurs activités et partenariats, séparé du site général, qui leur permet d'effectuer une communication ciblée

directement sur un type de public. C'est par exemple le cas du Teatro Sociale di Como, AsLiCo (Italie) qui a créé un site séparé pour son département d'éducation¹² qui renvoie lui-même à des sites consacrés à chacun des programmes éducatifs spécifique à une tranche d'âge. Ainsi les enseignants, les familles et les enfants eux-mêmes peuvent naviguer sur un environnement numérique adapté à leur âge, et ont accès directement à des contenus correspondant aux activités et productions élaborés spécifiquement pour eux. Certains membres ont même choisi de créer ponctuellement un site internet dédié entièrement à un projet, créant ainsi un espace virtuel entièrement réservé à une activité.

Parallèlement à ces sites internet, toutes les institutions ont un compte officiel actif sur Facebook. Cela paraît en effet indispensable quand on sait que Facebook compte en janvier 2015 1,366 milliards d'adhérents dans le monde¹³ et que 63% des européens connectés à internet utilisent Facebook.¹⁴ Beaucoup de ces adhérents se connectent quotidiennement pour se tenir au courant des dernières nouvelles et partager des contenus. D'ailleurs, Facebook agit comme une sorte de centre des réseaux sociaux intégrant une fonction de relai de ce qui est publié sur d'autres réseaux comme YouTube, Instagram, ou des blogs, généralisant toutes les interactions virtuelles avec le public. La création de ces pages Facebook semble s'être effectuée en deux vagues, une vers 2009 et une vers 2011. Certaines institutions ayant déjà une page Facebook depuis 2009 ou avant, ont parfois créé avec la seconde vague une page dédiée à leurs activités pédagogiques.¹⁵ Cette page spécifique leur permet de créer un lien privilégié avec les publics touchés par les actions d'éducation. Les informations autour des activités sont regroupées dans ce lieu et ne sont pas noyées dans le flot des informations diffusées sur la page Facebook générale. Le nombre de publications y est nécessairement plus restreint que sur la page générale qui relaie également les publications de la page éducation. D'ailleurs, ce nombre de publications, d'interactions avec le public, varie beaucoup d'une structure à l'autre : cela peut aller de 1 ou 2 « posts » par mois ou par semaine à plusieurs par jour. Cependant, on observe un point

¹² Opera Education, Teatro Sociale di Como – AsLiCo : <http://operaeducation.org/en/opera-education/the-project/>

¹³ *op. cit.*, Rapport We Are Social, « Digital, Social and Mobile in 2015 », Janvier 2015

¹⁴ Internet World Stats cité par JOHNSON, L., ADAMS BECKER, S., ESTRADA, V., FREEMAN, A., KAMPYLIS, P., VUORIKARI, R., AND PUNIE, Y., *Horizon Report Europe: 2014 Schools Edition*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, & Austin, Texas: The New Media Consortium, 2014

¹⁵ 5 répondants sur 21 ont une page Facebook dédiée à leurs activités de médiation.

commun à la gestion des pages Facebook comparée à celle des autres réseaux sociaux : le nombre de publications est généralement stable, constant, il ne dépend pas de l'activité ou des projets de l'institution. Le but est réellement de créer du lien, d'établir une récurrence, une relation privilégiée avec le public. Ce public et le nombre d'abonnés à une page varie lui aussi beaucoup d'une institution à l'autre. Il semble que ce nombre soit lié à la fois au prestige de l'institution au niveau national et international, et à l'activité et à l'ancienneté de cette page. Ainsi, on observe que Casa da Música au Portugal a plus d'abonnés Facebook (344 000) que le Festival de Glyndebourne au Royaume-Uni (12 000).¹⁶ Cela pourrait s'expliquer par l'ancienneté de la page de Casa da Música (2008) et par la fréquence des publications (7 à 10 par semaine contre une moyenne de 2 par mois pour Glyndebourne).

Dans tous les cas, les réseaux sociaux sont devenus des plateformes indispensables sur lesquelles les institutions diffusent leurs informations et gardent un lien avec leur public. En effet, l'étude britannique préparée par MTM London pour Arts Council England en novembre 2010 explique que les réseaux sociaux, et en particulier Facebook, sont devenus des outils majeurs pour découvrir et partager des informations sur les arts et la culture, devancés uniquement par les moteurs de recherche comme Google. Plus de la moitié de la population britannique connectée utilise les réseaux sociaux au moins une fois par mois et un quart d'entre eux affirme partager des contenus artistiques et culturels au moins une fois par semaine. 15% des utilisateurs réguliers de réseaux sociaux commentent toutes les semaines des événements culturels ou artistiques pendant leur visite ou leur spectacle.¹⁷ Les institutions culturelles ont donc tout intérêt à être présentes sur les réseaux sociaux pour garder le contrôle sur les informations partagées et réutilisées par les publics sur leurs productions et activités. De plus, elles peuvent ainsi asseoir leur légitimité dans la sphère virtuelle, fournissant des contenus de qualité pour contrebalancer le flot d'informations disponibles sur internet. En effet, l'internet et les réseaux sociaux résultent en une multiplication des sources et des informations, rendant souvent difficile l'identification de sources fiables. Les utilisateurs d'internet et consommateurs réguliers de biens culturels recherchent activement une hiérarchie et une légitimation des contenus que seule une institution culturelle renommée et reconnue peut assurer. Ainsi, le public est libéré de la

¹⁶ Chiffres relevés le 1 juillet 2015.

¹⁷ *op. cit.*, « Digital Audiences », Novembre 2010. (Traduction personnelle)

tâche titanesque de déterminer la qualité, l'authenticité, des contenus artistiques accessibles sur le web.¹⁸

Les acteurs d'internet cherchent eux-aussi à s'imposer comme source fiable de contenus culturels. C'est le cas notamment de Google avec son projet Google Cultural Institute (GCI) qui vise à utiliser les technologies pour rendre accessible l'art du monde entier à tous, partout.¹⁹ Si les partenaires principaux du GCI sont des musées et des institutions patrimoniales, les lieux de spectacle vivant commencent doucement à y faire leur apparition. L'Opéra national de Paris (France), depuis mars 2014, est le premier opéra à faire son entrée dans le GCI. En plus d'une frise chronologique retraçant l'histoire de la danse classique et du ballet de l'opéra, on peut visiter en ligne les toits, les coulisses, les ateliers de costumes de l'Opéra Garnier et d'autres parties généralement fermées au public.²⁰ La Monnaie De Munt (Belgique) rejoindra le GCI en octobre 2015 pour proposer à son public et à celui du GCI des visites virtuelles via la technologie Google Street View, mais aussi des expositions virtuelles et des Apps élaborées en partenariat avec Google. Ces collaborations permettent de cumuler la visibilité et la légitimité artistique et culturelle d'une institution renommée avec la visibilité et la légitimité technique et d'innovation de l'un des plus grands acteurs d'internet.

Cependant, en dehors de partenariats avec les géants d'internet, les contenus artistiques et culturels doivent respecter les codes du web 3.0 pour être remarqués. En effet, la généralisation des réseaux sociaux a créé de nouvelles manières de communiquer et d'interagir qui ne concernent pas seulement les individus entre eux, mais également les institutions et leurs publics.

Les réseaux sociaux comme Twitter ont consacré le règne de l'immédiateté, les informations doivent être inédites, le public doit avoir l'impression d'être au courant de tout, tout de suite. De plus, avec la banalisation des Smartphones et l'augmentation des

¹⁸ Rapport de recherche qualitatif : « Consuming digital arts : understanding of and engagement with arts in the digital arena amongst the general public », préparé par Synovate pour Arts Council England, Avril 2009.

www.artscouncil.org.uk/media/uploads/Consuming-digital-arts.doc

¹⁹ « Technologies that make the world's culture accessible to anyone, anywhere » slogan du GCI :

<https://www.google.com/culturalinstitute/about/>

²⁰ Opéra national de Paris sur le Google Cultural Institute :

<https://www.google.com/culturalinstitute/collection/opéra-national-de-paris?hl=fr>

connexions en mobilité, cette immédiateté peut être accessible partout, tout le temps. Aujourd'hui 34% des européens accèdent aux réseaux sociaux et à internet via leur téléphone mobile,²¹ restant connectés même pendant leur visite : toutes les informations doivent circuler en temps réel. Cela rend cette interaction entre public et institution dans la sphère virtuelle très concrète, car elle peut entrer en conflit avec l'interaction in situ, en face à face. Une majorité des institutions utilisent Twitter aujourd'hui, à la fois pour amplifier les informations partagées sur Facebook, pour communiquer sur les actualités de l'institution immédiatement ou par exemple pour suivre en détails le déroulement d'une activité, donnant l'impression au public qu'il peut prendre part à cette activité à distance. Ces pratiques sont maintenant très répandues – 75% des répondants utilisent Twitter – et elles sont en place depuis plusieurs années, la plupart des institutions ayant créé leur compte Twitter en même temps que leur compte Facebook entre 2009 et 2011.

Par ailleurs, les réseaux sociaux basés sur la photographie amateur comme Instagram et Pinterest contribuent à ces sentiments d'immédiateté et de description des expériences : chacun peut prendre en photo avec son Smartphone ce qu'il est en train de faire et le partager avec ses amis. Pour les institutions c'est l'occasion de dévoiler les coulisses de l'opéra, de faire découvrir les détails d'une répétition, de créer un sentiment d'intimité, d'appartenance à l'institution. Ces réseaux sociaux sont plus récents et se développent avec l'essor des Smartphones. La plupart des institutions ne les utilisent pas depuis longtemps et peu souvent. Cette tendance de faire pénétrer le public dans l'intimité de l'institution est poussée plus loin par certaines structures qui développent des blogs pour donner à leur public un accès privilégié aux coulisses, ou à des anecdotes de la vie du spectacle, de l'institution, créant un sentiment de proximité avec l'institution. Cette manière de communiquer via une image non officielle, amateur, est encore peu répandue dans les institutions culturelles qui doivent trouver le bon ton, l'équilibre entre la curiosité de son public, la vie privée de ses artistes et le prestige de son image.

Par contraste, le format vidéo s'est imposé comme le contenu privilégié sur les réseaux sociaux et internet. Toutes les institutions ayant répondu au questionnaire ont au moins un compte sur un site d'hébergement de vidéos que ce soit YouTube, Dailymotion, ou Vimeo. Ces comptes ont généralement été créés en même temps que la page Facebook et la

²¹ *op. cit.*, Rapport We Are Social, « Digital, Social and Mobile in 2015 », Janvier 2015

stratégie de communication sur les réseaux sociaux. Des études montrent que d'ici à 2017 les vidéos constitueront près de 70% du trafic internet.²² Les institutions ont déjà reconnu la suprématie de la vidéo pour communiquer sur internet : presque toutes les productions sont accompagnées de vidéo promotionnelles en amont ou d'extraits pendant la période de représentations. La vidéo a révolutionné la promotion de la danse notamment,²³ grâce aux sites comme YouTube qui ont permis de donner plus de visibilité à des types de danses peu connus, ou comme Numéridanse TV²⁴ qui constitue une base de données d'archives, de captation vidéos, de travaux de chorégraphes et participe à enrichir le patrimoine de la danse et la création. En dehors de ces films de spectacle, les services éducatifs commencent même à utiliser la vidéo comme support ludique pour la diffusion de contenus pédagogiques afin de remplacer notamment le dossier pédagogique auprès des scolaires ou l'article présentant une production. C'est par exemple le choix effectué par l'Orchestre national d'Ile-de-France (ONDIF) (France) avec sa série de vidéos « Allez... raconte Camille ! »²⁵ qui présente les concerts et la nouvelle saison en 2-3 minutes. Ces vidéos s'adressent à tous les publics, quel que soit leur niveau de connaissances musicales et d'engagement avec l'orchestre ; elles permettent de dédramatiser l'approche d'un concert symphonique en le simplifiant et en présentant ses caractéristiques principales. Ces vidéos sont diffusées sur Dailymotion, sur YouTube, sur le site internet de l'ONDIF et sur Facebook. Ainsi, elles doivent toucher un public très large et de milieux très différents, pour réussir à attirer leur attention, capter leur curiosité.

Toutes ces évolutions de pratiques, de méthodes et de supports de communication s'accompagnent de la création de nouvelles missions au sein des services de médiation et de développement des publics. En plus de proposer des activités de qualité accessibles à tous, ils doivent maintenant, en partenariat avec le service de communication, travailler à l'interaction avec le public, à une immédiateté de l'information et à la création de contenus ludiques et attractifs. Cela a justifié dans certaines institutions la création de nouveaux postes pour gérer cette communication constante sur les réseaux sociaux et animer la

²² *op. cit.*, RIGHOLT, Niels, « Ad hoc question », Mars 2015

²³ Compte-rendu, « Audiovisuel et Numérique au service de la danse : transmission, enseignement, développement des publics », Maison de la Danse de Lyon, Lundi 2 Juin 2014.

²⁴ Première vidéothèque internationale de la danse en ligne et gratuite : <http://www.numeridanse.tv/fr/>

²⁵ « Allez... raconte Camille ! », Orchestre national d'Ile-de-France : http://www.dailymotion.com/playlist/x3gch2_ONdIF_allez-raconte-camille/1#video=x2ev7ta

relation avec les publics dans la sphère digitale : le médiateur virtuel est né. Il répond aux contributions du public sur les réseaux sociaux. Il se doit de développer une présence active, permanente, personnalisée, pour créer un sentiment de proximité avec l'institution, les artistes, l'art, un sentiment d'appartenance à une communauté de spectateurs privilégiés.

Observation 2 : Evolution des ressources pédagogiques pour les scolaires et les familles:

L'évolution des codes de communication et de présentation des contenus engendrés par la généralisation des réseaux sociaux et l'interactivité du web 3.0 ne touche pas seulement les missions de communication des services pédagogiques. L'activité centrale des services d'éducation et de sensibilisation des publics, l'accompagnement et la préparation des enseignants, familles et nouveaux publics avant une représentation, a également été atteinte par le numérique et les nouvelles technologies. En effet, lorsqu'on observe les ressources pédagogiques mises à disposition du public pour préparer les représentations scolaires de spectacles pour enfants, on remarque une forte évolution du type de contenus proposés depuis l'entrée dans la sphère virtuelle.

Cette évolution est la plus visible quand on se penche sur les ressources fournies par le Teatro Sociale di Como et AsLiCo (Italie) aux enseignants et aux familles. Leurs programmes éducatifs sont centrés sur la production d'un spectacle jeune public par an pour chaque tranche d'âge. Chaque programme correspondant à une tranche d'âge a un site internet dédié pour communiquer sur les activités et informations relatives à leur production : Opera Domani²⁶ pour les 6-14 ans, Opera Kids²⁷ pour les 3-6 ans, Opera It²⁸ pour les 14-18 ans et le tout nouveau Opera Baby²⁹ pour les 0 à 36 mois. Sur chacun de ces sites, des ressources pédagogiques adaptées à l'âge des enfants sont disponibles pour chaque production. En place depuis 1997, Opera Domani est le plus ancien de ces programmes. Sur le site internet, créé en 2007, il est possible d'accéder aux ressources distribuées depuis le début du projet. Ainsi, on peut suivre l'évolution de ces ressources. On

²⁶ Opera Domani, Teatro Sociale di Como – AsLiCo : <http://www.operadomani.org/default.htm#>

²⁷ Opera Kids, Teatro Sociale di Como – AsLiCo : <http://operakids.org/en/the-project/>

²⁸ Opera It, Teatro Sociale di Como – AsLiCo : <http://www.operait.org>

²⁹ Opera Baby, Teatro Sociale di Como – AsLiCo : <http://operababy.org>

observe en 1997 que les enseignants avaient reçu un ensemble de ressources contenant le livret, la partition et des extraits audio en version orchestrale et en version chantée pour travailler la musique avec les enfants. En 2007, année de création du site, on remarque qu'à ces ressources se sont ajoutés des supports audio pour permettre aux enseignants de travailler avec les élèves la prononciation en anglais des paroles de *The Fairy Queen* mis en scène cette année là. Depuis 2007, les ressources ont évolué : le livret est passé à une lecture audio, et les supports pédagogiques pour faciliter le travail des enseignants se sont diversifiés. En 2015, ces ressources ont presque doublées avec, entre autres, des conférences sur les thèmes de la production, une intervention du chef d'orchestre sur la direction orchestrale et la « boussole musicale », un article d'une soprano sur la diversité musicale dans le monde et en particulier en Chine, en Inde et au Maroc, et des supports très divers pour accompagner les activités en classe sur les thèmes de la production comme la chaîne alimentaire, le recyclage et la protection de l'environnement, ou encore sur les différentes cultures et langues, les spécialités culinaires, et les instruments utilisés dans différents pays. Cette diversité de ressources permet aux enseignants de mettre en place des activités autour de la production en fonction des intérêts des élèves et du programme scolaire afin d'inclure véritablement cette sortie à l'opéra dans la vie de la classe. Par ailleurs, ces ressources sont accessibles par tous, donc les parents peuvent également les utiliser pour préparer le spectacle avec leurs enfants. Pour Opera It, la mise en page du site internet est simple et très intuitive, permettant aux jeunes d'accéder à ces contenus en toute autonomie. Pour Opera Domani, les enfants ont accès à un espace qui leur est dédié « area ragazzi » dans lequel ils peuvent entrer grâce à un nom d'utilisateur et un mot de passe. Ils peuvent donc explorer seuls, en toute sécurité, le monde de l'opéra, dans un contexte approuvé par les parents et enseignants.

Cette évolution des contenus pédagogiques mis à disposition des enseignants et la création d'espaces dédiés à l'apprentissage autonome sur internet pour les jeunes répondent à une modification des pratiques d'enseignement et d'apprentissage initiée par internet et les nouvelles technologies. En effet, les nouvelles générations nées avec le numérique ont intégré les codes de l'internet et ses comportements concernant l'apprentissage. Sur internet, toute l'information est accessible, il suffit de savoir où la chercher, mais il n'y a pas de hiérarchie, d'autorité qui impose un savoir sur les autres.

L'apprentissage est beaucoup plus libre et autonome que dans une salle de classe, les jeunes respectent celui qui détient une information, une expertise sur un sujet quel que soit son âge et son statut dans la société ; ils sont souvent plus motivés à l'idée d'apprendre quelque chose via d'autres jeunes plutôt que via un adulte. Sur internet, la démarche est autonome et volontaire : ils font des efforts pour rechercher l'information et apprennent par l'exploration alors que dans une salle de classe, le savoir leur est donné directement, ils doivent l'ingurgiter et le restituer pour remplir des objectifs précis.³⁰ La nature de l'apprentissage est en train de changer, se déroulant de plus en plus en dehors de la salle de classe. En effet, l'apprentissage sur internet prend de l'importance car il s'apparente plus à un jeu, il est plus fondé sur le visuel et les images.³¹

Les enseignants doivent également faire face à ces changements et adapter leur enseignement. Le rapport conjoint de la Commission européenne et du New Media Consortium sur l'évolution de l'enseignement à l'école en Europe face au numérique, *Horizon Report Europe : 2014 Schools Edition*,³² identifie deux évolutions majeures à court terme : l'évolution du rôle du professeur et l'impact des réseaux sociaux sur les méthodes d'enseignement. A moyen terme, les enseignants en viendront à combiner des méthodes traditionnelles avec des méthodes numériques d'apprentissage comme l'utilisation des « Open Education Resources ». Les défis à relever seront alors d'égaliser les compétences des enfants en informatique et de stimuler la participation active des élèves à l'élaboration d'activités d'apprentissage. Afin de répondre à ces attentes, les écoles s'équipent de plus en plus d'outils numériques (ordinateurs, tablettes...) pour utiliser des applications éducatives ou des fonctions facilitant les travaux de groupes comme Skype et Dropbox. A long terme, ce rapport estime que les écoles européennes en arriveront à utiliser le numérique pour proposer un enseignement plus individualisé, personnalisé, avec des laboratoires virtuels. Ainsi, si les enseignants s'appuient sur des ressources numériques dans leur salle de classe, il est indispensable que les institutions culturelles se placent en force de proposition pour continuer à mieux accompagner les élèves dans leur découverte de l'opéra, de la musique ou de la danse et éveiller leur curiosité.

³⁰ The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning, « Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project », Novembre 2008.

http://www.macfound.org/media/article_pdfs/DML_ETHNOG_WHITEPAPER.PDF

³¹ Policy Recommendations, « Europeana for Education and Learning », Europeana Foundation, Mai 2015

³² *op. cit.*, *Horizon Report Europe: 2014 Schools Edition*, 2014

Cette importance de l'accompagnement, Casa da Música (Portugal) l'a bien compris. Dans le cadre de leur projet « Orelhudo ! »³³, en place depuis février 2013, ils fournissent aux écoles primaires portugaises un programme quotidien d'écoute de la musique. Chaque jour, les enseignants et les élèves découvrent un extrait de musique de 90 secondes, couvrant tous les genres musicaux et les époques. Cet extrait audio s'accompagne d'un petit texte explicatif et de quelques suggestions pour engager une réflexion avec les élèves. Ce programme est librement accessible sur internet et est offert à toutes les écoles primaires. Souvent, les enseignants l'utilisent en début de classe, le matin, pour commencer la journée et éveiller la curiosité des enfants. Grâce à son accessibilité, les parents peuvent également l'utiliser pour instaurer un rituel de découverte musicale avec leur enfant et partager cette activité. De plus, les jeunes étant souvent plus à l'aise sur ces outils numériques que leurs parents et enseignants, la création d'une plateforme dédiée à leur usage quotidien et facilement accessible permet de mettre en confiance les parents et enseignants par rapport à l'exploration sur internet. Ainsi, il est crucial pour toutes les structures d'éducation d'être présentes et d'adapter leurs contenus aux usages d'internet pour accompagner au mieux les enseignants et les parents et continuer à capter l'attention des nouvelles générations.

Cependant, le numérique pose également le problème de la formation des professionnels de l'éducation et de la médiation qui ne sont souvent pas au fait des dernières évolutions techniques et qui ne maîtrisent pas parfaitement ces outils. Ainsi, on observe que de nombreuses institutions confrontées à la nécessité d'être présentes dans la sphère virtuelle ont d'abord simplement utilisé internet pour diffuser leurs anciens contenus sans adapter leur présentation. Malgré cela, le Royal Danish Opera (Danemark) observe que par rapport à ceux envoyés par courrier aux enseignants, les dossiers pédagogiques mis en ligne en version PDF,³⁴ légèrement épurés et retravaillés, sont souvent plus attractifs et plus consultés par les élèves qui préfèrent les parcourir en version numérique qu'en version papier.

Par ailleurs, on observe que les institutions adaptent progressivement leur présentation de ces contenus aux fonctionnalités d'internet et aux codes de communication

³³ Orelhudo !, Casa da Música : <http://orelhudo.casadamusica.com>

³⁴ Inspiration material, Royal Danish Opera : <http://kgltheater.dk/inspirationsmateriale/svanesoen>

instaurés par les réseaux sociaux. Par exemple, l'Opéra national du Rhin (France) met à disposition des enseignants, des élèves et du grand public différentes sortes de documents pédagogiques téléchargeables.³⁵ Pour chaque production ils produisent des dossiers pédagogiques très détaillés qui sont disponibles en format PDF ou en format « liseuse » (« flipping book ») pour les plus récents. Ces dossiers pédagogiques par production sont accompagnés de dossiers complets pour accompagner la visite de l'opéra et du centre chorégraphique, la découverte de la fabrication des décors, des costumes, de la conception d'un opéra. Dans la rubrique ressources pédagogiques, le public explore les métiers de l'opéra grâce à des fiches métiers synthétiques.³⁶ En plus d'une mise en ligne de supports qui pourraient être distribués en version papier, l'opéra innove avec des clips métiers diffusés sur le site dans la rubrique multimédia et sur YouTube.³⁷ Ces clips ressemblent à des vidéos promotionnelles pour les différents métiers spécifiques au monde de l'opéra et reprennent les codes de communication sur les réseaux sociaux : les vidéos sont courtes (moins d'une 1min30), très esthétiques, la musique est dynamique et joyeuse, elles donnent à voir l'intimité de l'opéra et les anecdotes de la production d'une œuvre.

L'équipe pédagogique d'Opera North (Royaume-Uni) a, quant-à-elle, réussi à adapter le dossier pédagogique aux principes de la diffusion sur internet sans pour autant se défaire de son identité traditionnelle. Pour l'opéra pour enfant *Swanhunter* en mars 2015, ils ont créé un assortiment de ressources digitales consultables en ligne pour les écoles et les familles.³⁸ Ce dossier pédagogique reste présenté sous la forme d'une brochure consultable en format « liseuse ». A première vue, le contenu de cette brochure extrêmement esthétique semble très épuré, les pages sont presque dénuées de tout texte, couvertes uniquement de belles illustrations de la production. Cependant sur la page d'accueil avant d'accéder à la brochure, un message nous souhaite la bienvenue et nous indique qu'il faut cliquer sur les objets rouges pour obtenir plus d'informations. En effet, en parcourant les pages de nombreux mots ou objets sont rouges et en cliquant dessus on peut faire apparaître des contenus audio, vidéo ou textuels qui nous renseignent sur les personnages,

³⁵ Ressources pédagogiques, Opéra national du Rhin : <http://www.operanationaldurhin.eu/dossiers-pedagogiques-15-16.html>

³⁶ Fiches métiers, Opéra national du Rhin : <http://www.operanationaldurhin.eu/fiches-metiers.html>

³⁷ Clips métiers, Opéra national du Rhin : <http://www.operanationaldurhin.eu/clips-metiers.html>

³⁸ Swanhunter Resource Pack, Opera North : <http://edition.pagesuite-professional.co.uk/launch.aspx?eid=4f3d99a7-dd44-43ce-beda-d269ce1184eb>

la musique, les instruments, l'histoire, l'opéra. On découvre alors des vidéos promotionnelles de l'opéra, à un tutoriel vidéo pour fabriquer une marionnette, à des extraits musicaux, à des biographies du compositeur et du librettiste, à des questions initiant des réflexions sur les thèmes de l'œuvre, à une compétition d'écriture de formule magique. Les enfants ont donc accès à une multitude de ressources, mais ils sont impliqués dans la recherche de ces contenus qui ne sont pas imposés directement, ils doivent les faire apparaître. Il y a une réelle interaction entre le document et le lecteur qui peut choisir ou non d'accéder à l'information. La beauté du document et la familiarité avec le format de brochure le rend très facile à parcourir même pour ceux qui n'ont pas l'habitude d'utiliser les outils numériques. Opera North nous offre donc une synthèse entre les méthodes traditionnelles et numériques de médiation.

De son côté, Glyndebourne (Royaume-Uni) prend le chemin inverse, rompt avec la tradition, et propose un dossier pédagogique sous forme de site internet. Fournissant toujours beaucoup de ressources pédagogiques en ligne autour de leurs productions, l'équipe du service éducatif a créé un site spécifique pour la préparation des représentations scolaires de *La Finta Giardiniera* en septembre 2014 (toujours en ligne aujourd'hui).³⁹ Le public est libre d'explorer tous les aspects de la production en « surfant » sur ce site internet de manière linéaire ou non. Il découvre des vidéos et des images presque par hasard en naviguant d'une section à l'autre. Les élèves peuvent l'utiliser pour faire en autonomie les travaux à la maison demandés par leur professeur en préparation de la représentation. Le but pour l'équipe pédagogique de Glyndebourne est d'utiliser les technologies numériques pour faciliter la compréhension de l'œuvre et en maximiser la portée. Elle souhaite impliquer un public divers grâce à des expériences attractives et significatives avant, pendant et après un spectacle. Pour ceci, elle s'est inspirée de son expérience passée de plateforme pédagogique en ligne « Operaland » et a imaginé ce site en réponse aux observations d'interactions qu'elle avait alors réalisées. Les enfants peuvent découvrir tous les aspects de la production en autonomie et s'approprier le contenu à leur rythme.

L'Opéra de Dijon (France) pousse ce renouvellement de la forme du dossier pédagogique encore plus loin, en proposant une immersion totale dans le monde de l'opéra. En juin 2015, l'opéra a lancé une plateforme numérique pédagogique ouverte d'abord

³⁹ Lafintaguide, Glyndebourne : <http://www.lafintaguide.com/#mainTitle>

uniquement à un public scolaire (maternelle-collège) qui sera mise à disposition du grand public dans un second temps. Cette plateforme se compose de trois volets : une rubrique métiers pour découvrir les secrets des professionnels travaillant à l'opéra, une rubrique visite virtuelle pour explorer l'opéra sans sortir de sa salle de classe ou de son fauteuil, et une rubrique immersion vidéo dans l'opéra. Cette plongée au cœur de l'opéra est rendue possible grâce à cinq caméras GoPro filmant séparément, lors d'une production ou d'un concert, le chef d'orchestre, la fosse d'orchestre, un des chanteurs, la régie en coulisse qui s'occupe de la technique, et la scène sur un plan fixe. Ainsi, toutes les productions et les concerts de l'Opéra de Dijon seront retransmis de cinq points de vue différents sur internet. En temps réel, les spectateurs internautes pourront passer d'une caméra à l'autre pour voir ce que chacun fait au même moment. Ces nouveaux spectateurs ont une liberté et une autonomie totale d'exploration de la production. Selon leurs goûts et intérêts, ils peuvent choisir de se concentrer sur l'un ou l'autre des protagonistes de la production. Ils ont le contrôle de leur expérience d'apprentissage et de découverte.

Ces notions d'interactivité, d'autonomie, d'accessibilité et de contrôle de l'expérience d'apprentissage qui transparaissent dans chacune des évolutions des ressources pédagogiques présentées ci-dessus sont symptomatiques de l'impact du numérique sur notre manière de concevoir l'apprentissage et l'accès à l'information. Les professionnels de l'éducation et de la sensibilisation à l'opéra, à la musique et à la danse doivent aujourd'hui s'adapter et répondre à ces attentes du public. Les personnes actives sur internet et consommatrices de biens culturels et artistiques ont pris l'habitude d'apprendre en autodidacte, ils souhaitent pouvoir s'éduquer selon leurs propres besoins et intérêts, à leur rythme et sans avoir à s'inquiéter d'être intimidés par ceux qu'ils perçoivent comme plus connaisseurs, plus compétents.⁴⁰ Le numérique permet cet apprentissage personnel, libéré si on le souhaite d'un contact humain et d'une expérience collective de l'art. Le savoir est maintenant accessible à tous et chacun en retire ce qu'il souhaite. Ce savoir peut être réapproprié, détaché du lieu qui l'a produit, consultable partout, à tout heure, dans le contexte voulu. L'art devient une expérience personnelle que l'on choisit de partager ou non.

⁴⁰ *op.cit.* ; « Consuming digital arts », Avril 2009.

Observation 3 : L'art s'affranchit de ses contraintes géographiques, matérielles et temporelles

Le numérique rend cette personnalisation de l'expérience, cette autonomie, cet affranchissement des contraintes géographiques et temporelles plus facile. Il engendre une capacité de dématérialisation du contenu qui devient alors accessible partout, tout le temps, même en mobilité. Ainsi, l'opéra, la musique et la danse peuvent être détachés de leur lieu de représentation et toucher un public plus vaste, plus divers. Le numérique ouvre de nouvelles possibilités en terme de développement des publics et d'accessibilité. Les personnes éloignées de la pratique artistique à cause de leur situation géographique, de leur milieu social ou économique, qui sont limités en termes de mobilité ou de budget, ont alors plus de facilité à entrer au contact de l'art. En effet, les maisons d'opéra et salles de spectacle sont souvent localisées dans des grandes villes, les places sont chères et donc pas accessibles à toutes les bourses. De plus, le nombre de places est souvent très limité et ne permet pas toujours de satisfaire la demande pour des spectacles populaires comme par exemple des opéras classiques de Verdi, Puccini ou Mozart.

Cela est vrai également pour les institutions proposant des ateliers et de la formation. Par exemple, Associazione Musicale Tito Gobbi (Italie) propose chaque année de décembre à juin des formations « Magia dell'Opera » pour initier les enseignants et leurs élèves (de 3 à 13 ans) à l'opéra.⁴¹ Ces formations utilisent des outils pédagogiques sur livre et CD mais sont surtout composées de rencontres, d'ateliers et de formations avec des professionnels. Aujourd'hui, face à la forte demande pour ce type de formations partout dans le pays, l'Associazione Musicale Tito Gobbi est en train d'engager une réflexion sur l'utilisation du numérique pour proposer ces formations en e-learning car elle n'a pas les moyens en personnel pour intervenir partout dans le pays. Cette solution permettrait de garder un contact avec des professionnels via des visio-conférences sans être pour autant limité par des contraintes géographiques et de moyens humains. De manière similaire, pour le Grand Théâtre de Provence, le numérique permet d'assurer un suivi de ses projets hors les murs, notamment pour ses ateliers vocaux intergénérationnels, pendant lesquels les maîtres de chant utilisent des tutoriels vidéo pour que les participants puissent travailler en autonomie entre les séances. Ainsi, le numérique, même s'il ne peut aucunement remplacer

⁴¹ Magia dell'Opera, Associazione Musicale Tito Gobbi : <http://www.lamagiadellopera.it>

le contact humain avec les maîtres de chant, permet aux participants de progresser plus vite et d'être accompagnés tout le long du projet, même en dehors des séances. Il y a donc un besoin d'une complémentarité entre les formes de médiations traditionnelles et les possibilités offertes par le numérique pour décupler ces pratiques plus anciennes. Ceci est d'autant plus vrai pour des populations fragiles et éloignées de la pratique artistique : le contact humain est crucial pour le bon développement de l'activité et ne pourra jamais être remplacé par des outils numériques aussi didactiques et interactifs qu'ils soient.

Les opéras, dont les locaux sont souvent anciens et classés monuments historiques, choisissent eux-aussi d'exploiter les possibilités du numérique pour satisfaire la demande, ne pouvant pas facilement être réaménagés pour accueillir plus de spectateurs. Le numérique, et en particulier la captation vidéo, permet de déplacer l'opéra en dehors de ses murs, le rendant accessible à un public plus large. Contrairement au théâtre qui, dès les débuts de la télévision, s'est fait une place sur le petit écran, l'opéra a mis plus de temps à sortir des salles de spectacle. En 2006, le Metropolitan Opera de New York a pour la première fois créé un partenariat avec des cinémas pour diffuser ses productions sur grand écran partout dans le pays et à l'international. Ce fut un véritable succès, imité rapidement par de nombreuses maisons d'opéra partout dans le monde. Aujourd'hui, il est alors possible de visionner une production du Royal Opera House (depuis 2009), de Glyndebourne (depuis 2007) ou de l'Opéra de Paris (depuis 2012) dans des petites villes de province pour moins de 20€. Ce développement croissant de partenariats entre des maisons d'opéra et des cinémas est significatif de la volonté d'ouverture des professionnels de l'opéra et de la forte demande du public. Cependant toutes les voix ne sont pas unanimes pour glorifier l'expérience de l'opéra au cinéma, les écrans faisant barrière à l'expérience même de spectacle vivant, au contact, au lien établi entre les artistes et le public pendant une représentation.

Pour palier à ce défaut d'expérience, à cette perte de qualité du spectacle lors d'une captation vidéo, de nombreuses institutions accompagnent leurs programmes de diffusion d'opéra au cinéma avec des formations et des ressources pédagogiques extensives. C'est le cas par exemple de l'Opéra national de Bordeaux (France) qui a mis en place pour sa saison 14/15 le projet *Osons l'Opéra !* avec l'événement « La Bohème au cinéma »⁴² diffusée en direct le 26 septembre 2015 dans une cinquantaine de salles en Aquitaine. Cette

⁴² La bohème au cinéma, Opéra national de Bordeaux : <http://sites.crdp-aquitaine.fr/opera/rencontrer/>

représentation s'est suivie d'une diffusion en différée entre le 11 et le 25 janvier 2015 avec des séances en journée pour accueillir les scolaires et le soir et le weekend pour accueillir les familles. Un tarif préférentiel de 2,50€ pour les élèves et étudiants a été négocié. Cette initiative originale est le fruit d'un partenariat ambitieux développé dans le cadre du PREAC Art lyrique (Pôle de ressources d'éducation artistique et culturelle), animé par l'Opéra National de Bordeaux, le Rectorat de Bordeaux, Canopé Académie de Bordeaux, la DRAC Aquitaine, en partenariat avec l'Association des cinémas de proximité en Aquitaine (ACPA) et la Région Aquitaine, et avec le soutien de la Fondation Orange. Tous les enseignants accompagnant leurs classes au cinéma ont eu la possibilité de participer aux journées de formation *Osons l'Opéra !* dans le cadre du PREAC art Lyrique et notamment à une journée de stage le 11 décembre 2014⁴³ au Grand-Théâtre pendant laquelle ils ont rencontré le ténor Sébastien Guèze (Rodolfo) et le réalisateur de la captation vidéo. D'autres ressources ont été mises à disposition de l'ensemble des enseignants et médiateurs impliqués dans ce projet : programme du spectacle, dossier pédagogique, documentaires vidéo, ... L'ensemble de ces ressources sont disponibles sur un espace numérique spécialement conçu pour cette occasion par Canopé (Portail web du PREAC Art lyrique).⁴⁴

Le Royal Danish Opera (Danemark) a, quant-à-lui, poussé cet objectif d'accessibilité pour les scolaires encore plus loin avec son projet « Livestreaming for schools »⁴⁵, proposant le 25 février 2015 la diffusion en direct d'un ballet projeté directement sur les smartboards (tableaux interactifs) des écoles primaires et collèges (6-16 ans). Ainsi, les élèves n'ont même pas besoin de se déplacer jusqu'au cinéma ou au théâtre et restent dans leurs salles de classe. Afin de compenser la perte potentielle de qualité liée à la diffusion sur un smartboard et d'enrichir l'expérience avec des contenus didactiques, un dialogue était possible avec l'équipe pédagogique du département Education du Royal Danish Opera pendant et après le spectacle. Des questionnaires avaient par ailleurs été transmis aux enseignants pour favoriser la discussion et la réflexion après le spectacle. Ce projet sera reconduit en janvier et en mai 2016. Aujourd'hui, ce projet est en lien avec des productions

⁴³ Journée de formation *Osons l'Opéra !*, Opéra national de Bordeaux : <http://sites.crdp-aquitaine.fr/opera/files/2014/12/PROGRAMME-JOURNEE-DE-FORMATION-11-DECEMBRE.pdf>

⁴⁴ Dossier pédagogique *La Bohème*, Opéra national de Bordeaux : <http://sites.crdp-aquitaine.fr/opera/la-boheme/>

⁴⁵ Livestreaming for schools, Royal Danish Opera : <http://video.kglteater.dk/doden-livestream-fra-bagscenen-i-det>

et ballets pour enfants en représentation à l'opéra, mais l'équipe pédagogique a la volonté de développer dans le futur des captations et contenus vidéos conçus spécifiquement pour une diffusion digitale. Ainsi, cette captation vidéo devient un atout pour la pédagogie et pour la création, renouvelant en quelque sorte l'expérience de spectacle vivant pour la faire, peut-être, évoluer.

L'Opéra de Rennes s'est déjà lancé dans cette exploration de l'interactivité potentielle de la captation vidéo avec son événement de retransmission en direct de « L'Enlèvement au Sérail » en juin 2011 sur iPad et Smartphones. Cette captation vidéo était couplée avec des contenus interactifs : sous-titres avec traduction française, colorisation pour les malentendants, affichage de la partition piano-chant, suivi en multi-caméras de l'orchestre, accès à des informations complémentaires, diaporama des coulisses... En plus de cette transmission sur appareils mobiles, le spectacle a été diffusé en direct à la télévision, sur des écrans géants dans plusieurs villes de Bretagne ainsi que dans des mondes virtuels (Second Life et opensium).⁴⁶

Malgré ces innovations autour des captations vidéos, il est important de souligner que cette modification de la nature de l'expérience est loin de faire l'unanimité. La perte de l'essence du spectacle vivant, c'est-à-dire la coprésence entre artiste et public est critiquée par de nombreux amateurs d'opéra, de musique et de danse qui voient en la captation vidéo une perte de « l'aura » de l'œuvre au sens défini par Walter Benjamin dans son essai de 1936 *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*.⁴⁷ Pour le philosophe, l'œuvre d'art lors de sa reproduction perd son « hic et nunc », « son existence unique au lieu où elle se trouve », son authenticité. De plus, contrairement à la reproduction manuelle, avec laquelle l'œuvre originale conservait son authenticité et son autorité, la reproduction mécanisée s'affirme avec plus d'indépendance et peut par exemple révéler des aspects de l'original non accessibles normalement. C'est le cas notamment avec la richesse des captations ou des immersions vidéo comme celles développées par l'Opéra de Dijon où l'on peut voir la scène et ce que font le chef d'orchestre, l'orchestre, le chanteur et les techniciens de manière simultanée, ce qui est impossible dans la salle. De plus, rendant

⁴⁶ Informations collectées dans l'article *op. cit.*, « (R)évolution numérique dans les lieux culturels : les salles de spectacle (2/2) », Novembre 2011

⁴⁷ BENJAMIN, Walter, *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, version française de 1936 en ligne : <http://www.hypermedia.univ-paris8.fr/Groupe/documents/Benjamin/Ben3.html#ref>

accessible l'œuvre partout, tout le temps, la reproduction mécanique assure à l'œuvre originale une ubiquité qu'elle ne possède pas au naturel. L'œuvre est alors décontextualisée, délocalisée. C'est pourquoi il est nécessaire d'appuyer toute action de captation vidéo et de diffusion numérique avec une médiation spécifiquement ciblée pour que le public puisse comprendre la perte d'aura de l'œuvre et qu'ils puissent être amenés à vouloir assister à une représentation en « live » malgré la facilité d'accès avec le numérique. Une complémentarité entre utilisation du numérique et contact humain avec un médiateur est indispensable pour conserver la richesse de la relation entre les artistes et leurs publics.

Néanmoins, malgré les voix qui s'élèvent contre la perte de qualité de l'expérience avec une captation vidéo, ce phénomène se généralise. Certaines institutions mettent à disposition de leur public le « webstreaming », la possibilité de visionner gratuitement des œuvres sur internet. En plus d'un affranchissement géographique, hors du lieu traditionnel de l'opéra, on opère alors un affranchissement temporel. Le spectacle est accessible partout, tout le temps et en dehors d'une salle de spectacle. Il se libère donc également de ses codes : on est maintenant libre de faire ce que l'on veut pendant le spectacle. Via le webstreaming, chacun peut définir sa propre relation, son propre engagement face à l'expérience artistique : on peut manger, s'interrompre, s'endormir, lire en même temps, parler, rire, pleurer, regarder en groupe ou seul, sur son fauteuil, dans son lit, ou dans sa cuisine.... Les possibilités sont infinies. Cette distance par rapport à l'œuvre peut être un facteur bénéfique pour des populations intimidées par les rituels de l'opéra. En effet, il ne faut pas nier la violence symbolique ressentie par les personnes estimant ne pas disposer de la « culture légitime » lors de leur première confrontation avec le monde lyrique. Ces personnes qui n'ont jamais assisté à une représentation peuvent se sentir plus à l'aise à l'idée de découvrir cet art chez eux, loin des codes et rituels d'une salle de spectacle, sans avoir à se soumettre au regard des autres et au prestige d'une maison d'opéra. Ainsi, il est possible qu'une fois ce premier pas franchi et après une mise en confiance avec l'art et ses codes, ces spectateurs autrement éloignés de la pratique artistique puissent développer la curiosité d'assister à une représentation in situ.

Opera Europa et ARTE font ce pari en rendant accessibles des opéras de 15 institutions européennes différentes via une plateforme numérique *The Opera Platform*.⁴⁸

⁴⁸ The Opera Platform, Opera Europa : <http://www.theoperaplatform.eu/fr>

Ce partenariat inédit, lancé en mai 2015, permet aux amateurs d'opéra européens de se réunir sur une plateforme commune pour s'informer sur les différents projets et productions de 15 institutions européennes, mais surtout pour découvrir chaque mois une retransmission complète depuis l'un de ces 15 opéras. Ces captations vidéos sont disponibles pendant six mois suivant la diffusion en directe et les sous-titres sont traduits dans 6 langues différentes. Ainsi, les passionnés d'opéra disposent d'un espace numérique pour découvrir des œuvres auxquelles ils n'auraient pas accès à cause de leur éloignement géographique. Cette plateforme est aussi le lieu d'un travail d'archivage, de numérisation de données et de mise en commun d'informations entre différentes institutions européennes.

Dans le cas de la danse qui a déjà effectué cette transition vers la numérisation et l'utilisation de l'image pour ses archives, cela a permis une démocratisation de cet art, souvent perçu comme élitiste par rapport à d'autre. De plus, la mise à disposition de tous de ces bases de données d'archives numériques peut contribuer à stimuler la création et l'innovation artistique en donnant de la visibilité au patrimoine de la danse. Par ailleurs, le fait de filmer la danse et de créer des archives numériques renouvelle en quelque sorte le lien entre l'artiste et le spectateur, qui peut, grâce à une mise à distance, de multiples visionnages et/ou une mise en contexte historique de l'œuvre possible sur certaines plateformes, mieux comprendre l'œuvre.⁴⁹ Par ailleurs, il ne faut pas négliger le rôle du réalisateur dans une captation vidéo. En effet, comme expliqué lors des Rencontres Audiovisuel et Numérique au service de la danse : transmission, enseignement, développement des publics à la Maison de la Danse de Lyon en juin 2014, *« le fait de filmer, de capturer la danse permet en soi la création d'une nouvelle œuvre à part entière. Il est possible de modifier les mouvements, de les accélérer, de les ralentir, d'ajouter des effets, etc. Le travail sur les images peut ainsi apporter beaucoup à la création chorégraphique, en faisant envisager les choses différemment aux interprètes et chorégraphes, ce qui peut ainsi déboucher sur une nouvelle façon de travailler pour ces derniers. »*⁵⁰

Cependant, ce « pouvoir du réalisateur » et son parti-pris sur la captation de l'œuvre peut être en conflit avec les volontés artistiques du metteur en scène. Il faut donc bien être conscient que la captation vidéo et la représentation sont deux œuvres à part entière et que

⁴⁹ *op.cit.*, Compte-rendu, « Audiovisuel et Numérique au service de la danse », Juin 2014.

⁵⁰ *Ibid.*

l'une ne peut pas totalement se substituer à l'autre. *«Il est important de garder à l'esprit le fait qu'une captation n'est jamais la vérité même d'une œuvre ou d'un spectacle, les images ne pouvant rendre compte de tout. L'image renvoie à une réalité figée, à la captation d'un moment, qui ne prend pas en compte l'atmosphère particulière ou les évolutions du spectacle.»*⁵¹ Les perceptions des spectateurs dans la salle de spectacle et de ceux de la captation vidéo retransmise dans un cinéma ou sur internet ne seront pas les mêmes. Ainsi, avec la numérisation de l'œuvre, l'expérience artistique change. C'est d'autant plus vrai dans le cas du webstreaming où l'œuvre est même affranchie des rituels du spectacle. Non seulement le spectateur perd le lien direct avec l'artiste, mais il perd aussi les sensations de la salle, les codes de la représentation, de l'expérience de spectateur. Devant les écrans d'ordinateur, le respect de l'œuvre, des artistes, de la musique n'est pas le même : les spectateurs sont soumis aux aléas de leur connexion internet, de la qualité de leurs équipements visuel et sonore, aux interruptions liées à l'environnement dans lequel ils se trouvent. Toutes ces variations par rapport à la salle de spectacle ajoutées aux biais artistiques de la captation et à la barrière de l'écran contribuent à distancier les spectateurs de l'œuvre qui ne peuvent pas ignorer les différences entre l'expérience réelle et virtuelle.

Les possibilités de renouvellement de la création et de l'expérience de spectacle vivant, amorcées par l'affranchissement géographique, temporel et matériel grâce au numérique, sont exploitées au maximum par le projet *Skylight – a global science opera*. Ce projet international créatif est né d'un partenariat entre le projet européen Comenius CREAT-IT (Implementing Creative Strategies into Science Teaching), des écoles d'une trentaine de pays issues du programme de formation des enseignants Galileo, et est soutenu par l'Union Internationale d'Astronomie et l'Année internationale de la Lumière 2015 de l'UNESCO. En 2015, les élèves de ces 28 pays collaborent via une plateforme numérique pour créer un opéra autour du thème scientifique de la lumière et de l'astronomie. Chaque acteur de ce projet est responsable de la création d'un aspect de la production : musique, livret, lumière. La première représentation de *Skylight* se déroulera simultanément dans les 28 pays partenaires le 3 octobre 2015 lors de la conférence finale de CREAT-IT.⁵² Ainsi, l'opéra est complètement dématérialisé, affranchi d'un lieu de création, accessible

⁵¹ *Ibid.*

⁵² SkyLight- a global science opera, CREAT-IT : <http://en.scienceview.gr/news/189>

simultanément dans plusieurs pays, rassemblant les cultures et les talents. On a atteint l'ère de l'opéra numérique !

Observation 4 : Incitation à la participation du public

Cependant, le projet *Skylight – a global science opera* n'est pas seulement un projet qui utilise le numérique pour dématérialiser l'opéra, l'affranchir des frontières géographiques, et créer un public/une œuvre global. Il puise aussi dans un autre aspect de la culture numérique : la participation du public, l'interactivité, la possibilité d'appropriation de l'art par son public. On l'a vu précédemment avec l'influence des réseaux sociaux et l'évolution des ressources éducatives pour les scolaires et les familles, le numérique et internet ont engendré une habitude de participation du public, qui souhaite être actif dans sa découverte et son interaction avec l'art. L'apprentissage se fait en faisant, et l'opéra, la musique et la danse n'échappent pas à cette tendance. Les réseaux sociaux ont consacré la pratique de la réappropriation de l'information, du partage et de la création de contenu. Le public est maintenant activement impliqué dans la destinée et la renommée d'un spectacle en communiquant ou relayant les informations autour de ce spectacle sur Facebook, Twitter, YouTube ou des blogs personnels ou professionnels. Internet offre la possibilité au spectateur de se mettre dans le rôle du critique, de prendre la parole, de s'exprimer. Il y a donc une interaction entre le public et l'institution qui encourage la réappropriation des contenus et la création d'un sentiment d'appartenance. Tous ces facteurs favorisent l'apprentissage qui se fait dans une relation moins hiérarchique dans la sphère virtuelle que dans l'institution même. Par ailleurs, ces formes d'apprentissages plus informelles favorisent le développement d'une habitude d'autonomie par rapport à la recherche d'informations. Les publics connectés ont plus tendance à s'éduquer en autodidacte sur des sujets qui les intéressent. Ainsi, les institutions ont tout intérêt à produire des contenus de qualité accessibles à tous, tout en laissant au public le contrôle de son expérience d'apprentissage. Enfin, de nombreuses études montrent le développement récent de la culture du « Do It

Yourself »⁵³ : sur internet, les jeunes générations ne consomment pas seulement du contenu, elles en produisent, s'éduquant au travers de communautés rassemblées par un même intérêt. Pour apprendre, ces générations connectées ont besoin de pouvoir s'approprier des savoirs à leur rythme, faire leurs propres choix pour apprendre à penser de manière critique et assimiler l'information. Ainsi, le modèle de l'enseignant déclamant son savoir devant une classe subjuguée d'élève assimilant passivement ce flot de connaissances est complètement obsolète. Les jeunes - et moins jeunes - générations apprennent mieux en faisant, et les institutions culturelles l'ont bien compris. Le rôle de médiateur se trouve renforcé par le numérique qui rend le contact humain et l'accompagnement de l'apprentissage encore plus nécessaire car plus impliqué, plus actif. Les activités d'éducation et de médiation doivent être interactives, participatives, et ludiques.

Le projet *Skylight* met à exécution ces principes : les élèves participent activement à la production de l'opéra, ils collaborent entre eux, se confrontent à un art inhabituel, découvrent des cultures différentes et assimilent des concepts scientifiques à travers la création artistique. En plus de ces aspects innovants, *Skylight* inclura également son public : lors de la représentation, tous les participants pourront réagir émotionnellement à l'œuvre grâce à l'App *Opus Lux*. Cette App développée par le Royal Danish Opera (Danemark) et le Malmö Opera (Suède) permet de traduire les contributions des spectateurs via l'App en des variations de lumières qui influencent le décor et la représentation en temps réel.⁵⁴ Ainsi, les membres du public ont un réel impact sur l'expérience artistique et créent entre eux un lien fort puisque la lumière est la somme de chacune des contributions reçues via l'App. Le public interagit réellement avec l'œuvre, avec les artistes et avec chacune des personnes présentes. Il est actif, inclus dans l'expérience, y apporte sa propre subjectivité. Cette participation du public à la représentation est de plus en plus courante, créant un lien fort, un sentiment d'appropriation de l'œuvre.

Le public peut être actif en amont de la représentation et être inclus dans la fabrication du décor, comme par exemple au Royal Danish Opera (Danemark) avec le

⁵³ Yasmin B. Kafai, Kylie A. Peppler, Jay Lemke and Mark Warschauer , « Youth, Technologie, and DIY : Developing Participatory Competencies in Creative Media Production », *Youth Cultures, Language, and Literacy*, Review of Research in Education, Vol 35, 2011.

⁵⁴ Opus Lux, Malmö Opera & Royal Danish Opera : <http://cmec.mah.se/case-opus-lux/>

spectacle *Shadow Play* lors de la saison 13-14⁵⁵ : chaque représentation était précédée de différents ateliers animés, entre autres, par des étudiants en design pendant lesquels les enfants créaient des « ombres », des formes d'animaux de papier qui étaient ensuite filmées en courtes vidéos par les enfants et leurs parents pour être utilisées pendant le spectacle plus tard dans l'après-midi pour produire les décors. Tous ces visuels (papier et vidéo) étaient assemblés en direct par un artiste en fonction des propositions des enfants et de la musique du concert (*Pierre et le loup* de Prokofiev et *Le Carnaval des animaux* de Saint-Saëns).

Avec l'Orchestre national d'Ile-de-France (ONDIF) et la Philharmonie de Paris (France), le public est invité à participer directement pendant la représentation. Pour la fête de la musique 2015, le public s'est joint à l'orchestre pour jouer un concerto pour public et orchestre composé par Nicola Campogrande, *Trois langages imaginaires*.⁵⁶ Le public faisait partie intégrante du concert et devait « jouer » avec un bonbon dans le premier mouvement et avec un kazoo dans le troisième. Dans le deuxième mouvement, le public devait chanter et répéter la mélodie de l'orchestre. Afin d'accompagner au mieux la préparation du public pour cette performance collective, l'ONDIF a mis à disposition du public trois tutoriels vidéo détaillant leurs interventions.⁵⁷ Ces vidéos enregistrées avec le compositeur et les médiateurs du service éducatif de l'ONDIF ont été diffusées sur les sites internet de l'ONDIF et de la Philharmonie de Paris, et sur leurs réseaux sociaux : YouTube, Dailymotion, et Facebook.

La Monnaie De Munt (Belgique) a poussé la participation du public plus loin avec son projet *Sonic Bikes : Finding Song Home* le 9 mai 2015 mené en partenariat avec Q-O2. Pour les Journées Européennes de l'Opéra, l'artiste et compositrice Kaffe Matthews a créé - avec la collaboration de l'artiste media Tom Keene et du Bicrophonic Research Institute (BRI) - un « opéra-cycliste », un « vélopéra » grâce à des vélos sonores équipés de GPS, des « vélaudios », diffusant de la musique activée par des capteurs installés dans un certain périmètre de la ville. Le public en se promenant sur ces vélos active les récepteurs du

⁵⁵ *Shadow Play*, Royal Danish Opera : <http://cmec.mah.se/case-shadow-play/>

⁵⁶ *Concerto pour public et orchestre*, Orchestre national d'Ile-de-France : <http://www.orchestre-ile.com/saison.php?id=421&lang=fr>

⁵⁷ Tutoriels vidéo pour le *concerto pour public et orchestre*, Orchestre national d'Ile-de-France : http://www.dailymotion.com/video/x2mz6oj_jouez-avec-l-orchestre-national-d-ile-de-france-a-la-philharmonie-de-paris_music

véhiculent qui diffusent alors une mélodie différente. La représentation n'a plus lieu dans l'Opéra mais à l'extérieur, faisant naître « *un paysage sonore sous la forme d'une découverte urbaine auditive* ». ⁵⁸ La musique est mouvante, le public est acteur/musicien, les spectateurs sont les promeneurs dans la ville. Les cyclistes sont les musiciens et les vélos, leurs instruments ; la rue est une fosse d'orchestre ; la ville, un opéra !

D'autres projets d'implication du public, loin de sortir le public hors des murs du théâtre, visent à créer un lien spécial entre le public et le lieu. Ces projets incitent les publics à explorer le lieu de la représentation en autonomie, à les faire venir en dehors des besoins du spectacle pour les sensibiliser au patrimoine du lieu en tant que tel, hors de sa fonction de salle de spectacle. Les publics sont alors acteurs de leur visite, ils la personnalisent, l'adaptent à leurs goûts et intérêts et gardent le contrôle de leur expérience d'apprentissage. ⁵⁹

C'est le but par exemple de l'Orchestre national de Bordeaux (France) qui a mis à disposition de son public depuis l'automne 2014 une « Boîte à sons » dans l'Auditorium de Bordeaux. ⁶⁰ Cette « boîte » sur roulette s'ouvre comme une boîte à musique et contient des casques audio et un écran tactile relié à un logiciel interactif. Cette boîte interactive sonore permet aux visiteurs d'explorer le tout nouvel Auditorium (inauguré en 2013) et le son des instruments de l'orchestre. Le logiciel est conçu en quatre phases : une découverte sonore des lieux avec des interviews, une partie didactique sur les paramètres du son, un espace ludique interactif sur lequel les visiteurs peuvent enregistrer leur voix, la modifier et la réécouter, et un espace dédié à l'univers de l'orchestre. Dans chacune de ces phases, le contenu est étudié pour être accessible à tous les publics, même les moins initiés. Des rubriques « Le saviez-vous » ponctuent le logiciel d'anecdotes et d'informations techniques sur le lieu ou l'orchestre destinées à des publics connaisseurs. Ce logiciel est également adapté pour être utilisé par des personnes malvoyantes accompagnées. L'objectif de ce logiciel est d'être accessible à tous afin d'accompagner chaque visiteur dans sa découverte du lieu et de l'orchestre.

⁵⁸ *Finding Song Home*, La Monnaie De Munt : <http://www.lamonnaie.be/fr/17/597/Finding-Song-Home>

⁵⁹ *op. cit.*, « Consuming digital arts », Avril 2009.

⁶⁰ Boîte à sons, Auditorium de Bordeaux : <http://www.opera-bordeaux.com/evenement/orchestres-en-fete.html>

D'autres systèmes de complémentarité à la visite permettent de présenter le lieu sous un nouvel angle. C'est le cas d'« Oper'app » de La Monnaie De Munt (Belgique) développé pour les journées du patrimoine 2014 qui permet au visiteur de découvrir le théâtre et ses alentours via une visite guidée virtuelle de 15 minutes avec une tablette, une App et des écouteurs.⁶¹ Ce projet a été développé par Circumstance avec la participation des chanteurs Amalia Avilan et Kinga Borowska, alors en résidence à la Chapelle Musicale Reine Elisabeth. Les visiteurs découvrent le théâtre sous un autre jour en pointant la tablette sur le bâtiment faisant apparaître des contenus audio inédits : les deux chanteurs ont enregistré les airs marquants de l'histoire de l'opéra sur les différents balcons et fenêtres du théâtre.

Certaines institutions exploitent les nouvelles habitudes de réappropriation d'informations et de critiques initiées par les réseaux sociaux pour accompagner leurs publics dans la production de contenus. L'Opéra national de Bordeaux (France), par exemple prépare un projet de création de ressources vidéo avec des enseignants qui, pendant deux jours de stage à l'Opéra, ont produit des mini-reportages vidéo avec l'aide technique de Canopé. Ce travail d'éditorialisation amateur sera relayé sur le site internet de l'opéra et ses réseaux sociaux. Un autre projet pour la saison 15-16 est la création d'une WebTV animée par des élèves de filière audiovisuelle d'un lycée professionnel autour d'une production montée avec des scolaires. Les « apprentis-journalistes » suivront l'avancement de la production à chacune de ses étapes pendant 6 mois. A partir de leurs observations, ils produiront des reportages vidéo réguliers et organiseront deux plateaux TV en invitant des acteurs majeurs du projet.

Le Deutsche Oper am Rhein (Allemagne) fait également le pari d'impliquer des élèves dans la communication et la production d'informations de qualité autour d'une production. Cette année, en lien avec la production pour enfants « Collagen zu Ronja Räubertochter », des élèves se sont improvisés journalistes et ont rencontré les artistes et les artisans ayant travaillé à tous les stades de la production : les résultats de cette enquête – enregistrements audio et articles écrits – devraient être mis à disposition du public lors du lancement du nouveau site internet en juin 2015. Pour la saison 15/16 le Deutsche Oper am Rhein prépare

⁶¹ Oper'app, La Monnaie De Munt : <http://www.lamonnaie.be/fr/463/544/Oper-app>

plusieurs ateliers pour les jeunes afin qu'ils s'initient à la critique de l'opéra.⁶² Un projet incitera les enfants à raconter leur vision de l'opéra dans le style d'émissions de radio, tandis qu'un autre projet développera un blog tenu par des élèves impliqués dans la création d'une production pour enfants afin de réfléchir à leur participation et à ce qu'ils ont appris de ce projet. Le but de ces projets est de créer une communauté autour de ces productions pour favoriser le dialogue, l'échange et le partage d'expérience. En faisant des essais, des erreurs, les élèves apprennent, et se corrigent grâce aux conseils de leurs pairs qui participent avec eux à ces plateformes de discussion.

Certaines institutions poussent leur public à participer à la création musicale, à mettre la main à la pâte et à apprendre en faisant. Afin de rendre accessible la pratique musicale à tous, même sans apprentissage du solfège ou d'un instrument, ces structures ont développé des outils numériques permettant d'initier tout un chacun à la composition ou à la direction orchestrale. Casa da Música (Portugal) est pionnier dans ce domaine : depuis mai 2007, ils ont mis à disposition de leur public un logiciel numérique de création musicale, *Digitópia*.⁶³ Ils ont installé dans leur foyer des ordinateurs et des interfaces musicales pour permettre à tous, sans formation musicale ou informatique de composer de la musique électronique et d'utiliser gratuitement de la technologie musicale de pointe. Ce logiciel a été conçu par une équipe de jeunes musiciens, d'informaticiens et de pédagogues-animateurs d'ateliers. A côté de ce dispositif fixe en libre-service, Casa da Música a développé des ateliers de formation à la création musicale et des dispositifs mobiles de cette interface musicale. Ainsi, tous leurs publics peuvent s'essayer à la composition seuls ou en groupes, avec une formation ou en autodidacte. Chacun définit sa propre expérience d'apprentissage. Aujourd'hui, un site pour le téléchargement de ce logiciel est en cours de préparation qui sera accessible depuis le site internet de Casa da Música.

Les Talens Lyriques (France), un ensemble de musique baroque, est également sur le point de lancer une application pédagogique très aboutie pour renouveler la pratique musicale avec des élèves en difficultés scolaires. Ce projet, « T@lenschool: la musique se joue en numérique ! », en cours d'élaboration depuis janvier 2014, entrera dans sa phase de

⁶² Musiktheater im labor, Deutsche Oper am Rhein : http://operamrhein.de/de_DE/angebote-jugendliche

⁶³ Digitópia, Casa da Música : <http://www.casadamusica.com/en/servico-educativo/institucional-servico-educativo-casa-da-musica/hot-spots/digitopia>

développement à partir de septembre 2015.⁶⁴ T@lenschool regroupe plusieurs App pédagogiques musicales combinant pratique et théorie musicale et centrées sur la musique de chambre baroque. Pendant la phase d'exploration, l'équipe de t@lenschool, composée de musiciens, d'un ingénieur informatique et un ingénieur du son, a travaillé avec des collégiens en difficultés scolaires pour tester et améliorer cette App composée de trois ateliers. L'atelier d'orchestre numérique qui permet à des élèves, chacun sur une tablette, de « jouer » d'un instrument à partir d'un enregistrement en modifiant le volume et le tempo. Un élève-chef d'orchestre dirige cet ensemble de chambre virtuel, initiant les élèves à la direction musicale mais également à la pratique collective d'un instrument où chacun doit s'écouter, faire attention au chef d'orchestre et contrôler son instrument. L'atelier de composition permet à un élève sur une tablette d'influencer un enregistrement pour créer sa propre variation. Enfin, l'atelier d'interprétation propose aux élèves de « jouer » un morceau de clavecin à la place du claveciniste, chef d'orchestre et directeur artistique des Talens Lyriques, Christophe Rousset, grâce à une caméra de captation de mouvements Leap Motion en bougeant les doigts plus ou moins vite pour contrôler le tempo, l'ornementation et la nuance du morceau. Ainsi, les élèves prennent part à la création de la musique, ils sont obligés d'écouter et de s'intéresser aux aspects techniques pour pouvoir utiliser les Apps et faire de la musique en conséquence. La dimension ludique et pratique de la musique plaît aux élèves qui peuvent découvrir le bonheur de la création musicale sans avoir à passer par la pratique d'un instrument. Ainsi, ils développent leur savoir musical et leur curiosité pour la musique de chambre, art auquel ils n'auraient sûrement jamais été exposés sans cela.

Suivant les mêmes idéaux de démocratisation de la composition musicale, l'Orchestre national d'Ile-de-France (France) est en train de développer une App musicale en partenariat avec NoMad Music qui sera mise en ligne en février 2016.⁶⁵ Le but de cette App est de faciliter le processus de création et de composition musicale pour que petits et grands, musiciens ou non puissent prendre plaisir à explorer la musique de manière ludique. Six musiciens de l'orchestre ont enregistré une composition de Bernard Cavanna. Dans l'App, chaque partie instrumentale est disponible ensemble ou séparément, et les utilisateurs peuvent composer leur morceau à partir de ces extraits instrumentaux en choisissant

⁶⁴ T@lenschool, Les Talens Lyriques : <http://www.lestalenslyriques.com/fr/actions-culturelles/t%40lenschool>

⁶⁵ App musicale, NoMad Music et ONDIF : <http://www.nomadmusic.fr/fr>

librement l'assemblage des différentes parties. Un jeu concours sera organisé au lancement de l'App pour la faire connaître au public de l'ONDIF et renforcer le côté démocratique et accessible du projet.

Conclusion :

On l'a vu, les possibilités de l'utilisation du numérique pour les actions de médiations, d'éducation et de sensibilisation des publics semblent infinies. La généralisation de l'utilisation des réseaux sociaux a consacré une habitude d'interaction avec le public. Les institutions présentes sur ces réseaux sont plus proches de leur public, développant un sentiment d'appartenance, d'intimité avec la production artistique. Cependant, du fait de cette interaction, les contenus diffusés par l'institution sont réutilisés, partagés par les publics qui se réapproprient les supports artistiques et les informations pour construire leur propre expérience. Ce contrôle de l'expérience artistique, cette autonomie par rapport à l'information se retrouvent dans l'évolution des ressources pédagogiques avant spectacle observée depuis la généralisation d'internet. Aujourd'hui, même les documents didactiques autour d'une œuvre ou des spécificités de l'opéra sont plus visuels, plus interactifs et reprennent les codes de communication sur les réseaux sociaux afin d'être attractifs. Ces contenus pédagogiques doivent être facilement accessibles à tous pour être réappropriés et utilisés en autonomie par des publics ayant, avec internet, beaucoup plus tendance à s'instruire en autodidacte sur les sujets qui les intéressent. Ces internautes souhaitent garder le contrôle de leurs expériences d'apprentissage qui sont alors plus personnalisées, plus libres, affranchies de contraintes géographiques, temporelles et matérielles. Cet affranchissement, rendu possible par la numérisation, la dématérialisation du contenu culturel et artistique, touche aujourd'hui l'œuvre en elle-même. La domination des écrans dans notre consommation de biens artistiques et culturels a atteint le spectacle vivant et en particulier la danse et l'opéra qui sont de plus en plus accessibles au cinéma et en webstreaming sur internet. Cet éloignement du lieu traditionnel de création permet d'ouvrir ces arts souvent considérés comme élitistes à des populations généralement éloignées de la pratique artistique que ce soit pour des raisons géographiques ou économiques. Cependant, il ne faut pas nier la dénaturation de l'expérience artistique opérée par ces écrans. En effet,

le spectacle vivant étant principalement défini par une coprésence entre artiste et public, les écrans font obstacle à cette relation privilégiée et à ces émotions naissant uniquement du lien créé lors d'une représentation. C'est pourquoi ces actions de numérisation des œuvres s'accompagnent souvent d'une médiation renforcée pour faire comprendre à ces nouveaux publics la différence entre les expériences réelles et virtuelles et leur donner envie d'assister un jour à une représentation in situ. Cette complémentarité entre une ouverture de l'accessibilité permise par le numérique et un renforcement du rôle du médiateur est d'autant plus flagrante avec la participation croissante des publics à la vie de l'œuvre, de l'institution. En effet, l'apprentissage étant devenu actif, interactif, les institutions développent de plus en plus de projets incitant les publics à participer à la représentation, à l'exploration du lieu de spectacle, à la communication autour d'une œuvre ou même à la création musicale. Ces projets se caractérisent par une importance croissante donnée au médiateur pour accompagner les publics dans leur expérience d'apprentissage et apporter un contact humain plus qu'indispensable à l'heure de la communication virtuelle.

Cependant, ces projets ne sont pas tous évidents à mettre en place. Sur les vingt-et-une réponses au questionnaire que nous avons reçues, six institutions n'avaient pas de projets utilisant spécifiquement le numérique en dehors d'une communication sur les réseaux sociaux. Ils expliquent cette absence principalement par un manque de moyens financiers mais aussi un manque de qualifications de l'équipe pédagogique pour mettre en place des projets numériques et l'impossibilité financière d'engager de nouvelles personnes pour ces projets. Par conséquent, avec la conduite de leurs activités habituelles, les professionnels de la médiation manquent de temps pour réfléchir à la modification des pratiques et répondre efficacement à ces changements. On l'a vu, le contact humain reste une composante importante de tous ces projets, le numérique ne remplace pas la médiation traditionnelle même s'il change sa pratique. La mise en place de projets numériques s'ajoute donc aux agendas déjà bien remplis des équipes des services éducatifs. De plus, si l'utilisation du numérique et de ses codes de communication améliore la qualité du contact avec le public et l'interactivité, l'attractivité, des supports éducatifs, ils n'ont souvent pas ou peu d'impact sur les recettes de billetterie et la fréquentation des salles. Les opportunités de rentabilité associées à ces projets sont limitées, le numérique étant plus souvent source de coûts que de revenus. Par ailleurs, les technologies évoluant rapidement, les institutions

doivent constamment s'adapter et réinventer les supports de médiation pour suivre ces évolutions rapides. Les institutions doivent donc être vigilantes et trouver l'équilibre entre l'innovation, l'ambition et le pragmatisme lors du développement de projets liés au numérique et aux nouvelles technologies.⁶⁶

De plus, l'arrivée du numérique au sein des institutions culturelles et au cœur des activités des services d'éducation et de sensibilisation du public a chamboulé l'organisation et la composition des services, mais aussi leur façon de travailler et les relations entre les départements et les métiers. En effet, ces nouvelles pratiques liées aux réseaux sociaux et les attentes du public en terme d'interactivité et de facilité d'accès et d'utilisation ont engendré le besoin de créer de nouveaux postes au sein des services. Ces nouveaux membres de l'équipe apportent de nouvelles compétences et ont souvent des profils différents de ceux des anciens membres qui peuvent parfois se sentir en insécurité par rapport à leur position. Cela peut potentiellement créer des tensions au sein des services entre ceux qui sont à l'aise avec les nouvelles technologies et ceux qui ont un peu plus de mal à s'adapter.⁶⁷ Ce sentiment d'anxiété ne doit pas être sous-estimé lorsqu'on étudie les initiatives numériques dans les actions de médiation des institutions culturelles. De plus, les nouvelles pratiques de communication, cherchant à établir un lien privilégié entre le public et tous les aspects d'une production et de l'institution, ont tendance à bouleverser les structures hiérarchiques entre les services. Les départements d'éducation, de communication mais aussi de programmation et les artistes doivent parfois travailler ensemble sur des projets communs pour offrir aux spectateurs une vision globale de l'institution. Tous ces facteurs rendent difficile la transition digitale au sein des institutions et constituent des obstacles que les équipes pédagogiques et de sensibilisation doivent surmonter afin de proposer des projets innovants.⁶⁸

En plus de ces obstacles au sein des institutions, il y a également des limites à l'utilisation du numérique au sein des publics. Tout d'abord, il est important de rappeler que si l'utilisation du numérique et des nouvelles technologies s'est généralisée, il reste encore d'importantes disparités en Europe en termes d'équipements et de culture numérique. Ainsi, si 70% de la population européenne possède une connexion internet en janvier 2015,

⁶⁶ *op. cit.*, « Digital Audiences », Novembre 2010.

⁶⁷ *op. cit.*, RIGHOLT, Niels, « Ad hoc question », Mars 2015

⁶⁸ *Ibid.*

le taux passe à 81% pour les habitants d'Europe de l'Ouest et à 58% pour ceux d'Europe de l'Est.⁶⁹ Cette disparité est telle que ce taux plafonne à 95% dans des pays comme la Norvège, mais chute à 34% en Ukraine par exemple.⁷⁰ De même, dans les pays nordiques 96% de la population est équipée d'un Smartphone alors que la moyenne européenne n'est que de 48%.⁷¹ Cette disparité est également visible entre les générations. Si seulement 15% des 25-54 ans en Europe n'ont jamais utilisé internet, cela concerne au moins les 2/3 des européens âgés de 65 à 74 ans et la moitié de ceux ayant entre 55 et 64 ans.⁷² En plus de ces différences d'accès à internet, il ne faut pas oublier les différences de qualité d'équipement : beaucoup de personnes sont d'avis que l'internet comporte encore des limitations techniques gênant leur consommation de biens culturels et artistiques – lenteur de connexion, mauvaise résolution de l'image, etc.⁷³ Ainsi, l'accessibilité à des contenus culturels et artistiques sur internet ne pourra jamais totalement se substituer à l'expérience de l'art *In Real Life*. L'utilisation du numérique a le potentiel d'améliorer, de valoriser, d'enrichir les expériences artistiques hors ligne⁷⁴ mais n'efface pas le besoin d'un contact direct avec les œuvres et avec les artistes. De plus, des études ont montré que les publics qui accèdent à des contenus culturels dans la sphère virtuelle sont souvent des amateurs d'art et de culture dans la sphère réelle. Le numérique permet donc d'instaurer une relation différente, plus interactive, plus participative, avec un public déjà engagé dans la pratique artistique.⁷⁵ Internet et les nouvelles technologies n'ont donc pas fondamentalement modifié la composition des publics même s'ils renferment cette potentialité d'une plus grande diffusion.⁷⁶

Ainsi, la nouveauté apportée par le numérique reste la manière d'interagir avec l'art, de vivre des expériences d'apprentissage. Le rôle du médiateur n'est pas fondamentalement modifié et son travail n'est pas forcément facilité, mais les actions mises en place sont plus

⁶⁹ *op. cit.*, Rapport We Are Social, « Digital, Social and Mobile in 2015 », Janvier 2015.

⁷⁰ Rapport Digital, Social & Mobile in Europe in 2014, « European digital landscape 2014 : We Are Social's snapshots of key digital data & statistics », We Are Social, Février 2014 : <http://wearesocial.net/blog/2014/02/social-digital-mobile-europe-2014/>

⁷¹ *Ibid.*

⁷² Support de discussion : « Audience Development via digital means », Juin 2015.

⁷³ *op. cit.*, « Consuming digital arts », Avril 2009.

⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ *op. cit.*, « Digital Audiences », Novembre 2010.

⁷⁶ *op. cit.*, « Consuming digital arts », Avril 2009.

accessibles, plus immersives, plus participatives.⁷⁷ Le numérique ne remplaçant pas le contact avec l'artiste, avec un médiateur, les formes traditionnelles de médiation sont toujours d'actualité et permettent de compléter ces nouvelles activités interactives numériques. La qualité de l'expérience artistique in situ, se trouve presque renforcée par la disponibilité de contenus numériques : au milieu de cette domination des écrans et de la perte de contacts humains réels face à la suprématie de la communication virtuelle, le spectacle vivant peut opérer comme un répit, une manière de souffler et d'apprécier totalement ce lien direct, intense avec l'art et les artistes. Ainsi, loin de provoquer la crise du spectacle vivant, la dénaturation de l'art ou la perte de sens du rôle du médiateur, le numérique pourrait au contraire replacer l'œuvre et le lien avec l'artiste au centre de notre expérience artistique, rendant le travail des professionnels de la médiation d'autant plus crucial.

⁷⁷ *op. cit.*, RIGHOLT, Niels, « Ad hoc question », Mars 2015

Bibliographie

Articles

- BENJAMIN, Walter, *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, version française de 1936 en ligne : <http://www.hypermedia.univ-paris8.fr/Groupe/documents/Benjamin/Ben3.html#ref>
- DELACRUZ, Elizabeth, « Art Education Aims in the Age of New Media : moving toward global civil society », *Art Education*, National Art Education Association, Vol. 62, n°5 (Septembre 2009).
- KAFAI, Yasmin B., PEPPLER, Kylie A., LEMKE, Jay et WARSCHAUER, Mark , « Youth, Technologie, and DIY : Developing Participatory Competencies in Creative Media Production », *Youth Cultures, Language, and Literacy*, Review of Research in Education, Vol 35, 2011.
- VERMERIE, Margaux, « L'arrivée des nouvelles technologies met-elle en crise de secteur du spectacle vivant ? », article universitaire non publié, Université Paris Diderot, 2013 : http://didel.script.univ-paris-diderot.fr/claroline/work/user_work.php?cmd=exDownload&authId=16554&assignId=2&workId=21&cidReset=true&cidReq=47LL5093
- « (R)évolution numérique dans les lieux culturels : les salles de spectacle (2/2) », publié le 18 novembre 2011, blog Plaine-Images : <http://blog.plaine-images.fr/?p=315>
- The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning, « Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project », Novembre 2008. http://www.macfound.org/media/article_pdfs/DML_ETHNOG_WHITEPAPER.PDF

Compte-rendu de Rencontres

- Compte-rendu, « Audiovisuel et Numérique au service de la danse : transmission, enseignement, développement des publics », Maison de la Danse de Lyon, Lundi 2 Juin 2014 : <http://www.maisondeladanse.com/sites/default/files/bilan-2-juin-2014.pdf>
- Compte rendu des Rencontres *La médiation à l'ère du Numérique*, Université Rennes 2, 8 avril 2016 : <http://www.tmnlab.com/2015/06/03/la-mediation-a-lere-du-numerique-compte-rendu-de-la-rencontre-organisee-a-luniversite-rennes-2/>

Etudes nationales

France :

- DONNAT, Olivier, « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : Eléments de synthèse 1997-2008 », Culture Etudes, Editions La Découverte/Ministère de la Culture et de la Communication, Octobre 2009

Royaume-Uni :

- Rapport de recherche qualitatif : « Consuming digital arts : understanding of and engagement with arts in the digital arena amongst the genral public », préparé par Synovate pour Arts Council England, Avril 2009.
www.artscouncil.org.uk/media/uploads/Consuming-digital-arts.doc
- Rapport « Digital Audiences : Engagement with arts and culture online », Préparé par MTM London pour Arts Council England, Novembre 2010.
http://www.artscouncil.org.uk/publication_archive/digital-audiences-engagement-arts-and-culture-online/

Etudes européennes et internationales

- JOHNSON, L., ADAMS BECKER, S., ESTRADA, V., FREEMAN, A., KAMPYLIS, P., VUORIKARI, R., AND PUNIE, Y., *Horizon Report Europe: 2014 Schools Edition*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, & Austin, Texas: The New Media Consortium, 2014
- Policy Recommendations, « Europeana for Education and Learning », Europeana Foundation, Mai 2015
- Support de discussion : « Audience Development via digital means : brainstorming session », dans le cadre du projet *The Voice of Culture : Structured Dialogue between the European Commission and the cultural sector*, Juin 2015, Amsterdam.
- RIGHOLT, Niels, « Ad hoc question : Promoting access to culture via digital means », European Expert Network on Culture (EENC), Mars 2015.
- Rapport, « Digital, Social and Mobile in 2015 : We are Social's compendium of global digital statistics, We Are Social, Janvier 2015.
http://fr.slideshare.net/wearesocialsg/digital-social-mobile-in-2015?next_slideshow=1
- Rapport *Digital, Social & Mobile in Europe in 2014*, « European digital landscape 2014 : We Are Social's snapshots of key digital data & statistics », We Are Social, Février 2014 : <http://wearesocial.net/blog/2014/02/social-digital-mobile-europe-2014/>

Annexe 1 : Institutions ayant répondu à notre enquête

Allemagne

- Deutsche Oper am Rhein : http://operamrhein.de/en_EN/junge-oper-am-rhein

Autriche

- Bregenzerfestspiele : <http://bregenzerfestspiele.com/en/programme/crossculture>

Belgique

- La Monnaie De Munt : <http://www.lamonnaie.be/fr/463/544/Oper-app>
<http://www.lamonnaie.be/fr/17/597/Finding-Song-Home>
- Pantalone : <http://www.pantalone.be>

Danemark

- Royal Danish Opera : <http://video.kglteater.dk/doden-livestream-fra-bagscenen-i-det>
<http://cmec.mah.se/case-shadow-play/>
- Den Jyske Opera : <http://www.jyske-opera.dk>

France

- Grand Théâtre de Provence : <http://www.lestheatres.net/fr/actions-hors-les-murs>
<http://www.lestheatres.net/fr/spectacles-jeune-public>
- Les Talens Lyriques : <http://www.lestalenslyriques.com/fr/actions-culturelles/t%40lenschool>
<https://www.youtube.com/watch?v=fmrvAkmwx8o>
- Opéra 3 : <http://www.compagnie-opera3.fr/#!actions-culturelles/c1kfm>
- Opéra de Dijon : <http://www.opera-dijon.fr/fr/l-opera-vous>
- Opéra national de Bordeaux : <http://www.opera-bordeaux.com>
<http://sites.crdp-aquitaine.fr/opera/rencontrer/>
<http://sites.crdp-aquitaine.fr/opera/la-boheme/>
- Opéra national du Rhin : <http://www.operanationaldurhin.eu/dossiers-pedagogiques-15-16.html>
<http://www.operanationaldurhin.eu/fiches-metiers.html>
<http://www.operanationaldurhin.eu/clips-metiers.html>
- Orchestre national d'Ile-de-France :
http://www.dailymotion.com/playlist/x3gch2_ONdIF_allez-raconte-camille/1#video=x2ev7ta
<http://www.nomadmusic.fr/fr>

- Théâtre du Capitole : <http://www.theatreducapitole.fr>

Italie

- Teatro Sociale di Como – AsLiCo : <http://operaeducation.org/en/opera-education/the-project/>
<http://www.operadomani.org/default.htm#>
<http://operakids.org/en/the-project/>
<http://www.operait.org>
<http://operababy.org>
- Associazione Musicale Tito Gobbi : <http://www.lamagiadellopera.it>

Portugal

- Casa da Música : <http://orelhudo.casadamusica.com>
<http://www.casadamusica.com/en/servico-educativo/institucional-servico-educativo-casa-da-musica/hot-spots/digitopia>

Royaume-Uni

- Glyndebourne : <http://www.glyndebourne.com/education/current-projects/schools/digital-resources/>
<http://www.lafintaguide.com/#mainTitle>
- Opera North : <http://www.operanorth.co.uk/education/online-resources>
<http://edition.pagesuite-professional.co.uk/launch.aspx?eid=4f3d99a7-dd44-43ce-beda-d269ce1184eb>
- Operasonic : <http://www.operasonic.co.uk>

Suède

- Malmö Opera : <http://www.malmoopera.se>

Projets européens et internationaux

- Opera Europa : The Opera Platform : <http://www.theoperaplatform.eu/fr>
<http://www.opera-europa.org/fr/the-opera-platform2>
- Skylight – a global science opera : <http://en.scienceview.gr/news/189>
<http://reseo.org/fr/article/creat-it-rejoint-l'année-internationale-de-la-lumière>
<https://kulturped.wordpress.com/prosjekter-under-utvikling/skylight/>
<http://cmec.mah.se/case-opus-lux/>

Annexe 2 : Questionnaire envoyé aux membres de RESEO le 22 mai 2015

Version française

Questionnaire n°1 :

Etat des lieux de l'utilisation du numérique pour la sensibilisation à l'opéra, la musique et la danse en Europe

Dans le cadre des Rencontres Culture et Education et de la journée Culture Num le 9 juillet 2015 à Aix-en-Provence, nous souhaiterions documenter les pratiques numériques des membres de RESEO ainsi que leur usage des nouveaux médias et des technologies digitales pour leur communication, leurs actions de médiation et d'éducation, la création de nouvelle production, et l'accessibilité aux personnes handicapées. Les résultats de cette enquête seront analysés dans un article qui sera publié sur le site internet de RESEO et présentés lors de la journée Culture Num au Festival d'Aix-en-Provence.

Les termes « pratiques numériques », « nouveaux médias » et « technologies digitales » recouvrent les variétés de nouvelles pratiques apparues dans notre quotidien personnel et professionnel avec le développement d'internet et des outils numériques, cela peut comprendre entre autres les réseaux sociaux, les nouvelles technologies, les sites internet, les applications, la numérisation de documents et de ressources, etc. Ce questionnaire vise à recenser les projets, les pratiques innovantes liées aux nouvelles technologies qui peuvent servir d'exemple à l'échelle européenne et décrire le dynamisme du milieu de la sensibilisation à l'opéra, à la musique et à la danse. Ainsi, ne vous limitez pas aux usages quotidiens des nouveaux médias, mais valorisez plutôt les initiatives audacieuses au sein de votre organisation, qu'elles soient positives ou non, abouties ou en cours de développement.

Pour des raisons d'organisation et de délais, **ce premier questionnaire se concentre sur l'utilisation du numérique pour des actions d'éducation, de médiation et de sensibilisation de nouveaux publics**. Vous recevrez en septembre d'autres questionnaires se penchant sur les volets communication, création artistique et accessibilité aux personnes handicapées afin d'approfondir cette étude.

Merci de nous renvoyer ce questionnaire complété avant le 5 juin 2015.

Votre structure :

Nom :

Budget annuel :

Nombre d'employés :

Taille du service éducatif :

Education :

1. Avez vous une communication digitale spécifique pour les projets éducatifs et de sensibilisation de nouveaux publics ? Si oui, quelle est-elle ?

Vous pouvez utiliser ce tableau pour documenter votre utilisation des réseaux sociaux et d'internet dans votre communication sur vos projets éducatifs :

	Date de création	Nombre d'abonnés/ de visites	Nombre de posts par jour/semaine/mois	Stratégie/type de contenus
Facebook				
Twitter				
Youtube				
Dailymotion				
Autres réseaux sociaux (Instagram, Pinterest, Flickr, Google+, Tumblr, blog...)				
Site internet				

2. Afin d'avoir une vision exhaustive de vos initiatives digitales dans vos activités d'éducation, de sensibilisation et de médiation, veuillez s'il-vous-plait, remplir le tableau suivant (*N'hésitez pas à copier/coller ce tableau si vous souhaitez mettre en valeur plusieurs projets*). Nous serons certainement amenés à vous recontacter pour avoir plus de détails sur vos usages du numérique.

Nom du projet/ de l'initiative	
Dates (passées/en cours/à venir)	
Type de projet (par ex, application, outils pédagogiques pour les écoles, web streaming, visites virtuelles, site internet dédié à un contenu pédagogique, interactivité et participation, etc....)	
Public visé (par ex, âge du public, type de public, artistes, enfants, familles, scolaires, personnes ayant des besoins spécifiques, nouveaux publics, etc....)	
Description (max 500 mots) En quelques mots veuillez décrire ce qui caractérise votre projet ; mentionner les spécificités de votre projet ; si besoin, n'hésitez pas à envoyer votre description en tant que pièce jointe)	
Ce projet ou spectacle est-il en lien avec la programmation de votre structure ? (par ex, proposé en parallèle d'une production sur la scène principale, une partition en version réduite, une thématique développée sur la saison etc....)	
Si nécessaire, merci d'ajouter des précisions sur la spécificité du projet	
Site internet	

3. Si votre organisation n'a pas de projets utilisant les nouvelles technologies et le numérique pour des actions éducatives, quelle est selon vous la raison ? (*Coût, Manque d'expertise et d'expérience avec les nouvelles technologies, Manque d'intérêt pour les nouvelles technologies de la part de l'équipe ou du public, etc....*)

Version anglaise

Questionnaire n°1:

Overview of the use of digital media in opera, music and dance education in Europe

For the European symposium Culture and Education and the day Culture Num on July 9th, 2015 in Aix-en-Provence, we would like to document RESEO members' digital practices as well as their use of new media and technologies in their communication, their educational work, the creation of new productions, and as a means of providing access to people with special needs. We shall be producing a report on the basis of the results of this survey for the Culture Num day at Festival d'Aix-en-Provence.

The words "digital practices", "new media" and "new technologies" encompass a variety of new practices linked to the Internet and digital tools in our everyday life and can include social networks, websites, digital technology, applications, digitisation of material and contents, etc. This questionnaire aims to give an overview of the innovative projects and practices linked to new technologies, examples of European good practice to promote the dynamism of opera, music and dance education. Rather than describing all digital media use in your organisation, please simply highlight projects in which the use of digital media is innovative, going beyond the "everyday" use of social media and not discriminating between positive and negative experiences.

For practical reasons, **this first questionnaire will focus on the use of digital media in education and outreach work.** In order to further this study, you will receive in September other questionnaires developing different potential aims and applications of new media such as communication, creative work, or providing access to people with special needs.

To be sent back before 5 June 2015

Your organisation:

Name:

Annual Budget:

Number of employees:

Size of the Education department:

Education:

1. Do you have a specific digital communication strategy for your education and outreach projects? If so, can you describe it?

Use this table to document your use of social networks and website to communicate your education and outreach projects:

	Date of creation	Number of followers/ of visits	Number of posts per day/week/month	Strategy/type of contents
Facebook				
Twitter				
YouTube				
Dailymotion				
Other social networks (e.g. Instagram, Pinterest, Flickr, Google+, Tumblr, blog...)				
Website				

2. In order to have a complete overview of your digital initiatives for education and outreach work, please fill in the table below (*please copy and paste the table if necessary, filling in one table per project*). We will perhaps re-contact you for further details on your digital activities.

Name of project/initiative	
Dates (past / on-going/ planned)	
Type of project (e.g. Application, pedagogical tools for schools, web streaming, virtual guided tour, website dedicated to pedagogical contents, interactivity and participation, etc....)	
Target group (e.g. audience age, specific audience, artists, children, families, schools, new audience, etc....)	
Description (max 500 mots) In a few sentences only, please highlight what distinguishes this project; mention visuals such as video, photos and other specifics if applicable (if necessary, please add a description as an attachment)	
Is this project/ performance linked to your organisation's general programme? (e.g. organised in parallel to a main stage production, reduced format of a work, thematic link to season programme etc....)	
Any other project details of interest :	
Website	

3. If your organisation does not have projects using new media and digital technologies for education and outreach works, please let us know why in your opinion? (e.g. cost, lack of expertise or experience with digital media and technology, lack of interest from the team or from the audience, etc.