

Intermed #8

Pop culture et médiation

amcsti

Intermed, la série d'ateliers de l'Amcsti dédiée aux médiatrices et médiateurs scientifiques et culturel.le.s, s'est poursuivie avec une **huitième rencontre en ligne**.

Le thème de cette rencontre était : « Pop culture et médiation » avec :

- **Mathieu Scapin, expert des objets de pop culture au musée**, médiateur culturel, Musée Saint-Raymond Archéologie
- **Franck Barataud, expert en mondes imaginaires**, créateur et organisateur de Demain mais en mieux au Festival Yggdrasil
- **Queenie Tassell, experte en web-séries**, autrice et réalisatrice de la série Damoiselle en co-production TV5 Monde
- **Nicolas Patin, expert en jeux vidéos à dimension historique**, maître de conférence en histoire contemporaine à l'Université Bordeaux-Montaigne

L'atelier Intermed #7 en chiffres :



58
participant.e-s
de 41 structures
différentes du
réseau de l'Amcsti
et au-delà



10
régions de France
et la Suisse
représentées



4
intervenant.e-s
venu.e-s partager
leur expérience du
son

Cet atelier a été coordonné par l'Amcsti, en collaboration avec des médiateurs de structures membres de l'Amcsti : Jonathan Beneteau (Cap Sciences), Manuela Simula (Cap Sciences), Kévin Fauvre (ART'M), Julie Poirier (Instant Science), Raphaëlle Jarrige (La Rotonde), Lucie René (Science Action Normandie) avec l'accompagnement de Marianne Pouget (Cap Sciences).

L'atelier **Intermed #9** aura lieu le 25 avril 2023 en ligne. Plus d'informations concernant le thème et les inscriptions pour cette nouvelle rencontre seront communiquées prochainement sur le site de l'Amcsti et ses réseaux sociaux.

Objets de pop culture au musée

Intervenant : Mathieu Scapin, Musée StRaymond

Modératrice : Julie Poirier, Instant Science

Définition de la pop culture dans les mots de l'intervenant : objets, productions intellectuelles et pratiques communes au plus grand nombre et consommés en masse.

3 idées-clés à retenir :

1. Intégrer de la pop culture à une exposition de musée permet de casser les codes sur les attendus de ce type de lieu. De plus, un seul médium ne suffit pas toujours pour expliciter un sujet. Par le biais de ces différents supports, les visiteurs pouvaient vivre une expérience complète et s'imprégner du sujet dans sa globalité. Les objets du musée viennent nourrir la compréhension des œuvres de pop culture et inversement.
2. L'utilisation de la pop culture comme outil de médiation a permis de faire venir au musée Saint-Raymond de nombreux primo visiteurs avec entre autres un public d'adolescents. Par exemple, des élèves du lycée Saint-Sernin, situé à proximité du musée, venaient sur le temps du midi pour jouer aux jeux vidéo et ensuite visitaient l'exposition.
3. La question des droits d'utilisation des œuvres de pop culture dans un musée reste un sujet un peu épineux. Il perdure en France actuellement une forme de flou juridique sur ce sujet. Il est donc possible de diffuser des extraits de films, séries, jeux vidéo... de moins de 50 secondes. Renseignez-vous bien avant !
4. **Bonus :** Suite au succès de l'exposition « [Age of classics](#) », le musée Saint-Raymond, musée d'archéologie de Toulouse a décidé d'intégrer à son Projet Scientifique et Culturel (PSC) l'étude de la pop culture au travers du prisme de l'Antiquité. Ainsi de nombreuses propositions d'animations et de programmations événementielles intègrent dorénavant cette approche. Et c'est important de noter que le public est toujours au rendez-vous ! Malgré les réticences, le musée a osé proposer une approche inhabituelle qui lui a permis de se positionner différemment vis-à-vis du public et des autres structures muséales.

Mondes imaginaires

Intervenant : Franck Barataud, Festival Yggdrasil

Modérateur.ice.s : Raphaëlle Jarrige, La Rotonde et Jonathan Beneteau, Cap Sciences

3 idées-clés à retenir :

1. Cette thématique est un bon moyen d'assouvir la curiosité des visiteurs. Seront attirés les publics déjà initiés, mais pour capter la communauté des "yeux qui brillent", voici 4 portes d'entrée assez percutantes : culture celtique, sorcellerie moderne, univers steam punk ou voyage dans le temps.
2. Tous les scientifiques ne sont pas clowns à leurs heures perdues. Comment rendre appétente leur intervention ? Ne lésinez pas sur les décors. Et mettez en scène leur recherche ou la science. Improvisez-vous maître de cérémonie comme dans un match d'improvisation théâtrale. Réinventez le binôme médiateur-chercheur pour créer « la rencontre contagieuse ! ». Un axe commun possible : la notion d'aventure ! Car « la science débarrassée des équations, c'est l'aventure ! »
3. Selon vos envies, le curseur à mettre entre ses deux mondes peut s'ajuster à votre guise ! Il faut bien définir les objectifs derrière l'action mise en place. Au-delà d'un aspect purement esthétique, il n'est parfois pas évident de les faire coexister car leurs missions sont différentes : la fiction a la liberté totale d'explorer les possibles et de s'amuser à déformer la réalité ; de l'autre côté la médiation se doit d'être vectrice de véracité, de rationalité et d'aiguiser à l'esprit critique. Mais si le contrat est clair dès le départ et avec le public, tout est possible !
4. **Bonus « Et si vous osiez ? » :** "Derrière le troll ou le viking, il y a parfois une responsable de PME locale" ou un adolescent un peu timide. Faites porter le costume à vos publics. En désinhibant les échanges, en incarnant un personnage, les publics sont plus volontaires pour une expérience immersive. On peut tout leur faire faire. Ensemble !

Synthèse

Web-séries

Intervenante : Queenie Tassell, réalisatrice

Modératrice : Manuela Simula, Cap Sciences

Le défi de l'atelier Popculture en (web)-série était de trouver dans l'univers des réseaux sociaux, et plus largement des productions pour le web, des inspirations pour mettre en série des contenus scientifiques et affiner la pratique du storytelling. Définition de "Pop culture" dans les mots de l'intervenante : "Quelque chose que l'on voit, qui est partout, qui reflète le monde et qui évolue avec le temps. Un référentiel culturel commun, facilement accessible et souvent lié à la sphère du divertissement et du loisir". En somme : un objet de communication informelle dont on peut se saisir pour en faire un outil de médiation scientifique.

3 idées-clés à retenir :

1. Une web série c'est... un produit audiovisuel de fiction fait de vidéos diffusées sur internet. Sa spécificité réside dans le canal de diffusion, mais le travail d'écriture est le même que pour d'autres œuvres fictionnelles. Une approche presque mathématique qui inclue le *pitch général*, le concept fort qui constitue l'ADN de la série ; le *high concept*, les prémisses de l'histoire (Que se passerait-il si... ?) ; le *synopsis* ; l'*arène*, l'univers dans lequel évoluent les personnages ; l'*arche narrative*, l'arc transformationnel, la trajectoire physique et psychologique des personnages ; le détail des *épisodes* ; les *dialogues*; le *traitement scénographique*...
2. Une touche d'humour : Glisser une blague, faire un jeu de mots, permet de capter le visiteur. Ajouté à la pop-culture, il parle à ses émotions, créant ainsi un rapport de proximité assumée entre le visiteur et le contenu. À quel point est-on prêt à déformer la vérité pour la blague ? L'humour peut être un outil de stimulation de l'esprit critique et de sensibilisation aux médias. Humour et humilité font la paire : pour la médiation scientifique, cela permet par exemple de souligner le fait que les connaissances scientifiques ne sont pas absolues et que les chercheurs restent des humains comme les autres, avec leurs biais, etc.
3. L'autoproduction c'est bien, mais se faire accompagner c'est mieux. La réalisation d'une web-série est une entreprise chronophage qui demande des compétences spécifiques. L'accompagnement par une boîte de production est un gain de temps et d'efficacité. A explorer pour les structures culturelles : imaginer la musée-série de demain pour "mettre des paillettes dans les yeux" ... des publics.

Balades vidéoludiques

Intervenant : Nicolas Patin, Université Bordeaux-Montaigne

Modérateur : Kévin Fauvre

3 idées-clés à retenir :

1. Pour tous les publics : Le jeu vidéo est la première industrie culturelle. Un sondage mis en place par Nicolas Patin à l'Université Bordeaux Montaigne a mis en avant que 56 % des étudiants et étudiantes jouent à des jeux vidéo au moins une fois par semaine. Les balades vidéoludiques commentées mises en place par Nicolas Patin fonctionnent avec tous les publics : étudiants (120 personnes en moyenne par sessions depuis plus de 6 ans), grand public, classes de secondaires, professeurs de latin et grecque, des cinéphiles en croisant jeux vidéo, film et histoire dans un cinéma "art et essai", ...
2. Ce qu'il faut pour mettre en place ce type de proposition: une console ou un ordinateur ; trouver un jeu; des heures de jeux pour préparer l'intervention, prendre en main le jeu et débloquer les différentes parties de la carte; un vidéoprojecteur compatible et un bon système audio dont un micro cravate pour pouvoir tenir la manette tout en parlant dans le micro; une personne qui joue au jeu et une personne qui commente; une salle adéquate permettant au participants et aux intervenants de voir l'écran ; faire attention aux restrictions PEGI. Il est tout de même possible d'éviter les scènes violentes de certains jeux afin d'ouvrir l'intervention au grand public. Par exemple : bien connaître le jeu pour éviter des scènes violentes ou encore il est possible de changer les paramètres sur certains jeux...
3. Un exemple d'organisation d'une séance : (1) Analyse historique du jeu - 20 minutes : Le budget du jeu, les conditions de production du jeu, les débats dont il a été l'origine...; (2) Gameplay - 1h20 : analyse avec un expert du contenu pendant qu'une personne joue. Il est intéressant de partir des détails de l'environnement du monde ouvert pour apporter du contenu, puis de parler des discussions débats qu'ont déclenché le jeu; (3) Questions - 20 minutes.

Bonus - sujets : immigration et violence policière à Los Angeles (GTA 5) ; urbanisme (AssassinCreedUnity)