Une ressource publiée sur tmnlab.com

Communauté at work : Documentation de l'exploration collective du MOOC Découvrabilité

Posted on 22 avril 2024 by Anne Le Gall

Comment favoriser la découvrabilité d'une offre culturelle, c'est-à-dire de favoriser sa découverte par quelqu'un qui n'en ferait pas spécialement la recherche ? Au-delà du programme TMNlab x Synapse C en cours pour mieux utiliser ses données de billetterie, ce ne sont pas moins de douze leviers qui ont été identifiés par la Mission franco-québecoise pour la découvrabilité des contenus francophones. De quoi parle-t-on ?

Les contenus culturels sont souvent noyés dans la masse d'informations sur le web. Les mécanismes derrière les algorithmes et les moteurs de recherche doivent être bien compris afin que les contenus soient propulsés de manière optimale dans les résultats de recherche et les recommandations associées. Cela passe par la connaissance et l'usage des données, par la recommandation, par l'adaptation des sites au web 3.0 ainsi que par la définition de nouvelles stratégies de marketing numérique afin de rendre visibles les contenus culturels et les faire découvrir à un large public.

Mais quand sommes-nous passés d'œuvres aux « contenus culturels » ? Comment traiter de ce sujet pour valoriser l'éphémère représentation dans un monde de traces numériques et de contenus encodés ? Quelles pratiques de recherche et d'accès des publics prendre en compte ? Dans un monde numérique aux règles algorithmiques changeantes, quels sont les communs stables sur lesquels travailler ? Où s'arrête la découvrabilité et où commence la désirabilité portée par la médiation, la sociabilité et les stratégies marketing ? Que de questionnements émergent !

Contexte

Cet article restitue les échanges d'un groupe de travail de la communauté TMNlab autour du sujet de la découvrabilité et du MOOC *Rendre visibles vos contenus culturels : les clés de la découvrabilité* a été développé en 2023 et mis à jour en 2024 par Compétence Culture, l'Institut national de l'audiovisuel, en collaboration avec Synapse C et une trentaine d'expert(e)s de la France et du Québec pour partager l'état des connaissances actuelles sur ce vaste sujet.

Si de nombreux contenus, parfois très détaillés comme ce MOOC, sont disponibles en ligne pour se former, il n'est pas toujours aisé de se les approprier. Que ce soit par manque de temps ou par manque de dynamique de groupe, apprendre seul.e n'est pas si facile.

Ce format Communauté at work que nous avons initié, à travers l'exploration collective d'un MOOC (Masssive Open Online Course), vise à produire des communs de connaissance plus adaptés et appropriables en créant une dynamique par le partage dans un temps donné.

Le groupe se réunit à deux reprises :

- lundi 22 avril : pour découvrir le MOOC *Rendre visibles vos contenus culturels : les clés de la découvrabilité* et se répartir le travail
- lundi 27 mai : pour mettre en commun nos apprentissages

Session n°1 : Exploration du sujet et du MOOC

Réécoutez la session :

Rejoindre le canal Discord dédié pour les participants :
https://discord.gg/dm4HWQmd

Framapad du travail en commun :
https://annuel2.framapad.org/p/communauteatwork-a7bl?lang=fr

Références et ressources partagées au cours de la session :

Veille évoquée ce matin et additionnelle :

- MOOC Rendre visibles vos contenus culturels : les clés de la découvrabilité / Une version mise à jour disponible de mars à août 2024
- « Culture et émotions : la dimension affective des goûts » dans la collection « Questions de culture » du DEPS
- Internet : France et Québec réunis contre Chinois et Américains
- "Soutien à la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones" : candidatez avant le 15 mai 2024
- Conception d'indicateurs de rayonnement de l'offre culturelle québécoise dans les réseaux numériques – Étude de faisabilité
- Infographie de l'OIF : "découvrabilité des contenus culturels francophones sur Internet"
- Recommandation et découvrabilité : Radio France lance son algorithme de service public

- La découvrabilité des contenus culturels, enjeu central de la diversité de l'offre culturelle en ligne
- Culturepédia, première fiducie de données culturelles pour la découvrabilité des arts vivants
- Mission franco-québécoise sur la découvrabilité des contenus culturels francophones en ligne

Rencontre TMNlab sur le sujet :

- Restitution – Rencontre TMNlab #22 : Audience et découvrabilité, la donnée entre enjeux politiques et économiques

Cafés TMNlab (réservé aux adhérent.es) :

- Découvrabilité à l'ère de l'IA, pourquoi se mobiliser ? Une heure avec le chercheur Jean-Robert Bisaillon
- Cap Data Culture, construire une communauté pour un modèle de données du spectacle vivant
- Le podcast, levier de médiation et de découvrabilité

Référentiels et ontologies :

- Wikidata:WikiProject Arts de la scène
- ArtsData piloté par Frédéric Julien chez Capacoa (Québec)
- Cap Data Opéra piloté par Eudes Peyre à la Réunion des Opéras de France

Initiatives entrepreneuriales citées :

- Music Tomorow
- Open Agenda que nous avions d'ailleurs reçu en intervention
- Gleeph illustré par un exemple présenté par Béatrice (Gallimard) au cours de la session

Rappel : présentation de la restitution du Programme d'accompagnement Synapse C x TMNlab financé grâce à la mission franco-québecoise le 14 mai 2024 à 16h. Inscription indispensable en cliquant ici.

Session n°2 : Mise en commun et perspective

Dans l'inter-session, les participant.es volontaires se sont répartis les chapitres du MOOC et les ont étudiés, seul.e ou en binôme. La session n°2 a donné lieu a une mise en commun : des principes généraux, des opportunités et freins de ce mode d'apprentissage, des perspectives,

avec un regard spécifique sur certains chapitres.

Notes brutes en cours d'édition

/// Ce que ça a ouvert ///

MOOC plutôt accessible
Difficile de trouver du temps mais permet d'intègree le sujet dans une réflexion régulière (notamment au sujet des ressources), attention à la période avril-mai pour les structures
Intéressant lien entre compréhension technique et enjeux
Ambivalence : riche / trop dense, accessible / trop technique

La forme du MOOC n'est pas universelle de toutes façons, c'est un objet pour un type de personnalité, de façon d'apprendre. Souvent besoin d'une logique de cohorte (exemple : CNFPT ou Ticket for change) ou office hours / question-réponse avec des experts.

L'évaluation par QCM est assez limitée pour juger de l'acquisition d'une la compétence – et contient des erreurs.

/// Interrogation / pistes ///

La volonté d'exhaustivité peut nuire à la bonne compréhension ? très académique, adresse à des cibles très différentes selon les parties ? manque d'un ciblage dans l'adresse, de parcours personnalisés dans le contenu ? Risque, du coup, de perdre les publics et de noyer l'importance du propos et de ses enjeux.

Interrogation sur la forme (articulation des différents formats / linéarité), comment s'articule la compréhension de cette chaîne documentaire ?
Fléchage des étapes à franchir ?
Proposer un questionnaire de compétences préalable (Loïc) ?
Étiqueter les secteurs de pratique, le niveau de littératie nécessaire pour une leçon donnée…
Parcours Débutant-Intermédiaire-Avancé ?
Bruno Bachimont (Ch2-L1) : leçon fondamentale pour Jean-Robert, incompréhensible pour Arianne

Politique / praticable / technique : comment à chaque fois trouver l'accroche ?
Taguer les contenus en fonction de la cible (par exemple fonction-secteur) pour suggérer un parcours**
Micro-évaluation et questions au début pour proposer un parcours spécifique

Les classes virtuelles ne sont pas accessibles.

/// La suite / Aller plus loin ///

Clément indique l'importance de faire un retour aux concepteurs du MOOC
Anne indique que la DGMIC (Mission découvrabilité) et le Ministère du Québec attendent notre retour.

Rmq de fond : Dans le spectacle vivant, les oeuvres ont parfois une vie très courte : dès lors, la numérique devient vite lié à la question de « l'archivage », du « répertoire », de la « documentation ». Pour la musique, la question se pose différemment, puisque l'usage de l'oeuvre musicale numérisée ne nécessite pas forcément concert.

Idée d'une émancipation des biais algorithmiques par la formation.
Comprendre le sujet permet un éclairage dans ses pratiques personnelles également.
Sujet médiation numérique / littératie numérique / éducation au média

Comment construire un plaidoyer ? (Quel niveau de compétences technique devrait-on avoir pour construire ce plaidoyer et être légitime à le construire/défendre ? FOMO)

« Amusant d'imaginer que le MOOC pourrait lui-même recommander tel ou tel contenu et chapitre du MOOC ! »

** Partant du principe que peu de gens vont faire tout le MOOC, au de sa durée: il y a un manque d'accompagnement dans le parcours conseillé en fonction de son profil / besoins / attentes.
Le parcours devrait être personnalisé.
Une évaluation en amont du MOOC serait utile. Voire un questionnaire pour identifier les attentes du visiteur.

Intégrer les usages du numérique dans le MOOC :
IA et RAG
Contributions participatives (retours d'usage, enrichissement régulier…)
Choix entre recommandation personnalisée et exhaustivité (exhaustivité qui favorise la découvrabilité – !- de sujets qu'on ne connait pas) = sérendipité [Capacité, aptitude à faire par hasard une découverte inattendue et à en saisir l'utilité (scientifique, pratique).], sortir de notre zone de confort, nous amener à aller un peu plus loin que ce à quoi nous nous attendions

Le MOOC semble plus développé côté Québec.

Classe virtuelle ?

// Quelques notes par chapitre //

Chapitre 1 : Enjeux de la découvrabilité pour le secteur culturel

Par : Anne Le Gall, TMNlab & Muriel Guyon, coopérative Azelar

Nommer l'enjeu principal en termes simples :

- Diversité
- Manque de cadre d'application au secteur / cohérent par rapport à la taille des acteurs

A retenir pour une application dans le domaine des « arts de la scène » :

- Besoin d'Aide à la priorisation

- Plaidoyer pour les arts et la création / Position du sujet à la DGMIC et pas au SNUM (ni DGCA/DGPAT/DG2TDC) / Impact de la réglementation ?
- Formation

Chapitre 2 : Impact des données sur la vie et les usages des contenus

Par : Jean-Robert Bisaillon LATICCE – https://bit.ly/LATICCE

Nommer l'enjeu principal en termes simples :

- Structurer les métadonnées

A retenir pour une application dans le domaine des « arts de la scène » :

- Structurer selon quels référentiels – Guider ce choix

Quelles questions ça m'a posé :

- Y aura-t-il adhésion commune de référentiels France-Québec ?

Les 3 concepts/définitions à retenir :

- explication des triplets RDF (sujet – prédicat (propriété) – objet (valeur))
- différence entre IA statistique et IA symbolique (et complémentarité) (Statistique reconnaît les éléments, leur nombre, les constantes et moyennes | Symbolique leur associe le sens)

Besoins :

- Incarner de façon plus pragmatique les sujets énoncés à travers des applications logicielles pratiques
- réduire la déconnexion / l'incompréhension entre milieu de pratiques et milieu technique

Chapitre 3 : Les stratégies de marketing numérique: entre création de contenus et gestion de données

Par : Ariane Groos – assaï – assai-lab.fr & Hamed Brahimi, Théâtre de l'Archipel, scène nationale de Perpignan

Nommer l'enjeu principal en termes simples :

- capter l'attention des publics et les fidéliser
- multiplier les portes d'entrée pour favoriser l'accessibilité

A retenir pour une application dans le domaine des « arts de la scène »

- déjà très intégré dans les pratiques de communication (même si de façon hétérogène et pas toujours structurée)

Quelles questions ça m'a posé :

- émergence de nouvelle compétences au sein des structures culturelles pour se charger de la récolte et de l'analyse des données d'usage, et qui permettent d'optimiser la stratégie et les outils numériques

Les 3 concepts/définitions à retenir

- importance des données d'usage et de leur collecte
- nécessité d'une organisation stratégique de la découvrabilité par les outils numériques (RS…)
- importance de l'analyse de la donnée pour comprendre, prédire et prendre soin (des publics)

Besoins :

- formation : gestion des données, création de contenus
- mutualisation des données d'usages, des données descriptives

Chapitre 4 : Le potentiel de la recommandation pour la culture

Par : Béatrice Madrid Librairies Gallimard & Corinne Nobileau Théâtre Massalia/ Nathalie Dalmasso, indépendante

Nommer l'enjeu principal en termes simples :

- permettre à un spectacle de rencontrer son public
- faire de la recommandation (transparente) territoriale un sujet de politique publique

A retenir pour une application dans le domaine des « arts de la scène »

- besoin de mutualisation des données descriptives
- exemple du cas québécois (Chapitre 6)

Les 3 concepts/définitions à retenir

- recommandation
- algorithme
- méfiance

Besoins

- identifiant unique : que peut on réutiliser ?
- transparence de la recommandation

Chapitre 5 : Les enjeux des données ouvertes et des contenus libres pour les institutions culturelles

Ce chapitre n'a pas été étudié en groupe.

PARTAGE DES ÉTUDES DE CAS

in *Chapitre 6 : Recherche, innovation et entrepreneuriat en matière de découvrabilité*

Leçon n°2 : Étude de cas – Bridge.audio

Par : Jean-Robert Bisaillon / LATICCE – https://bit.ly/LATICCE

- Reposoir d'objets numérisés (enregistrements) pour les documenter (métadonnées, tags) et les soumettre à des tiers pour exploitation
- Difficile à transposer pour les arts de la scène où les objets (représentations) sont éphémères et dont les œuvres-spectacles sont peu documentées sur le plan archivistique

OPTIONNEL / CLASSES VIRTUELLES

Les classes virtuelles n'étant pas disponibles en visionnage de rattrapage, aucun membre du groupe n'a réussi à y participer.