Créateurs de contenus et institutions culturelles : Formes et enjeux de collaboration

Posted on 21 mai 2024 by Anne Le Gall

« Exister sur les réseaux sociaux est devenu au cours de la dernière décennie une nécessité absolue pour les institutions culturelles. Il y a pourtant des modes d'existence multiples dans les espaces numériques : si les comptes institutionnels constituent un point de départ pour beaucoup, la stratégie numérique implique aussi de penser des articulations avec l'expression spontanée et multiple emblématique du web, que ce soit celle de visiteurs, de concurrents, ou de prescripteurs. »

Parmi ces voix, Marie Ballarini et Irène Bastard se penchent dans « Créateurs de contenus et institutions culturelles. Formes et enjeux de collaboration » (*Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 27 | 2023, mis en ligne le 01 décembre 2023) sur celles d'une nouvelle forme de prescription et de médiation par les créateurs de contenus, parfois appelés influenceurs de l'art.

« Ni guides conférencier(ère)s, ni journalistes, héritiers des agences de communication et sociétés de productions audiovisuelles, ces nouveaux acteurs, en général individuels ont des motivations et des objectifs hétérogènes, témoins d'un écosystème en cours de reconfiguration. Leur positionnement et leurs relations avec les acteurs traditionnels du domaine sont donc en construction et ce sont ces reconstructions que proposent de suivre ce texte. »

Si cette publication porte exclusivement sur le champ muséal, elle permet de comprendre les mécanismes d'intermédiation à l'œuvre et de positionner le rôle de l'institution dans ces nouveaux espaces de médiations et de liens sociaux.

Consulter la publication sur Open édition