

Cahier d'Inmédiats

DÉC. 2014



STUDIO

NOUVELLES PRATIQUES ÉDITORIALES



inmédiats
INNOVATION • MÉDIATION • TERRITOIRES

SOMMAIRE

PAGES

Studio : Des valeurs communes à partager	page 02
10 Spécialités, 10 Expertises	page 04
Une vulgarisation “enrichie”	page 05
▶ Partager	page 05
▶ Vulgariser	page 05
Le pouvoir du direct	page 06
▶ Expérimenter	page 06
▶ Utilisation Multimédia	page 06
Interagir avec les jeunes	page 07
▶ Nouveaux outils vers les 15-25 ans	page 07
▶ Interactions et collaborations	page 07
Une édition connectée pour engager les cibles	page 08
Quand le lecteur devient rédacteur en chef	page 08
Formation, production, diffusion : la place des publics	page 09
▶ Les phases d'un projet	page 09
L'écosystème du Studio	page 11
L'offre de service des Studios Inmédiats	page 13
Former et accompagner, un rôle clef pour le Studio	page 14
Fondamentales du CNRS	page 15
Recueillir du contenu : le fond et la forme ?	page 16
Comment “mettre en scène un contenu” ?	page 17



Ce document est émis à disposition selon les termes de la licence Créative Commons Attribution CC BY - NC - SA

Direction : Christopher Couzelin / Thomas Amourous - Membres du groupe Studio : Alexandre Marsat (Cap Sciences) / Laëtitia Carques de Kerpezdron (Espace des Sciences) / Elodie Decarsin (Science Animation) / Nicolas Guillas (Espace des Sciences) / François Millet (Relais d'sciences)
Design graphique : www.e3agence.fr

STUDIO : DES VALEURS COMMUNES À PARTAGER

Pour un centre de sciences, se doter de moyens pour développer un volet d'activités éditoriales, journalistiques, multimédia est une démarche naturelle et légitime. Elle repose sur une culture de la transmission pédagogique, de l'accompagnement à la compréhension et sur une vision partagée de la médiation scientifique.

Autant de valeurs qui font la légitimité et la spécificité de nos centres de sciences dans le traitement des contenus culturels, scientifiques, techniques et numériques.

Aujourd'hui, il ne s'agit plus seulement de "délivrer un savoir" de manière verticale (de l'expert vers les publics), mais d'interagir, de partager et de co-construire les savoirs avec le public, de développer une motivation par l'action.

Les utilisateurs doivent être acteurs de leur démarche d'acquisition, vivre une expérience, participer, être impliqués et être considérés individuellement.

En s'interrogeant sur les pratiques et les modes d'accès à la culture scientifique, les centres de sciences imaginent de nouvelles formes de médiation.

Les valeurs :

- ▶ Faire du public un acteur-producteur-spectateur
- ▶ Articuler l'écrit (lecteurs) et l'image (internauts, mobinautes, WebTV)
- ▶ Répondre aux nouvelles pratiques culturelles :
développement des pratiques numériques = outil numérique dans l'approche et la production éditoriale, consultation de contenus
- ▶ Recueillir de l'information, mettre en scène des sujets, rendre vivant la parole des publics et des chercheurs
- ▶ Proposer des contenus originaux, accessibles et passionnants :
l'art d'expliquer
- ▶ Impliquer, créer de l'échange, du débat, de la réaction
- ▶ Valoriser fortement les métiers, les applications, l'actualité

Les objectifs :

- ▶ Maintenir la curiosité et l'intérêt des publics, à la fois en ligne et hors ligne
- ▶ Diffuser différemment : en direct, en ligne et en public
- ▶ Fidéliser nos publics
- ▶ Favoriser les échanges entre les différents publics
- ▶ Susciter l'intérêt de nouveaux publics
- ▶ Enrichir le rapport aux publics
- ▶ Faire vivre une expérience aux publics pour partager un contenu

L'ambition

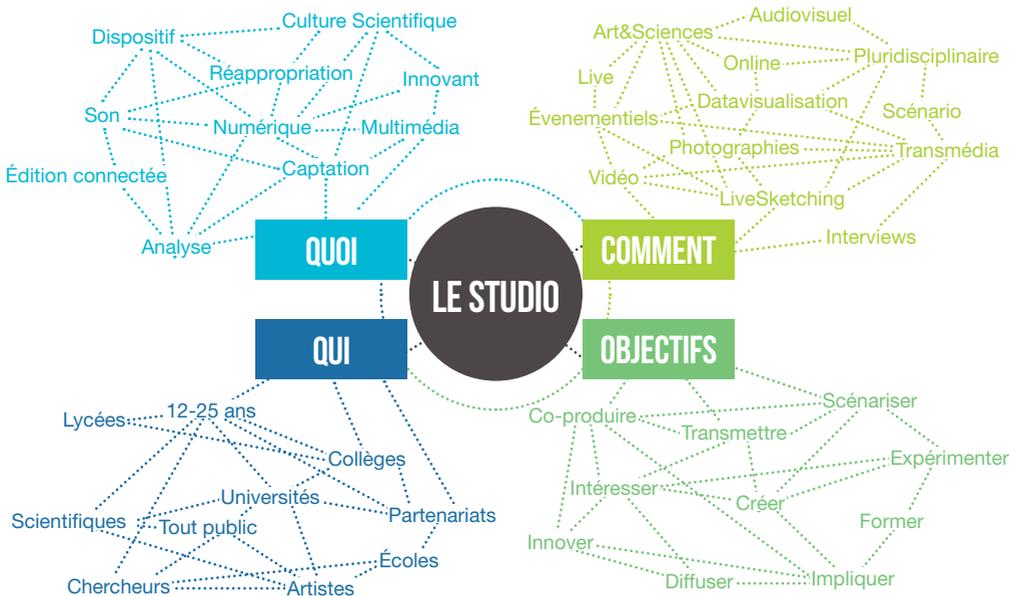
- ▶ Imaginer de nouveaux accès à la culture scientifique et technique

Comment

- ▶ Par la mise en place d'équipements structurants (studio de réalité augmentée, etc.)
- ▶ Par la création de nouveaux contenus scientifiques et d'interfaces numériques innovantes (appli mobile, etc.)
- ▶ Par le partage d'expertises et l'accompagnement de projets
- ▶ Par de nouveaux partenariats et de nouvelles façons de produire et de transmettre

Les actions

- ▶ Donner la parole aux jeunes et aux scientifiques
- ▶ Former les jeunes et les enseignants aux techniques audiovisuelles du journalisme scientifique
- ▶ Organiser des moments de rencontres et d'échanges
- ▶ Organiser des conférences filmées live et live-tweetées
- ▶ Réaliser des interviews
- ▶ Réaliser des reportages
- ▶ Réaliser des webdocs
- ▶ Transmettre sur les plateformes web
- ▶ Diffuser



10 SPECIALITES, 10 EXPERTISES

Le champ d'activité "Studio" relève d'un certain nombre de valeurs et d'objectifs comme nous venons de le décrire, mais aussi des spécialités et savoir-faire reconnus des professionnels et des publics.

► DIFFUSION ET ANIMATION

Les centres de sciences vulgarisent l'information qu'ils diffusent et qu'ils animent pour accroître l'appropriation d'une culture scientifique, technique et d'innovation sur nos territoires.

► EXPÉRIENCE DU VISITEUR

Nous sommes un media particulier grâce à notre rôle de médiateurs. Les usages numériques sont essentiels car faisant appel à l'expérience que nous développons au sein d'Inmédiats (communautés, living lab, serious games) visant à renforcer la place du visiteur.

► RAYONNEMENT DE LA CULTURE

Les actions de communication sur nos activités renforcent le rayonnement de la culture scientifique et technique.

► LABEL FORT DE LA CULTURE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

Nous avons une connaissance pertinente de l'écosystème des sciences et de l'innovation car nous en sommes l'un des acteurs.

► ANIMATION ET MOBILISATION

On mobilise les cibles et on alimente un réseau professionnel existant.

► LÉGITIMITÉ ET CONFIANCE

Une confiance forte est accordée aux centres de sciences. Ce sont des associations bénéficiant de la caution de l'Éducation Nationale, de la recherche. Elle joue un rôle de service public.

► ACCOMPAGNEMENT DE LA STRATÉGIE ÉDITORIALE

Les centres Inmédiats mettent en place des stratégies éditoriales pour leurs partenaires, en décrivant ensemble les objectifs à atteindre selon les cibles. Voir p.14.

► ÉCHANGE

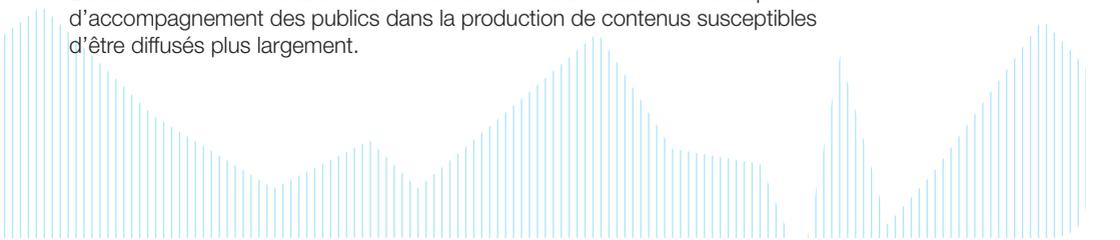
Le Studio permet de réunir des personnes pour échanger dans un lieu physique ou virtuel.

► NOUVEAUX MÉDIAS

La création de nouveaux formats éditoriaux, pour rendre le public acteur et non plus spectateur, est une nouvelle pratique du journalisme scientifique.

► CONTRIBUTION DES PUBLICS

La démarche de médiation de nos centres s'incarne dans notre capacité d'accompagnement des publics dans la production de contenus susceptibles d'être diffusés plus largement.



UNE VULGARISATION “ENRICHIE”

Partager

Partager les connaissances de la communauté scientifique et permettre aux publics d'en saisir les enjeux sont au cœur de l'activité traditionnelle des centres de sciences. Il s'agit de rendre compréhensibles et attractives des informations scientifiques complexes. Les outils et pratiques numériques font évoluer nos métiers. Ainsi, à titre d'exemple, la revue papier de culture scientifique “Sciences Ouest”, est aujourd'hui en ligne, sur appli mobile et sous forme de reportages vidéo sur une chaîne YouTube.

Vulgariser

La vulgarisation scientifique écrite s'appuie sur différentes techniques :

- ▶ l'humour,
- ▶ la surprise,
- ▶ la métaphore,
- ▶ l'analogie...

Par exemple, pour le texte d'une exposition ou d'un article, l'attaque est si possible surprenante, peu scientifique mais incitative. Les textes courts sont multiples : cette approche laisse le choix au lecteur.

Lors d'une animation dans une exposition ou un atelier, le questionnement au public est systématique. Le médiateur s'appuie alors sur de multiples supports dont la fonction est d'illustrer, relancer le propos, répondre aux questions et éveiller la curiosité : le spectateur devient progressivement acteur, il veut en savoir plus, l'échange est amorcé.

Chaque type d'interaction avec le public recèle ainsi des mécaniques propres et donc des savoir-faire.

Le Studio vient ajouter deux dimensions nouvelles à la vulgarisation

- ▶ **Le traitement de la connaissance par l'image** : reportages vidéos, web-documentaires, captations de conférences, portraits filmés, diaporamas créatifs, portfolios, photomaton...
- ▶ **Le traitement de l'actualité en live** : organisation d'événements, retransmission en direct, interviews plateau TV avec du public pour une diffusion sur internet, live tweet, édition connectée...

LE POUVOIR DU DIRECT

Expérimenter

Les expérimentations, dans le cadre d'Inmédiats, ont démontré l'impact novateur du live, à la fois dans les pratiques professionnelles et dans une relation à distance avec les publics.

Une forme hybride de vulgarisation scientifique émerge à la croisée :

- ▶ Du journalisme
- ▶ De la médiation humaine
- ▶ De la réalisation vidéo

Utilisation Multimédia

L'utilisation de l'image et de la vidéo, combinée au live, a démontré la forte attractivité de ces outils chez les jeunes : collégiens, lycéens et étudiants. D'autant plus lorsque ces derniers se retrouvent "acteurs" ! Ainsi de nombreuses productions visent à mettre en scène les jeunes à travers des présentations de leurs projets ou réalisations. Une bonne occasion de se valoriser et donc de partager, voire de faire la promotion dans son réseau.

La vidéo

Les diverses réalisations vidéos en direct, où les jeunes se retrouvent à interviewer un chercheur ou à expliquer leur démarche, leur créativité, leurs points de vue sur des questions de culture scientifique, ont montré que "le jeu du direct" fonctionne doublement :

- ▶ **En présentiel :** c'est par exemple le cas des rencontres "Grands témoins" organisées par Relais d'sciences à Caen, ou lors des différents "live" de Cap Sciences à Bordeaux, ou encore celui du festival de doctorants "Sciences en cour(t)s" avec l'Espace des sciences à Rennes. Un plateau TV "live" avait alors été installé pour donner la parole aux lycéens et aux doctorants, le temps d'un échange autour des thèses présentées et des débouchés professionnels des filières scientifiques.
- ▶ **Pour le public distant, connecté :** savoir que d'autres, au même instant, ici et ailleurs, écoutent un même scientifique, jeune doctorant ou illustre chercheur, et se posent les mêmes questions, est un échange nouveau. Les médiateurs et journalistes s'appuient sur ce public pour dynamiser l'échange et le démultiplier.

Le live

Cette force d'attraction du live créé, à elle-seule, l'événement. C'est une des caractéristiques emblématiques du Studio. Les réseaux sociaux viennent, bien sûr, renforcer l'aspect "live" et "événementiel" pour toucher, dans l'instant, des communautés autres que les classiques publics-visiteurs des centres des sciences. L'événement est donc filmé, enregistré pour une diffusion YouTube, par exemple, et relayé par twitter et FB avec plusieurs hashtags prédéfinis pour drainer cette communauté.

INTERAGIR AVEC LES JEUNES

Le Studio pose ainsi la question de la production et de la diffusion de contenus dans un contexte d'évolution constante des outils numériques et des médias. Aujourd'hui, les acteurs de la CCSTI doivent en effet s'appropriier des champs de compétences et des dynamiques des médias télévisuels, du web et de ceux de l'édition pour co-construire des contenus avec les publics et en particulier les jeunes (grands consommateurs de contenus numériques).

Nouveaux outils vers les 15-25 ans

Compte tenu de l'émergence de nouveaux outils toujours plus performants, le **Studio questionne aussi leur appropriation par les 15-25 ans**, les nouvelles interactions possibles, les nouvelles façons de produire et de diffuser de l'information avec eux. Dans le Studio, les jeunes deviennent co-producteurs de web documentaires, de short-com ou d'installations numériques interactives, comme à l'occasion de l'exposition "*Et si la plante idéale existait*" à Toulouse. Le numérique permet de proposer de nouvelles interactions. Les centres de sciences s'en saisissent pour rompre avec l'habituel schéma descendant de divulgation du savoir. Aujourd'hui, le retour du public est possible, il s'impose et nous devons le valoriser à travers une diffusion de l'information.

Interactions et collaborations

Ces "**nouvelles interactions**" sont un terrain favorable aux collaborations créatives et artistiques. Il n'est pas rare que les productions du Studio s'apparentent à des installations numériques et soient présentées dans le cadre d'événements relevant de ces dimensions créatives. C'est le cas par exemple du "*Bac à sable, Bac à sons*" un dispositif évolutif de live coding autour de la topographie, inscrit dans divers festivals art, technologie et sciences (Festival Maintenant à Rennes, Interstice à Caen). Elles viennent en cela prolonger la traditionnelle "**manip**", visant à impliquer les publics dans leurs découvertes.

Au regard de ces nouvelles technologies, le Studio produit donc des dispositifs qui interrogent la relation **Homme-Machine**. Certaines technologies nouvelles ou plus anciennes (encore peu exploitées), impliquent un travail sur le fond et sur la forme, où contenu et contenant doivent se répondre : à nouveaux contenants, nouveaux contenus. Une telle démarche nécessite de co-imaginer, co-scénariser et tester de nouveaux modes de médiation avec les publics concernés. Les nouveaux usages qui en découlent s'inscrivent à la fois sur les chantiers Studio et Living Lab. Cette passerelle permet une approche complète : contenu, interface, technique et visiteur.

UNE ÉDITION CONNECTÉE POUR ENGAGER LES CIBLES

- ▶ Les pratiques éditoriales développées par les centres de sciences d'Immédiats tirent leur légitimité de la relation constante que les équipes entretiennent avec les publics et les communautés scientifiques.
- ▶ Comme dans une exposition, l'usager doit vivre une expérience personnelle en parcourant à sa guise les contenus éditoriaux. Il décide de son parcours de visite mais peut surtout, à tout moment, contribuer à l'élaboration de contenus comme nous l'avons testé lors d'évènements, à l'instar des Fondamentales¹.
- ▶ Cette connexion, ce rapport singulier et fort avec le contenu, permet une meilleure appropriation des formats proposés. Connectée, l'édition devient un outil plus performant de médiation par le partage des connaissances.
- ▶ Pour parvenir à cette édition connectée, le Studio mobilise l'ensemble des expertises des centres de sciences : accompagnement-formation, rencontre de la communauté lors d'événementiels, **Living Lab** et **FabLab** éditoriaux, community management, scénarisation & gamification des contenus, connexion et profilage via **Navinum**...

QUAND LE LECTEUR DEVIENT RÉDACTEUR EN CHEF

- ▶ **La pratique du Studio rompt avec l'information descendante** en prenant sans cesse en compte les pratiques du lecteur de manière fine grâce au profilage permis par Navinum.

Par exemple, le site du magazine culturel "*C-Your Mag*" de Cap Sciences à Bordeaux permet à l'internaute de devenir rédacteur en chef, en créant son propre magazine à partir d'une sélection de contenus publiés sur le site ou issue de la curation.

- ▶ **Le Studio** s'oriente véritablement dans une démarche de R&D éditoriale en testant de nouveaux formats et de nouvelles formes de scénarisation de l'information auprès des lecteurs pour les adapter sans cesse à partir de leurs retours (sur le web ou lors d'évènements) et des évaluations : live-journalisme, web-docu, écriture collaborative, time-line, data-visualisation, jeux (du quiz au serious game)...

L'objectif est de faire éprouver du plaisir, rendre intelligible, comprendre, faire participer, créer du lien... Bref, de l'édition connectée.

¹ Voir p.15

FORMATION, PRODUCTION, DIFFUSION : LA PLACE DES PUBLICS

Partant du constat que tout dispositif nécessite qu'il soit produit puis diffusé à un public, les réalisations Studio s'intègrent dans ce schéma classique : **"formation, production, diffusion"**. Un triptyque que l'on retrouve dans le fonctionnement des scènes de musiques actuelles.

L'implication des publics (principalement les 15-25 ans) dans le process et dans la création de dispositifs culturels et scientifiques, trouve pleinement sa place ici. Cette évolution des pratiques impose une démarche différente de celle où la production se fait totalement en interne, ou portée par une structure tierce. Le visiteur n'est plus seulement spectateur mais devient **"spect-acteur"**.

Cette participation des publics peut s'exprimer à chacune des phases d'un projet.

Les phases d'un projet

Formation

L'une des missions du Studio est de former, transmettre des savoirs, donner des clés pour permettre aux publics de monter en compétence et d'avoir une vision globale sur le champ des possibles qu'offre la mise en scène d'un contenu, sa scénarisation, la définition d'interactions, la pertinence d'un outil plutôt qu'un autre.

Les activités de formation permettent aux publics de s'initier aux outils, techniques et nouvelles technologies mis en œuvre dans la production des actions Studio. Ils en appréhendent le potentiel et les limites pour pouvoir se projeter dès la conception du projet.

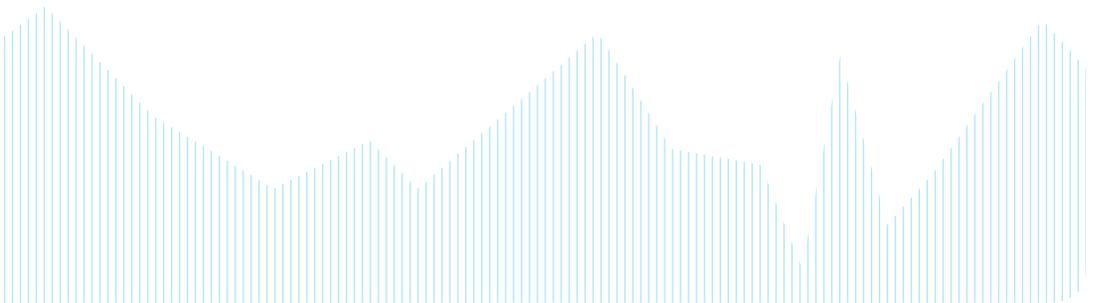
La formation peut s'inscrire sous une forme classique (cours, ateliers, masterclass...) mais aussi intégrer la personne directement dans les CCSTI par le biais de stage ou de service civique. Cette personne peut monter en compétence sur un domaine assez précis, voir comment se monte un projet, quelles démarches et méthodes de travail adopter... Cette immersion permet de rencontrer des professionnels dans des domaines variés, de se créer un réseau et d'envisager un avenir professionnel.

Production

C'est dans cette phase de production qu'il est le plus naturel d'impliquer les publics : choix du média, de l'histoire, de l'interaction, implication dans la réalisation à proprement parler. Les participants vont devoir rencontrer des institutions, des professionnels, se saisir d'un sujet et le critiquer puis restituer leurs découvertes à un public plus large. Elle permet également à des publics de se saisir des projets, pour lesquels ils ne sont pas parties prenantes : réalisation de short com sur la réalisation d'un projet **Fab Lab**, storify d'une conférence, mais aussi de se saisir de réalisations scientifiques et techniques. La créativité des publics est donc mise à contribution pour imaginer de nouvelles formes de production Studio susceptibles de mobiliser de nouveaux publics.

Diffusion

Nous connaissons les canaux habituels de diffusion, mais nous sommes de plus en plus amenés à nous rapprocher de structures de type associatif, pour diffuser l'information plus directement au destinataire du projet. Mais dans le cadre où nous nous posons la question de la diffusion par et pour notre cible, il est nécessaire d'établir un champ d'action concret. Pour ce faire, nous pouvons par exemple faire appel à des groupes d'étudiants pour imaginer et créer avec eux des stratégies de diffusion d'information, par eux et pour eux. Le chantier Communauté nous permet aussi de fédérer, d'aller chercher des publics cibles, et constitue un relais très intéressant au regard des groupes déjà créés.



L'ÉCOSYSTÈME DU STUDIO

Les contenus numériques et leur "éditorialisation" sont au cœur des nouveaux échanges. En tant que centres de sciences, nous bénéficions d'un écosystème très favorable puisque nous sommes au carrefour de plusieurs secteurs : média, éducation, recherche, culture, collectivité... (souvent "étanches") qui cherchent tous de nouveaux modèles.

Le Studio peut grâce, et avec, l'ensemble de ces acteurs

- ▶ Rationaliser les investissements via la convergence technologique
- ▶ Mutualiser les ressources et les moyens
- ▶ Elargir, développer, améliorer, tester l'expérience utilisateur
- ▶ Étendre notre domaine d'intervention (formation, accompagnement à la stratégie éditoriale...¹)
- ▶ Se différencier par l'offre (co-construction, services...)
- ▶ Trouver de nouveaux modes de diffusion
- ▶ Asseoir notre notoriété et légitimité

Médias

Le secteur des médias est en pleine mutation : il a connu d'importantes transformations, directement liées aux évolutions technologiques. De nouvelles problématiques, telles que la guerre des contenus ou l'apparition d'un "consom'acteur", sont nées des nouveaux usages. Le modèle économique traditionnel et les acteurs historiques doivent se réinventer. Le Studio peut leur fournir des contenus novateurs.

Éducation

Ce secteur cherche aujourd'hui à valoriser la créativité, individualiser l'enseignement, réinventer la relation pédagogique. Les diverses initiatives et projets qui mettent la technologie au service de l'éducation sont toujours plus nombreux. L'enseignement frontal magistral semble avoir vécu, d'où l'émergence de MOOC dans lesquels le Studio s'inscrit pleinement. Le Studio permet aussi la transmission de savoirs, de formations et des rencontres pour créer ensemble.

Recherche

De nombreux chercheurs veulent partager leur passion pour les sciences et la découverte avec le public pour trouver des financements, faire naître des vocations, étendre leur réseau, et s'inscrire dans la diffusion de la culture scientifique... Habités aux formes classiques de vulgarisation (livre, conférences, expositions, animations...) le Studio offre la dimension multimédia

¹ Voir p.14-15

et sa diffusion ainsi que des rencontres avec des acteurs de la culture, des arts, des entreprises... Reste encore à bien choisir son message et sa forme : le Studio est là pour cela.

Économie de la créativité

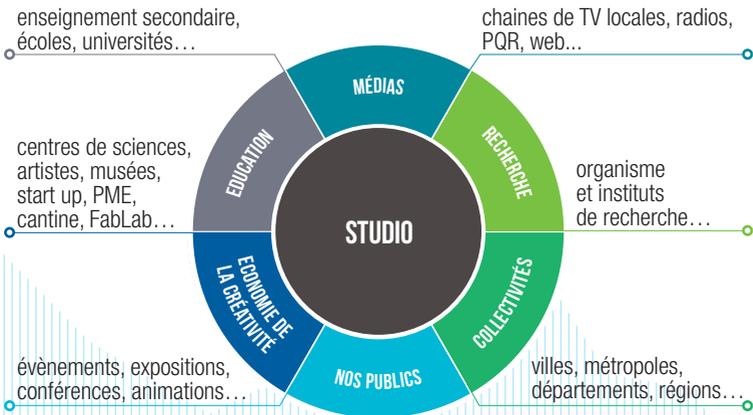
Les solutions numériques sont au cœur des industries culturelles et créatives. Les innovations technologiques permettent de révolutionner ce secteur d'activité. Les nouveaux formats de l'image et du son trouvent de nombreuses applications. Le développement des animations, images 3D, réalité virtuelle, jeux en réseaux offrent de nouvelles perspectives. Ces acteurs (musique, théâtre, beaux-arts...) sont des partenaires pour de nouvelles écritures.

Collectivités locales

Les collectivités locales s'inscrivent, par nécessité, dans une démarche de marketing territorial pour valoriser, dynamiser et rendre attractif leur territoire. Le Studio y fait émerger de nouveaux projets, de nouvelles pratiques, de nouvelles compétences au service des territoires et de ses usagers, notamment des jeunes. Ainsi le Studio permet aussi d'aller à la rencontre des publics plus éloignés des CCSTI.

Nos publics

Ils génèrent, commentent et relaient l'information en un temps record grâce aux réseaux sociaux et la participation à la production éditoriale de nos centres de sciences¹. Ainsi, collégiens, lycéens, étudiants, jeunes actifs... co-construisent avec nous, diffusent et font la promotion de leurs contenus. Au final, ce sont eux les meilleurs ambassadeurs des contenus numériques que le Studio propose désormais.



¹ Voir édition connectée p.8

L'OFFRE DE SERVICE DES STUDIOS IMMÉDIATS

Cette offre de service s'adresse autant aux partenaires et clients qu'aux autres chantiers Inmédiats qui peuvent s'en saisir en tout ou partie pour soutenir leurs projets ou les enrichir.

Elle s'appuie sur l'enchaînement **Formation / Production / Diffusion**.

FORMER

Aux outils
Live tweet, web docu, ...

Aux méthodes
*Dossier éditorial,
entretien, interview, ...*



PRODUIRE

Recueillir un contenu
*Captation, interview,
entretien, rédaction, ...*

Mettre en forme un contenu
Texte, podcast, vidéo, ...

Mettre en scène un contenu
*Portrait, article, shortcom,
storytelling, ...*

Mettre en vie un contenu
*Gamification, webdocu, installation,
...*



DIFFUSER

Via nos plateformes
Site, blog, ...

Via les partenaires
Médias, institutions, scientifiques, ...

Via les réseaux sociaux
Facebook, Twitter, youtube, ...

FORMER ET ACCOMPAGNER, UN RÔLE CLEF POUR LE STUDIO

Les centres Inmédiats ayant développé les expertises présentées dans les pages précédentes, nous formons désormais des publics différents lors d'ateliers, d'événements ou lors de journées dédiées aux professionnels pour les accompagner sur leur stratégie éditoriale.

Nous pouvons ainsi proposer plusieurs formats d'intervention :

Master-class

Atelier ouvert aux publics où nous formons les participants aux pratiques éditoriales (rédaction, pratiques du micro-blogging, live tweet, captation vidéos...). L'activité labellisée **Sciences en collèges** permet par exemple à des collégiens de Gironde de réaliser une web-série sur leur Projet d'action culturelle. **Les Echos de l'innovation** offrent la possibilité à des lycéens bretons de partager, à travers leurs vidéos, leurs visions et leurs réflexions sur leurs projets d'innovation technologique.

Les Master-Class journalisme des Côté Sciences encadrées par un journaliste de Cap Sciences permettent de faire créer des contenus de différents formats (texte, photo, vidéos) par la cible 15-25 et les publics empêchés (zone Quartier prioritaire).

La formation externe

Différentes structures d'enseignement ont déjà fait appel à nous. Au sein de leur cursus, il s'agit de modules, de travaux pratiques ou dirigés, pour :

- ▶ former des doctorants à présenter leur sujet de thèse au travers d'un média,
- ▶ impliquer des étudiants de masters dans un projet de webdocumentaire à réaliser,
- ▶ former des professionnels qui le souhaitent aux réseaux sociaux et aux stratégies attenantes.

La formation interne

Nous accueillons régulièrement des stagiaires et/ou des services civiques. Cette formule permet à la personne accueillie de travailler sur des projets concrets et ainsi de monter rapidement en compétence, à la fois sur les outils utilisés, mais aussi sur les modes de fonctionnement, le suivi de projet... C'est un très bon moyen pour faciliter l'insertion professionnelle des jeunes diplômés ou en recherche d'emploi, car les projets permettent une forte mise en réseau.

L'accompagnement

Forts de nos expertises éditoriales et de médiation respectives, des entreprises, des associations ou des collectivités locales peuvent faire appel à nous pour différentes formes d'accompagnement de leur projet.

Pour la mise en réseau avec un public, des professionnels de la culture scientifique et technique et d'autres domaines, pour transmettre des méthodologies de travail, pour apporter un regard neuf et impartial sur le projet...

Des artistes nous sollicitent aussi sur des projets arts et sciences, pour les aider à monter leur projet, les mettre en relation avec des laboratoires de recherches, les aider à trouver des financements...

FONDAMENTALES DU CNRS : UN ÉVÉNEMENT PRESTIGIEUX QUI S'EST OUVERT AUX JEUNES VIA L'ACCOMPAGNEMENT D'INMÉDIATS

Dans le cadre de l'organisation du colloque scientifique Les Fondamentales du CNRS, rassemblant pendant trois jours à la Sorbonne des chercheurs de renommée, le CNRS a sollicité Inmédiats pour réussir à atteindre des publics jeunes et avoir un traitement éditorial innovant.

Le défi mettre en scène et diffuser les échanges entre chercheurs et publics.

Les objectifs

- ▶ Prendre la parole & dialoguer autour des sciences fondamentales
- ▶ Mettre en scène les sciences fondamentales de manière accessible et ludique
- ▶ Rassembler les contenus & contributions dans un même "lieu"
- ▶ "Emmener" l'événement dans les territoires
- ▶ Tester des formats et modes de médiation innovants

Pour atteindre ces objectifs, Inmédiats a testé et mis en place plusieurs expertises

- ▶ Un dispositif original de prise de parole pour les jeunes (cartographie participative)
- ▶ Un partage d'expertises chercheurs et/ou jeunes publics par l'enrichissement de la carte interactive via les réseaux sociaux ou des événements physiques.
- ▶ Un scénario transmedia pour élargir la cible grâce à la construction d'une stratégie sur les médias sociaux.
- ▶ Une couverture live-journaliste participative et multi-diffusée.

Lien : <http://bit.ly/1GRJpUv>

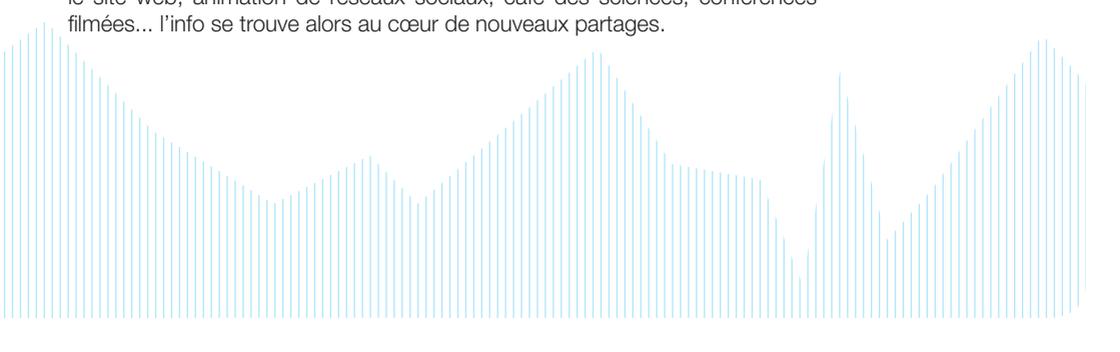
RECUEILLIR DU CONTENU : LE FOND ET LA FORME ?

Pour les équipes de journalistes et de médiateurs du Studio, recueillir de l'information et savoir la traiter pour intéresser les jeunes est considéré comme le "nerf de la guerre". L'information est la matière première du Studio, elle constitue le fond, mais son "recueil" doit désormais être pensé en adéquation avec la ou les futures formes des contenus numériques produits.

Recueillir du contenu, auprès des scientifiques notamment, passe par plusieurs techniques : maîtriser l'art de l'interview, du portrait, choisir l'angle d'attaque, valoriser la dimension locale, mettre à l'aise l'invité, simplifier progressivement par des questions à relance, détecter les mots-clés, s'appuyer sur des anecdotes... C'est aussi occuper les réseaux sociaux, susciter le débat en organisant des conférences, des cafés, des événements...

Bien implantés et légitimes dans nos territoires, nous connaissons "personnellement" les acteurs de la recherche et de l'innovation. Un de nos atouts est donc de pouvoir être "sur le terrain", aller à la rencontre, filmer, prendre des photos et des sons dans des lieux inaccessibles aux publics ! Cette présence "d'envoyés spéciaux multimédia" que nous incarnons permet de suivre l'actualité et la recherche "en train de se faire".

Ainsi, à titre d'exemple, le blog "Une journaliste à la mer" a été créé et pensé comme un journal de bord pour faire vivre aux internautes une expérience unique : billets, photos, vidéos étaient postés chaque jour par une journaliste de Sciences Ouest embarquée pendant 19 jours à bord d'un navire de recherche. La promesse : suivre en direct la vie de 40 chercheurs à bord d'un navire de l'Ifremer. Au large des Açores, un robot sous-marin téléguidé plonge à 1700 mètres de profondeur, au sommet d'un volcan nommé Lucky Strike... Cette "matière première" est directement exploitée à travers un blog mais donne lieu à de multiples usages : dossier sur la revue papier, l'application mobile, le site web, animation de réseaux sociaux, café des sciences, conférences filmées... l'info se trouve alors au cœur de nouveaux partages.



COMMENT “METTRE EN SCÈNE UN CONTENU” ?

Les outils et usages numériques

Ils bouleversent nos pratiques avec le changement des supports, des modalités de publication, des mécanismes de visibilité, d’accessibilité et de circulation des contenus. C’est l’ensemble de notre rapport au savoir qui se trouve remis en question.

Le processus d’organisation et d’agencement des contenus numériques est par essence ouvert et dynamique. Il ne s’agit plus seulement de faire lire nos contenus mais de les faire “vivre”.

Une éditorialisation

Une éditorialisation, en tant que dispositif de mise en forme et de structuration d’un contenu, n’est pas limitée à un contexte fermé et bien délimité (une revue, par exemple) ni à un groupe d’acteurs prédéfinis (les lecteurs), mais implique au contraire une ouverture dans l’espace (multiplicité de plateformes) et dans le temps (plusieurs acteurs sur des temporalités multiples). Cette ouverture est une des principales différences entre l’édition et l’éditorialisation.

Nouveaux dispositifs de médiation

C’est pour cela que le chantier Studio et ses différents acteurs conçoivent, en fonction des contenus, de nouveaux dispositifs de médiation, innovants tant dans le fond que dans la forme. Ces recherches sont une partie de la mécanique de pensée de ces nouveaux dispositifs : il nous faut inventer de nouvelles mises en scène, de nouvelles interfaces graphiques mais surtout de nouvelles interactions pour un nouveau rapport au contenu.

Modes de transmissions

C’est aussi l’occasion d’utiliser des vecteurs déjà existants, mais dont nous nous servions que très peu jusqu’ici comme le dessin, le théâtre, la danse, la musique... Tous ces modes de transmissions à la fois artistiques, ludiques et pédagogiques ont une authentique identité culturelle. Ils peuvent nourrir très largement nos pratiques : l’un et l’autre peuvent se servir, se rencontrer pour créer une alchimie et donc de nouvelles formes de médiation, de nouvelles façons de mettre en vie un contenu.

NOS SUPPORTS

Sites internet
Revue papier
Blog Expositions
Site dédié
Magazine web
Newsletter
Rapport d'activités

RÉSEAUX SOCIAUX

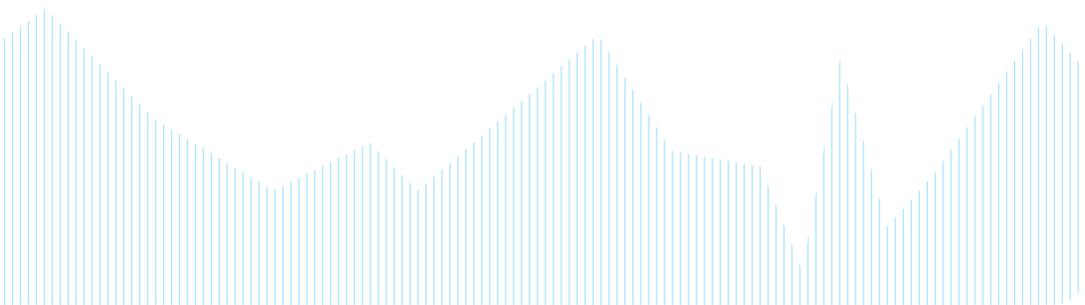
Facebook
Pinterest Youtube Vine
Dailymotion
Twitter Flickr Instagram

PARTENAIRES

Radio régionale
Radio locale Industriels
Site web Télévision locale Journaux des collectivités
Magazine culturel Presse régionale

RELAIS

Laboratoires Universités Entreprises
Disciplines transversales Associations
Équipes de communication





inmédiats

INNOVATION - MÉDIATION - TERRITOIRES



Contact :

#inmediats

www.inmediats.fr

contact@inmediats.fr

