

Technologies culturelles et économie de la contribution

Depuis sa création en 2006, l'Institut de recherche et d'innovation (IRI) s'intéresse aux mutations de l'offre et de la consommation culturelle permises par les technologies numériques. Recherche théorique et recherche technologique s'y conjuguent pour élaborer de nouvelles applications destinées aux publics amateurs, aux chercheurs et aux artistes, dans le contexte des évolutions du Web, des réseaux sociaux et des dispositifs collaboratifs.

BERNARD STIEGLER

Directeur de l'IRI

www.iri.centrepompidou.fr

Les objectifs de l'Institut de recherche et d'innovation (IRI) s'inscrivent pleinement dans l'Année européenne de la créativité et de l'innovation, et c'est la raison pour laquelle il a été associé à la journée organisée sur ce thème à Bruxelles par la Commission européenne, le 23 avril 2009, dans le cadre d'une réflexion sur l'économie créative.

Le concept d'économie créative, appuyé sur les travaux de John Howkins, doit être englobé dans celui de société de la contribution fondée sur les technologies culturelles collaboratives. L'IRI a organisé en ce sens un séminaire sur l'économie de la contribution, en février 2009, avec le Goldsmiths College de l'université de Londres, le Centre de culture contemporaine de Barcelone, l'université Todai de Tokyo et l'Institut Télécom de Paris¹.

Les technologies collaboratives constituent désormais le principe dynamique du développement d'Internet, et conséquemment de l'économie de la contribution. Dans ce contexte, les technologies culturelles jouent un rôle crucial d'abord en ceci que ce que l'on appelle l'économie créative – ou contributive – suppose une réticularité bidirectionnelle qui intensifie les relations entre les divers acteurs du social. Les technologies collaboratives sont caractéristiques des technologies relationnelles numériques étudiées aussi bien que suscitées par le *social engineering*, à travers lesquelles se mettent en place des modalités tout à fait originales et spécifiques d'individuation collective et de transindividuation (au sens que Gilbert Simondon donnait à ces mots), et où le symbolique sous toutes ses formes – c'est-à-dire le culturel sous toutes ses formes – constitue l'élément de cristallisation.

L'amateur à l'avant-garde de l'innovation ascendante

C'est dans le contexte de ces nouveaux milieux techno-relationnels que les artistes, les chercheurs, les scientifiques, les écrivains, les intellectuels, les ingénieurs, les concepteurs, les designers, les entrepreneurs, les investisseurs et aussi – et surtout – les publics font émerger une société de la contribution, c'est-à-dire de l'innovation ascendante. Au cœur de cette émergence, une ancienne figure, que l'on avait pu croire désuète, réapparaît comme l'idéal type (au sens que Max Weber donnait à cette expression) du contributeur : l'amateur.

L'amateur est une figure multiface (de l'amateur d'art à l'artiste amateur) qui ressurgit en effet à travers le transfert des appareillages professionnels vers le public le plus vaste. Et si l'amateur est au cœur de l'économie de la contribution, c'est parce qu'il n'est pas un consommateur. Pour le dire autrement, les technologies culturelles constituent un nouveau système industriel, qui rompt avec le modèle consumériste que rendent possible les industries culturelles.

L'amateur et le contributeur forment des publics appareillés dans la mesure où, autour du serveur, élément clé des technologies culturelles numériques qui s'est substitué à l'émetteur, caractéristique des industries culturelles, d'innombrables fonctions autrefois réservées aux producteurs sont devenues accessibles à tout un chacun – parmi lesquelles en particulier l'auto-production, l'auto-broadcasting, l'auto-indexation et l'annotation sous toutes ses formes. Si le serveur constitue l'équipement clé, les métadonnées constituent le savoir clé².

Sur la base de ce nouveau complexe informationnel et industriel – celui du *cloud computing*, tel que l'a analysé Christian Fauré, où se déploie ce qu'Alain Giffard appelle la lecture industrielle – émerge une activité *bottom up* massive, qui bouleverse tous les modèles politiques, économiques, sociaux, culturels, scientifiques et éducatifs, et qui engendre un changement de sens de l'innovation : s'y constitue une innovation ascendante dont les caractéristiques ont été examinées au cours d'un colloque organisé par l'IRI au Centre Pompidou en décembre 2007 en partenariat avec l'École nationale supérieure de création industrielle (Ensci) et Cap Digital.

Institutions culturelles et nouvelles formes d'adresse au public

C'est dans ce contexte que, pour ce qui concerne les institutions culturelles et la destination des œuvres, de nouvelles formes d'adresse au public émergent, répondant aux nouvelles pratiques collaboratives et contributives du public lui-même – telles qu'elles résultent de son appareillage numérique.

L'IRI s'est fixé pour objectif de contribuer directement à cette émergence où le public, par ses pratiques *bottom up*, constitue une nouvelle « avant-garde » –

1. Ces quatre institutions sont membres de l'IRI avec le Centre Pompidou, Microsoft, l'École nationale supérieure de création industrielle et l'école supérieure d'art de Biarritz.

2. Question sur laquelle l'IRI a organisé un séminaire en collaboration avec le Goldsmiths College en novembre 2008.



Consultation d'un vidéo-livre sur le thème de la modernisation avec annotation collaborative par enregistrement vidéo et typage polémique des contributions par code couleur.

ce qui ne signifie en aucun cas que l'époque des prescriptions *top down*, c'est-à-dire institutionnelles, serait révolue, tout au contraire. C'est un nouvel agencement entre ces deux pôles – qui interagissent toujours en tout processus d'individuation – qui constitue l'enjeu des métadonnées. Et les travaux théoriques aussi bien que technologiques de l'IRI visent essentiellement à concevoir et mettre en œuvre des plates-formes contributives de génération de métadonnées au service des amateurs d'art et de culture. Ces plates-formes constituent de nouvelles formes d'appareils critiques.

Les profils d'« amatorat » qui apparaissent spontanément dans le milieu réticulaire numérique se concrétisent encore souvent par des dispositifs très primaires ; mais il faut les appréhender comme les premiers éléments d'une trajectoire longue. C'est sur cette trajectoire que s'inscrit l'IRI.

L'activité photographique et vidéographique nouvelle induite par la fonction audiovisuelle des téléphones portables et des *smartphones* aussi bien que la production de *taggs* en tous genres fait apparaître des espaces critiques pour lesquels de nouvelles formes de génie éditorial et de développement de logiciels et de services doivent transformer en profondeur les relations entre les institutions culturelles et leurs publics.

Ce renouveau signe la fin de l'époque du consumérisme culturel qui a caractérisé ce que certains considèrent constituer un échec de la démocratisation culturelle. Et c'est une bonne nouvelle pour l'art et la vie de l'esprit. Car les œuvres ne s'adressent pas à des consommateurs mais précisément à des amateurs, définis ici avant tout comme ceux qui fréquentent les œuvres en développant autour d'elles des pratiques : les œuvres, à la différence de tout consommable, sollicitent un engagement du public qu'elles ne forment (comme *Bildung*) que dans cette mesure – ou cette démesure.

Durant près d'un siècle, le développement des technologies audiovisuelles, qui ont été le facteur de développement majeur des industries culturelles, a eu pour conséquence une destruction de la figure de l'amateur – au sens où celui-ci pratique les œuvres d'une manière ou d'une autre. Avec ce que Walter Benjamin décrit comme une reproductibilité machinique bouleversant les conditions de la perception s'est produit un tournant machinique de la sensibilité elle-même, qui a court-

circuité les pratiques et imposé le consumérisme culturel, modifiant en profondeur les attitudes spectatorielles et les modes attentionnels – affaiblissant ce que Katherine Hayles appelle la *deep attention*.

Les technologies culturelles numériques ouvrent la possibilité d'un nouvel âge de la relation entre les publics et les œuvres aussi bien que celle d'une aggravation de la perte d'attention – si elles sont abandonnées aux seules prescriptions du marketing, qui invente à travers elles de nouvelles formes d'audimat. C'est évidemment au service du premier terme de cette alternative que l'IRI conduit ses travaux, qui s'appuient essentiellement sur deux instances :

- *le collège*, qui accueille en résidence des créateurs et des chercheurs de toutes disciplines ;
- *l'atelier*, constitué par une équipe d'ingénieurs collaborant étroitement avec les résidents.

Les résultats de ces travaux, qui aboutissent à des prototypes dont les développements sont réalisés en réponse à des appels d'offres nationaux et européens, sont régulièrement mis en situation publique à travers des expérimentations permettant de préfigurer les espaces critiques rendus possibles par les technologies culturelles. ■

MUSÉOLOGIE 2.0

L'IRI et le ministère de la Culture et de la Communication (SG/MRT) organisent depuis 2007 un séminaire mensuel sur les nouvelles formes d'adresse au public dans le contexte muséal, principalement destiné aux professionnels des musées et aux étudiants en muséologie. Il est suivi chaque année par les étudiants de master de l'École du Louvre et a réuni au cours des deux premières éditions près d'une centaine de participants.

En 2008, il a eu pour thème « les espaces critiques collaboratifs ». En 2009-2010, il aborde les questions relatives aux « technologies de l'attention », tant du point de vue théorique (philosophie, sciences de la cognition, sciences de

l'homme et de la société) que technologique – en particulier à travers appareils critiques et technologies collaboratives dans le contexte de l'avènement des très hauts débits.

Un groupe de travail « Muséologie 2.0 », ouvert aux professionnels des musées mène aussi une réflexion prospective sur ces thèmes.

Les enregistrements des séminaires annotés dans le logiciel *Lignes de temps* sont en ligne sur le site de l'IRI : <http://fonds.iri.centrepompidou.fr>

Contact et inscription :

Vincent Puig, directeur adjoint
Tél : 01 44 78 14 90