



**HAL**  
open science

## Net Art et autoproduction

Geneviève Vidal, Christian Papilloud, Jean-Paul Fourmentaux, Florence  
Millerand

► **To cite this version:**

Geneviève Vidal, Christian Papilloud, Jean-Paul Fourmentaux, Florence Millerand. Net Art et autoproduction : Acteurs et enjeux de la recherche : reconnaissance, créativité et industries du numérique. [Rapport de recherche] Labex ICCA industries culturelles & création artistique. 2015. sic\_01119765

**HAL Id: sic\_01119765**

**[https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_01119765](https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01119765)**

Submitted on 24 Feb 2015

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Net Art et autoproduction

Acteurs et enjeux de la recherche : reconnaissance, créativité et industries du numérique

## Rapport de recherche

septembre 2014

Jean Paul Fourmentraux (Lille 3 – Geriico) Florence Millerand (UQAM-Québec) Christian Papilloud (Université de Halle-Allemagne) et Geneviève Vidal (Paris 13 – LabSIC)

### Labex ICCA



### Contexte de la recherche

Le Net Art renvoie à une réalité multiforme recouvrant des pratiques artistiques qui se développent avec des technologies informatiques, numériques et avec l'internet. Dans les années 1990, sans retenir le *computer art*, le *mail art* des années 1960, le Net Art <sup>1</sup> s'est développé massivement en Russie et dans les pays de l'ex - Europe de l'Est où Heath Bunting, artiste militant yougoslave, Oliana Lialina et Alexei Shulgin (Russie) ou Vuk Cosic (Slovénie, co-fondateur des listes de diffusion Nettime, Syndicate, 7-11 et du Ljubljana Digital Media Lab). Il questionne les spécificités technologiques, politiques et sociales de l'internet. Au coeur des œuvres, la critique des régimes non-démocratiques, l'hacktivisme, le cyberféminisme constituent les prémisses de la création sur l'internet. Cet art est en effet indissociable de la technologie et du contexte socio-politique des années 1990. Un nombre significatif d'artistes du réseau revendiquent un type d'implication parasitaire, mettant en œuvre une pratique de l'infection et de la contamination : leur démarche a pris pour objet l'incident, le *bug*, l'inconfort technologique. Les œuvres pionnières de *Jodi* interviennent par exemple sur la structure du langage HTML par altération du code et transformation des balises permettant l'agencement des sites web. Ces œuvres questionnent la relation médiatique, ses contraintes sociales et les déterminismes structurels, visuels ou imaginaires, qu'elle promet : le succès contemporain du *Glitch art* en est un éloquent témoignage relayé en France par l'artiste Systaime (a.k.a Michael Borrás) qui travaille le flux internet, détourne les réseaux sociaux, remix le web, esthétique les bugs (*Glitch*) et réalise des collages (*Mashup*) à partir des nombreuses productions amateurs de la culture populaire numérique. À l'heure du web 2.0, l'artiste Français Christophe Bruno incarne le renouveau de cette figure de l'artiste parasite en « s'attaquant » aux outils et rituels du web collaboratif. Ses « Google Hack » détournent Google de ses fonctions utilitaires tout en en révélant les dimensions contraignantes et cachées.

Au début des années 2000, d'autres artistes se font aussi activistes sur l'internet. Josh On de Futurefarmers propose une version anti-impérialiste des jeux vidéo ayant pour mission la guerre contre le terrorisme. Heath Bunting pervertit les communications médiatiques de grandes puissances financières. Le collectif américain RTMARK détourne les stratégies de communication de grandes sociétés de courtage privées. Le collectif européen ETOY mène de nombreuses actions au cœur de la bataille politique et économique des noms de domaines sur l'internet (DNS, Dot.com), inaugurant ainsi des guerres informationnelles sur le terrain de l'*e-business* et des nouvelles valeurs financières comme le NASDAQ.

Les artistes du Net Art s'engagent également dans le mouvement du logiciel libre en créant des œuvres

---

<sup>1</sup> Cette présentation du Net Art est issue du texte de la communication à l'ACFAS Montréal 2014 de Jean-Paul Fourmentraux : « Net art, création vs créativité : entre autoproduction artistique et critique numérique », 82ème Congrès de l'ACFAS 2014, colloque « Injonction de créativité et création sous contrainte : parallèles entre secteur culturel et monde du travail à l'épreuve du numérique », Université Concordia, Montréal, 12-16 mai 2014.

inspirées du modèle « copyleft » de développement à code ouvert (*open source*<sup>2</sup>). L'*Art Bit Collection*<sup>3</sup> de l'International Computer Consortium de Tokyo (ICC) et le site [runme.org](http://runme.org)<sup>4</sup> rassemblent des expérimentations autour des langages de programmation, des environnements logiciels, des *Network community*, des applicatifs de visualisation des coulisses du World Wide Web, et des applications détournées de logiciels interactifs.

Plus récemment, le Net Art tend également à se déployer hors du réseau et à s'inscrire dans des objets tangibles. C'est le cas notamment des réalisations du collectif d'artistes français *Microtruc* ainsi que des projets *Dead Drops* et *Speed Show*, portés par l'allemand Aram Bartholl et du projet *Newstweek* du néo-zélandais Julian Oliver, tous deux fondateurs du Free art, qui investit l'espace de la rue en y déployant des œuvres en réseau, mais pourtant déconnectées de l'internet. Des signes de géolocalisation numérique, des supports de stockage, des flux d'informations, des ondes communicationnelles sont alors extraites du réseau internet, pour, tout en s'en inspirant, amplifier des relations sociales, des situations de partage et de communication urbaines. C'est le cas aussi du projet *Hype(r) Olds* initié par Albertine Meunier et aujourd'hui relayé par de nombreux artistes issus du Net Art qui proposent dans des espaces physiques des ateliers de culture numérique à destination de femmes âgées de plus de 77 ans. C'est le cas encore avec le projet *WJ-s* d'Anne Roquigny, qui consiste en l'organisation de sessions collectives de remix du web à destination d'amateurs qui renoncent un instant à l'isolement de la relation frontale à leur écran, en participant à des expériences de partage collectif de leur playlists avec d'autres amateurs. Le projet *Machinima* porté en France par Isabelle Arvers consiste quant à lui en des ateliers de réalisation et de diffusion de films d'animations produits via le détournement de moteurs de jeux vidéos en 3D.

D'autres projets créatifs du Net Art s'attachent à l'invention de nouvelles modalités de co-création. À l'instar du dispositif pionnier (seconde moitié des années 1980) de l'artiste ingénieur Olivier Auber, le Générateur Poïétique, ces œuvres consignent aux évolutions récentes des technologies de la mobilité (téléphone portable, palm pilot, GPS, etc.) des nouveaux scénarios d'usage. Dans l'espace urbain, par exemple, les artistes créent des installations qui reposent sur l'intervention du public comme lors de la Nuit Blanche courant octobre 2004 à Paris, où il était possible de jouer au Tetris sur la façade de la Bibliothèque Nationale de France. La tour T2 ayant été transformée en un écran géant (20x36 pixels sur une surface de 3370 m<sup>2</sup>) utilisant l'éclairage des fenêtres. Les appels téléphoniques et l'envoi de SMS avaient un impact créatif sur l'éclairage lumineux de la façade<sup>5</sup>. Des recherches artistiques depuis les années 1990 explorent des formes expérimentales d'un cinéma transformé, c'est ce que Douglas Edric Stanley qualifie de cinéma interactif, génératif ou algorithmique<sup>6</sup>, selon un régime hérité de l'informatique, qui redéfinit les attributs de l'« image », ses modes de circulation ou de mise en récit.

---

<sup>2</sup> A distinguer le mouvement du logiciel libre, *Free Software Foundation*, fondé par Richard Stallman, et le mouvement *Open Source Initiative*, initié par Eric S. Raymond qui, s'il coïncident sur la méthodologie des logiciels, diffèrent sur l'éthique de leurs mouvements, le premier se voulant être également un mouvement social. Cf. Eric S. Raymond, Comment devenir un Hacker, <http://www.erwanhome.org/web/hacker.php#principe1>

<sup>3</sup> "In the art world, a work of art is called an « art piece ». The word « piece » designates a thing that actually exists, but since software creations exist only as binary data, calling them an "art piece" seems wrong. Substituting "bit" for "piece," we have decided to call such a work an « art bit »". Manifeste de l'exposition « art.bit collection », June 21 - August 11, 2002 @ ICC.

<sup>4</sup> Voir <http://runme.org> : Eldar Karhalev & Ivan Khimin, Screen Saver, 2001, <http://runme.org/project/+screensaver/>, Radical Software Group, Carnivore, 2001, <http://r-s-g.org/carnivore/>, Adrian Ward / Signwave, Auto-Illustrator / Autoshop, 2001/2002, <http://www.auto-illustrator.com>, Alex Mclean, forkbomb.pl, 2002, <http://runme.org/project/+forkbomb/>, Amy Alexander, Scream, 2005, <http://scream.deprogramming.us/>.

<sup>5</sup> Cf. Chaos Computer Club, Blikenlights, [www.blikenlights.de/arcade/games.fr.html](http://www.blikenlights.de/arcade/games.fr.html). Voir aussi, les projets de l'obx.lab (Jason Lewis et son équipe) <http://obxlab.hexagram.ca/index.php> ou du Graffiti Research Lab (GRL), <http://graffitiresearchlab.com/>.

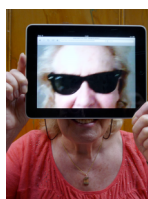
<sup>6</sup> Sa pièce majeure, *Concrescence* - [www.abstractmachine.net](http://www.abstractmachine.net), 2000-2005, questionne les possibilités de narration et modes d'expérience propres à l'image programmée. L'image n'est pas ici une finalité en elle-même, elle incarne davantage un lien, une interface qui affiche sur l'écran la structure langagière, visibilise le programme, en même temps qu'elle relie l'auteur et le public. Hybridant les formes de mise en récits propres au cinéma et la « jouabilité » introduite par le jeu vidéo, elle gagne en interactivité et promeut des expérimentations artistiques et des cadres de réception renouvelés.

## 1. Présentation des acteurs rencontrés

Quatre projets développés par des artistes résidant en France ont été retenus dans le cadre de cette recherche, bien que ceux-ci manifestent un glissement du Net Art <sup>7</sup> vers les arts numériques. L'expression "Netart" est du reste de plus en plus abandonnée <sup>8</sup>. Nous ne négligeons pas le poids des différences (pour ne pas dire inégalités) dans les expressions, les moyens entre les artistes et tous autres auteurs sur l'internet, pouvant rejoindre les arts numériques. La figure de l'artiste recoupe la question de l'autonomie des usages de l'internet, dans un contexte d'expérimentation des limites, du surprenant voire de l'inconcevable et d'usages déviant. Nous retenons des arts numériques, que ces derniers recouvrent, contrairement au Netart, toutes expressions artistiques avec toutes technologies numériques sans retenir au coeur de l'oeuvre le réseau internet.

Nous relevons néanmoins la revendication Netart par les porteurs des projets Hyperolds et Machinima d'une part et d'autre part que **l'internet est au cœur de la conception et/ou réalisation de façon diversifiée** des quatre projets :

<b>Hyperolds</b>	L'internet est le cœur de l'œuvre de l'artiste (la forme peut en faire un atelier).
<b>FabLab d'artiste</b>	Le réseau est mobilisé, en amont et pendant le fablab pour rassembler, travailler, mettre en commun, en aval documenter, retransmettre, diffuser.
<b>Machinima</b>	Les animations Machinima s'appuient sur les contributions trouvées sur l'internet. La figure du réseau est centrale avec la mise en réseau des compétences, de la créativité des internautes (artistes et auteurs amateurs ou non).
<b>Museomix</b>	Évènement, initiative de professionnels de musées reliés par l'internet, non seulement pour s'organiser ou pour échanger des idées, avec des acteurs aux multiples compétences et d'horizons diversifiés, pour mener à bien le projet au sein des musées, mais aussi pour déplacer les frontières du secteur muséal.




Ces quatre projets illustrent le flou qui caractérise la situation des artistes de l'internet et des auteurs du numérique. Portés par des artistes ou auteurs français, ces projets, principalement situés en France, vont de l'artiste, seule dans son entreprise de création (Cecile Babirole et le fablab d'artiste qui ouvre sur une oeuvre), ou l'artiste entouré d'autres artistes évoluant dans des institutions culturelles pour déployer un projet artistique avec des femmes âgées de plus de 77 ans (Hyperolds), au collectif de participants à un projet d'alternative institutionnelle (Museomix), en passant par la commissaire

<sup>7</sup> Voir : Fourmentaux J-P., « Net art – Créer à l'ère des médias numériques », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 1 | 2012, mis en ligne le 06 juillet 2012, consulté le 05 septembre 2014. URL : <http://rfsic.revues.org/179> Egalement : <http://www.netart-history.com/?p=66> ; [http://www.pratiquesetnumerique.com/colloque\\_Nicolas-Frespech.php](http://www.pratiquesetnumerique.com/colloque_Nicolas-Frespech.php) ; <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9703/msg00094.html>

<sup>8</sup> L'artiste Cecile Babirole, rencontrée durant l'étude de terrain, n'inscrit pas son oeuvre au sein du Netart et parle d'arts numériques. Enseignante en écoles d'art, elle témoigne du manque global de posture critique de la part des étudiants en art voire des artistes, s'emparant des technologies numériques pour créer. Or si l'on retient que le Netart embrasse la posture critique sur l'internet, avec les contournements des normes sociales, politiques, économiques et esthétiques, nous pouvons distinguer de nouveau les arts numériques du Netart. Il est par ailleurs question d'art sur internet : Anne Roquigny (JE juin 2014) déclare en tant que curatrice "promouvoir l'art sur internet dans le cadre de festivals, de musées, et aussi dans l'espace public... performances en réseau, par exemple au Musée du Quai Branly avec un dispositif multi écran qui était aussi bien disponible de l'extérieur du Musée que de l'intérieur. Les artistes que j'ai invités ont sélectionné une liste d'URL avec des contenus et donc ils jouaient live avec des sons et des images qu'ils récupéraient sur internet avec la thématique de la fête, tout en s'occupant de l'administration, de la production des projets (de laboratoire international) telles des créations sonores et installations" (Journée d'Etude (JE) juin 2014).

d'exposition indépendante faisant la promotion de Machinima, entre jeux et cinéma, réalisés par des internautes, artistes ou non.

Albertine Meunier, Hyperolds	artiste et ingénieur
Cécile Babiolo, Fablab d'artiste (Imal)	artiste
Isabelle Arvers, Machinima	indépendante critique/commissaire d'expositions spécialiste des Machinima en France
Yves-Armel Martin/ Samuel Bausson, Museomix	représentants d'institutions muséales ou de laboratoire d'innovations numériques dans le secteur muséal
Stéphanie Debaeckere, Museomix	chef d'entreprise innovante Nod-A, impliquée dans Museomix et porteur d'un fablab
Anne-Cécile Worms, MCD, Digitalarti et A2M  	directrice d'une association pour les arts numériques MCD (soutenant Hyperolds, Machinima), co- fondatrice d'une entreprise portant des projets numériques d'artistes/ Artlab, Digitalarti et de l'entreprise Art to Machine (A2M), qui a bénéficié du label "jeune entreprise innovante" donnant accès à des financements spécifiques soutenant l'innovation numérique

## 2. Présentation de la problématique

Nous avons entrepris la recherche "Net Art et autoproduction. Création – Technologie – Société" dont le projet a été retenu et soutenu par le Labex ICCA (appel à projets "Autoproduction"). La recherche s'est déroulée de mars 2013 à juin 2014, soit sur 15 mois. Elle rassemble une équipe de quatre chercheurs : Jean-Paul Fourmentraux (Lille 3 – Geriico) Florence Millerand (UQAM-Québec) Christian Papilloud (Université de Halle-Allemagne) et Geneviève Vidal (Paris 13 – LabSIC). Elle a bénéficié d'un budget de 17000 euros (Labex ICCA). Le projet avait pour objectif principal l'analyse des dynamiques d'autoproduction du Net Art en ce début de 21ème siècle.

Nous avons cherché à savoir si les pratiques des artistes ou auteurs rencontrés s'inscrivent de manière privilégiée dans le champ artistique, ou si elles s'affranchissent des codes en vigueur dans le monde l'art. En effet, les pratiques Net Art et relevant des arts numériques semblent s'affranchir des codes et des instances du champ artistique de deux manières, soit en utilisant ces codes et ces instances pour valoriser le détournement des technologies et médias numériques, au coeur du travail des artistes et auteurs, soit en investissant le monde de l'entreprise et les industries de l'innovation numérique. L'importance de cette démarche (s'affranchir des codes et des instances du champ artistique) pour les acteurs rencontrés est de créer les conditions nécessaires à la légitimation de leur travail. Cet enjeu de positionnement socio-professionnel suit la logique suivante : vendre son patrimoine créatif et critique et celui de son environnement professionnel (le public, les musées, les agences spécialisées dans les arts et innovations numériques, etc.) pour pouvoir continuer son activité, voire la développer dans un contexte servant ses intérêts.

De là, nous avons considéré que l'autoproduction du Net Art se trouve placée au cœur d'une négociation entre divers enjeux et finalités de création artistique et de créativité technologique pouvant provoquer un chevauchement de la création et de la créativité. Nous avons par ailleurs cherché à démontrer que le Net Art relèverait d'une culture diffuse de la critique dans la société. Autrement dit, la critique du Net Art (telle qu'elle est exposée en ouverture du rapport avec l'émergence du Net Art) fait l'objet d'une dilution dans la mesure où cette critique<sup>9</sup> se diffuse dans la société jusqu'à son absorption par exploitation communicationnelle, marchande et industrielle. Nous avons également cherché à saisir si l'autoproduction correspondait à une quête de reconnaissance.

<sup>9</sup> Nous pouvons renvoyer vers la critique artiste de Eve Chiapello (1998), et l'esprit du capitalisme de Boltanski et Chiapello 1999.

### 3. Présentation de la méthodologie

Nous avons engagé une **étude de terrain** centrée sur les quatre projets, Hyperolds, Fablab d'artiste, Machinima, Museomix, pour recueillir, dans une première phase (par entretiens et observations, printemps-été 2013)<sup>10</sup>, les activités de création et les implications en termes d'autoproduction et de production. Nous avons ainsi constitué un corpus de données qualitatives, que nous avons complété avec des entretiens menés durant l'hiver 2013-2014 et le printemps 2014, qui ont permis d'affiner les pistes d'analyse qui se confirmaient au fil de la recherche, pour notamment affermir la figure du Artlab<sup>11</sup> (en complément du Fablab d'artiste) et les modèles économiques relatifs aux arts numériques, dépassant le Net Art. Ce dernier sujet a particulièrement été éclairé par la journée d'étude de clôture du projet, avec les conférences de Anne-Cécile Worms de Art To Machine et de Dominique Moulon de la media art fair Show Off. Nous avons également étudié les ressources sur les sites web de présentation de chacun des projets, ainsi que le site web de Digitalarti.

L'analyse des données (8 entretiens de 1h à 2h, 5 observations, 5 sites web) a bénéficié de traitements mixtes avec une orientation d'étude essentiellement qualitative, même si elle a intégré des traitements logiciel avec l'environnement de programmation R<sup>12</sup>, une classification des contenus des entretiens (enregistrés) et des contenus en ligne ; complétés par le traitement des données d'observations (prise de notes systématique). Ce corpus de données a fait l'objet de transcriptions, d'un téléchargement et archivage des pages web des cinq sites web (juillet 2014) relatifs aux projets et acteurs rencontrés, ainsi que d'une analyse des contenus recueillis (voir calendrier de la recherche ci-après).

#### Les entretiens concernent

les artistes ou porteurs de projets (Albertine Meunier, Julien Lesvesque pour Hyperolds, Cécile Babiolo pour Fablab d'artiste (Imal Bruxelles), Isabelle Arvers pour Machinima, Samuel Bausson, Yves-Armel Martin, Stéphanie Debaeckere de Nod-A pour Museomix),

les représentants d'institutions finançant, produisant ou soutenant les projets retenus (MCD, Digitalarti pour Hyperolds et Fablabs d'artistes, Nod-A pour Museomix et FabLab (petitfablabdeparis),

**Les observations** concernent Hyperolds à la Gaité Lyrique et à MCD / Digitalarti (2 observations), FabLab (petitfablabdeparis lié à Nod-A), Machinima à la BPI, Museomix au musée des arts décoratifs de Paris en novembre 2013<sup>13</sup>.

L'étude de terrain concerne également l'étude de **ressources en ligne (5 sites web)** des 4 projets : Sites web des artistes ou porteurs de projets : Hyperolds et Albertine Meunier, Fablab d'artiste Imal et Cécile Babiolo, Machinima et Isabelle Arvers, Muséomix, mais aussi le site de Digitalarti.

Une **analyse textométrique**<sup>14</sup> tant des entretiens que des documents en ligne a été produite. Nous avons effectué cette analyse en recourant à trois **méthodes de classification** appliquées au contenu des entretiens et des documents en ligne – la classification hiérarchique des contenus, la classification des contenus basée sur leur occurrence moyenne et la classification des contenus par le modèle génératif probabiliste LDA (*Latent Dirichlet Allocation*). Ces trois classifications permettent d'isoler les **réseaux sémantiques** qui structurent les discours recueillis lors des entretiens et dans la documentation en ligne. Le résultat de cette procédure d'analyse indique que s'il y a des ressemblances entre les entretiens et la documentation des projets mis en ligne, les entretiens apparaissent comme une source plus diversifiée et plus précise d'interprétation. La documentation en ligne, quantitativement plus importante que les entretiens et que les notes prises lors des observations

---

<sup>10</sup> Le guide d'entretien a été organisé autour de thèmes généraux pour couvrir le cycle production-réception des projets : *le porteur de projet et son travail ; le projet ; le public ; la diffusion ; la réutilisation ; le financement*.

Nous avons établi une grille d'observation : *la production du projet et sa mise en œuvre ; la place de la technologie ; les publics ; les collaborations ; les rythmes de vie du projet*.

<sup>11</sup> [http://www.digitalarti.com/fr/blog/artlab/pr\\_sention\\_du\\_artlab](http://www.digitalarti.com/fr/blog/artlab/pr_sention_du_artlab)

“Le Artlab est un lieu de recherche, de développement et de prototypage accueillant des artistes numériques. Créé en 2011, le Artlab a pour but de rassembler des artistes et des techniciens dans une démarche créative et collaborative. L'approche est multidisciplinaire, au carrefour entre les possibilités de la technologie et l'inspiration des artistes.”

<sup>12</sup> Environnement de programmation R, rejoignant la dynamique des digital studies (voir Manovich, 2007).

<sup>13</sup> [http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_01056190](http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01056190)

<sup>14</sup> Analyse menée par Christian Papilloud (voir Equipe en fin de rapport).

des projets, s'est finalement révélée d'une utilité analogue aux notes de terrain, mais elle occupe dans la présentation de nos résultats une place moins prépondérante.

L'application de cette méthode suppose un travail en amont sur les données recueillies. Puisqu'il s'agit de ne retenir que le contenu des entretiens et de la documentation mise en ligne, il faut supprimer de ces documents les éléments apportant le moins d'information sémantique – par exemple les conjonctions, les articles, de même que la ponctuation, les questions des enquêteurs ou encore les balises des documents mis en ligne (publicité, éléments hypertextes etc.).<sup>15</sup> De plus, nous ne désirons retenir que les termes évoqués susceptibles d'être les plus caractéristiques de tel entretien ou de tel document mis en ligne, à savoir non seulement les mots évoqués fréquemment, mais également les associations de mots les plus fréquentes. Pour éviter des biais dus à la longueur inégale des documents, nous les filtrons sur la base de la fréquence inversée des occurrences de termes. La fréquence inversée attribue une valeur à un terme et aux associations basées sur ces termes en tenant compte du nombre de ses occurrences dans un texte, du nombre total de mots dans ce texte et du nombre total de textes.

**Calendrier de la recherche :**

mars 2013-juillet 2013	Étude de terrain : entretiens, observations
juillet 2013-septembre 2013	Étude des sites web des quatre projets et de Digitalarti
septembre 2013-décembre 2013	Analyse des données recueillies, rencontre partenaire recherche (Allemagne)
janvier 2014-mai 2014	Ajustements, entretiens complémentaires (Digitalarti, media art fair "Show Off"), rencontre partenaire recherche (Québec), conférence Acfas-Montréal
juin 2014-Août 2014	Journée d'étude Gaîté Lyrique, analyse des données 2, rédaction du rapport (septembre 2014)

---

<sup>15</sup> Ce traitement des données préalable à leur analyse fait ainsi disparaître l'information qui n'est pas directement liée au contenu des textes recueillis. Cela ne signifie pas que cette information n'est pas importante, mais elle ne relève pas de cette procédure d'analyse de contenu, comme par exemple l'information relative aux partenaires ou aux sponsors des projets suivis.

Dans ce rapport final, nous présentons les contours et mouvements du Net Art (voir également la présentation du contexte en début de rapport), de l'autoproduction avec les expérimentations techniques et artistiques, des modes de production des créations numériques artistiques et de la créativité numérique. Nous présentons également les contours, si ce n'est d'une critique numérique du moins, de la question du détournement par les artistes, qui sert les intérêts d'un marché des arts numériques en particulier et de l'innovation numérique en général, dans le cadre d'un processus d'industrialisation de la créativité numérique et de la marchandisation des productions artistiques.

#### **4. Préalable à l'analyse des données de terrain : l'autoproduction**

Travailler sur l'**autoproduction** du Net Art a engagé en premier lieu une exploration de ses transformations à l'heure des pratiques numériques des artistes, d'une "autoproduction expérimentale", et de la marchandisation des productions artistiques prenant appui sur le détournement potentiel des technologies par les artistes du numérique. Ce double processus (expérimentation et marchandisation) semble conduire à la confusion entre marché de l'art (galeries, foires et musées) et marché de l'innovation numérique multiforme. En somme, un usage artistique de l'informatique et des technologies de l'information et de la communication (TIC) encourage des projets qui renouvellent conception et mise en public (pour ne pas dire communication) d'oeuvres numériques.

Artistes, artistes-ingénieurs, scientifiques, auteurs, usagers de l'internet créatifs ont néanmoins besoin de **reconnaissance** et l'autoproduction peut servir la quête de reconnaissance des créations numériques appelées (parfois) Net Art, ou (plus globalement) arts numériques, ou bien des projets numériques d'ampleur alternative. Ce besoin de reconnaissance dans le cadre de l'autoproduction, qui peut être assimilée à l'autoentrepreneuriat, conduit à la nécessité de trouver sans cesse de nouvelles collaborations. Dès lors des **dynamiques collaboratives**<sup>16</sup> s'élaborent pour parvenir à entreprendre les projets, en faisant appel à des compétences multiples. En effet, il faut retenir cette démarche par projet porteuse d'un modèle de conception et réalisation, certes en équipe multidisciplinaire comprenant aussi les acteurs de la production ou du moins du soutien financier du projet, qui engendre une économie importée d'autres horizons que le monde de l'art. Aussi convient-il de garder à l'esprit les tensions provoquées par ce type d'organisation du travail, insérant –et dessinant la carrière de– l'autoproduction porteuse de l'idée initiale, de l'impulsion, de l'envie, de l'expérimentation prenant appui sur des connaissances et compétences préalables sans financement. De là, d'autres acteurs dans la boucle du projet s'emparent, en interaction avec les artistes et les auteurs, de cette autoproduction pour une quête de financements (dont les subventions et soutiens par appels à projets) et de production, fondée sur des modèles économiques en parallèle du marché de l'art, notamment ceux de l'informatique, du numérique et des innovations en général (en communication notamment mais aussi à l'échelon industriel y compris avec des laboratoires scientifiques qui engagent brevets et fabrication industrielle). Le Net Art ou l'expérimentation artistique avec le numérique, en tant qu'autoproduction ouvre ainsi sur des potentiels dispositifs de marchandisation et d'industrialisation de l'innovation, à la croisée de la création artistique, de l'informatique et de la communication.

Dès lors, l'autoproduction dans le contexte du Net Art, renvoie aux artistes et auteurs qui cherchent à rester indépendants<sup>17</sup>, mais qui de fait se trouvent dans une interdépendance.

Dans le cadre de cette indépendance par l'autoproduction, les artistes ou porteurs de projets font appel aux soutiens du Ministère de la Culture, via des appels à projets comme le Dicream Dispositif pour la

---

<sup>16</sup> Les entretiens menés avec les porteurs de ces 4 projets et les observations des ateliers animés par ces acteurs confirment que la créativité (Machinima, Museomix) cotoie, de près ou de loin, la création artistique (Fablab d'artiste/Artlab, Hyperolds, certains Machinima). De plus, l'objectif des porteurs de projets créatifs, notamment Museomix, conduit à associer un nombre considérable d'autres acteurs, ne mettant absolument pas la figure de l'artiste au coeur du projet (contrairement aux Fablab d'artiste et Artlab).

<sup>17</sup> Cas d'artistes cherchant eux-mêmes des financements comme nous le relevons avec Cécile Babiole à l'occasion du Fablab d'artiste à Imal à Bruxelles, et dans une certaine mesure Albertine Meunier pour Hyperolds qui bénéficient des soutiens de MCD (Musiques et Cultures Digitales) association liée à l'entreprise Digitalarti, d'Orange, de villes comme Paris, ainsi que de la structure d'accueil, ici La Gaîté Lyrique à Paris.



Création Artistique Multimédia (désormais porté par le CNC)<sup>18</sup>, ou “services numériques culturels innovants”<sup>19</sup> associant entreprises, associations, collectivités locales et artistes pour les secteurs du spectacle, audiovisuels, archives, livres, patrimoine.

Les artistes engagent également des projets Net Art ou numériques dans un **processus de marchandisation et d’industrialisation** des formes de la création numérique :

soit pour expérimenter les matériaux relatifs au numérique et aux réseaux informatiques, les dispositifs à déployer (au cœur des Fablabs dans le cadre de l’économie numérique, en France<sup>20</sup>),

soit pour nourrir des produits et services<sup>21</sup> en faveur des producteurs et entreprises soutenant des projets Net Art (Digitalarti, Orange par exemple, mais aussi des villes),

Ainsi, l’autoproduction et la recherche de production se mêlent. Pour autoproduire leurs expérimentations, les artistes et auteurs mobilisent le réseau internet, les technologies interactives, ainsi que des dispositifs de prototypage tels les Fablabs. De là, les porteurs de projets, artistes ou non, obtiennent des financements pour atteindre leurs objectifs. Les quatre projets retenus dans le cadre de cette recherche bénéficient de soutiens par des institutions, certains jusqu’à **la production**, au moins en partie.

<b>Hyperolds</b>	MCD, Orange, villes (Paris par exemple)
<b>Fablabs d’artistes</b>	Digitalarti, Imal, Ministère de la Culture (Dicream par exemple)
<b>Machinima</b>	MCD, BPI
<b>Museomix</b>	Ministère de la Culture, individuels bénévoles, Nod-A et entreprises privées

Les institutions privées ou publiques co-financent un Fablab (Digitalarti, Nod-A, Imal/Cecile Babiole), ou apportent une contribution pour la réalisation d’un atelier (Hyperolds/Orange, villes, Machinima/BPI), d’un événement (Museomix), subventionnent ou distribuent des bourses, des aides (Ministère de la Culture/ Cecile Babiole). Les financements sont peu nombreux et concentrés : bourses, aides aux projets, soutiens (associations :MCD, Nod-A, entreprises : Orange, Digitalarti), achats d’ateliers (BPI Centre Pompidou).

Mais l’autoproduction peut parfois permettre d’engager une production grâce à la reconnaissance des expérimentations et des expressions créatives, par le marché des arts numériques, pour ainsi attirer les financements nécessaires, et rejoindre les foires, festivals par exemple avec Show Off qui associe des partenaires acteurs du marché ou qui tente d’attirer les institutions pour “le rendre pérenne”, ou autres exemples Ars Electronica, un art center comme le ZKM. Les œuvres Net Art ou les arts numériques sont ainsi reconnus comme incubations pour prototyper des innovations faisant éventuellement ensuite l’objet d’une production industrielle et une mise sur le marché (les Fablabs d’artistes, Artlabs d’agences telles Digitalart, Art To Machine). Un créneau qui n’est pas rejeté par tous les artistes<sup>22</sup>; et stimulé par des acteurs du marché de l’innovation numérique (MCWorms Digitalarti et Art To Machine).

<sup>18</sup> <http://www.cnc.fr/web/fr/dispositif-pour-la-creation-artistique-multimedia-dicream>

<sup>19</sup> [www.culturecommunication.gouv.fr/.../Appels-a-projets/Appel-a-projets-2014-Services-numeriques-culturels-innovants](http://www.culturecommunication.gouv.fr/.../Appels-a-projets/Appel-a-projets-2014-Services-numeriques-culturels-innovants)

<sup>20</sup> <http://www.redressement-productif.gouv.fr/economie-numerique-collaborative-vers-une-generalisation-des-fablabs> ; <http://www.dgcis.gouv.fr/.../fab-labs/appel-projets-Fab-labs-2013-cahier-charges.pdf> ; <http://www.dgcis.gouv.fr/secteurs-professionnels/economie-numerique/aide-au-developpement-des-ateliers-fabrication-numerique>

<sup>21</sup> Par exemple : des médiations muséales, des services pour des entreprises comme Apple et son Ipad avec l’artiste David Hockney (voir Chevret Christine, 2013, « La publicisation et la médiatisation des usages d’innovations technologiques dans l’art : le cas des expositions d’œuvres sur iPhone et iPad de David Hockney », communication, Colloque international « Formes et enjeux contemporains de la communication et de la culture scientifiques et techniques », Grenoble 28 au 29 novembre 2013).

<sup>22</sup> L’artiste Cécile Babiole critique la formation des jeunes artistes sortant d’écoles formant également à la recherche de financements pour vivre de leur art, jeunes artistes délaissant, selon elle, la démarche critique. Nous retenons en outre lors de la JE juin 2014 que les jeunes artistes attachés aux technologies internet et numériques garde à distance le marché de l’art pour créer sur et avec l’internet, en puisant dans des pratiques de récupération, voire de hacking, avec les logiciels libres, pour un “open art”. Pour ces jeunes, le marché de l’art vient dans un temps ultérieur, après un temps mettant les artistes en réseau, un temps de laboratoires (Artlab) et d’expérimentation.

Nous présentons maintenant l'analyse des données, y compris celles recueillies lors de la journée d'étude<sup>23</sup> de clôture du programme de recherche, en **trois parties** :

- l'**autoproduction et les modes de production** des créations numériques artistiques
- la **création et la créativité** qui servent les intérêts d'un marché des arts numériques en particulier et de l'innovation numérique en général
- un **processus d'industrialisation** de la créativité numérique **et de la marchandisation** des pratiques artistiques.

## 5. Résultats de l'analyse des données de terrain

L'analyse s'articule autour de trois axes :

- la **collaboration** pour les modes de création et l'existence des projets à l'intérieur desquels des règles et références extérieures s'appliquent (le marché de l'art, les technologies, la recherche de financements, l'expérimentation numérique notamment) ;
- le **détournement** visant le surprenant ou l'innovation et l'originalité des projets en faveur de la créativité au détriment parfois de la création artistique ;
- la valorisation des projets créatifs pour attirer les **financements** institutionnels pouvant aller jusqu'à la production industrielle ou la marchandisation de produits issus de la création ou de la créativité.

L'autoproduction marquerait ainsi non une utopie de liberté et d'indépendance mais une volonté de créer des positions sociales en marge des monopoles - de l'art, des institutions culturelles ou des industries du numérique – grâce à la créativité des acteurs en collectif, voire à la création artistique surprenante et originale, pour servir leur propre bénéfice et celui des institutions impliquées dans les projets.

Dès lors, la circulation des idées et des expérimentations attire les experts et les participants, amateurs du numérique et de la création artistique. Ce processus provoque détournements et alternatives séduisant une multiplicité d'acteurs (des arts, de la culture et du marché de l'innovation), prompts à porter et relayer les projets sous le label de la créativité. S'enclenche alors la promotion des projets jusqu'à leur financement ou production, leur donnant un rayonnement qui favorise reconnaissance, production, attraction d'acteurs diversifiés, jusqu'à la dissémination de la créativité numérique, dans une confusion entre arts et projets.

### L'autoproduction et les modes de production des créations numériques

Les artistes (Hyperolds, Fablab d'artiste) recherchent des financements auprès d'institutions publiques et privées (Ministère de la culture, associations, entreprises) pour créer<sup>24</sup>. Les autres acteurs, non artistes, recherchent soit des contrats pour vendre des ateliers (Machinima), soit des sponsors, soutiens, partenariats pour organiser leur opération (Museomix).

Les artistes et porteurs de projets créatifs fondés ou s'appuyant sur l'internet **autofinancent** par ailleurs leurs créations ou projets, ainsi que les moyens d'information et de communication :

Hyperolds a dans un premier temps connu une phase d'autoproduction en étant hébergé à la Cantine, à la Maison des Métallos à Paris, avant la Gaîté Lyrique. Depuis cette deuxième phase, le projet permet de rémunérer les artistes pour le temps accordé dans le projet, grâce aux soutiens de l'entreprise Orange qui travaille son image "culture et numérique", de MCD, de la Ville de Paris et quelques autres villes en France (comme Valence, Enghien) intéressées par ce type d'ateliers sur leur territoire. Cependant l'artiste ne gagne pas d'argent pour vivre avec ce projet, qu'elle portera "même s'il ne rapporte rien", s'il le faut en poursuivant en partie l'autoproduction.

Le Fablab d'artiste d'Imal de Cécile Babiolo a nécessité de la part de l'artiste une recherche personnelle de financement de son projet d'oeuvre, étant donné le fait que Imal ne pouvait prendre

<sup>23</sup> Les thèmes et débats lors de la journée d'étude de clôture de la recherche à la Gaîté Lyrique à Paris le 27 juin 2014 sont notamment : détournement, création et créativité, expérimentation et prototype, médias variables et pérennité, projet, communauté, réseaux de diffusion et visibilité, publics et pratiques artistiques et amateurs, ingénieur et designer, production industrialisable, innovation et brevet, marché des innovations numériques.

<sup>24</sup> Lors de la JE juin 2014, la question de vivre de sa création, de la rémunération de l'artiste a été très peu abordée, tout comme celle de la propriété intellectuelle, des droits d'auteur.

seul en charge les coûts ( la résidence Imal s'élevait entre 2000 et 5000 euros). Après avoir trouvé une subvention (3000 euros) auprès du Ministère de la Culture grâce à sa ténacité pour monter le dossier de demande de subvention, l'artiste a versé ce financement comme contribution à la production du Fablab. Dès lors, une phase d'autoproduction, en termes d'investissement personnel (fondé sur une compétence de montage de dossier auprès du Ministère), a permis de confirmer la production de l'institution Imal.

Machinima, tel que ce projet est porté par Isabelle Arvers en France en tant que commissaire d'expositions indépendante, conduit l'indépendante à investir son temps, ses compétences, et à mobiliser son réseau professionnel, tout en cherchant à rémunérer son activité (par ventes d'ateliers notamment).

Museomix bénéficie d'un investissement en temps non rémunéré de la part des fondateurs, puis des participants. Les fondateurs vont chercher des financements pour engager et faire vivre le projet, et instaurent des mécanismes d'incitation pour que chaque participant apporte une contribution au projet. Cette forme hybride d'autoproduction a impulsé une dynamique conduisant maintenant à drainer davantage de financements notamment d'acteurs privés, telles les entreprises intéressées par l'initiative.

Les différents projets retenus (Hyperolds et Fablab d'artiste, Machinima et Museomix) montrent de nouveau les frontières qui opposent traditionnellement les mondes de l'art et de l'initiative créative, mais également les passages entre des projets de création et d'encouragement de l'innovation culturelle et technique et d'encadrement de pratiques créatives. Durant la journée d'étude (JE) de juin 2014, la **créativité** et la **création** semblaient intriquées tant pour aborder les œuvres que les projets <sup>25</sup> numériques en prise avec le marché, les foires, salons et festivals. Ainsi, les démarches d'autoproduction et de recherches de financement de la production de ces projets relèvent de l'hybridation de la création artistique et de la créativité numérique. Petit à petit, par le truchement du numérique, une reconnaissance dans le secteur muséal (Museomix<sup>26</sup>) ou d'activités pro-am et professionnelles (Machinima) se profile.

#### *De l'autoproduction à la production*

<b>Projets</b>	<b>entreprises privées</b>	<b>associations</b>	<b>institutions publiques</b>
<b>Hyperolds</b>	Orange	MCD	Ville de Paris, Gaîté Lyrique
<b>Fablab d'artiste/Artlab</b>	Digitalarti	Imal	Ministère de la Culture
<b>Machinima</b>	Orange	MCD	BPI
<b>Museomix</b>	Google (institut culturel-France), aides locales	Association du Petitfablabdeparis créée par l'entreprise Nod-A	Ministère de la Culture

Nous avons relevé durant cette recherche des situations entre autoproduction <sup>27</sup> et production pour désigner l'engagement de l'artiste dans son projet, avec parfois une bourse, une résidence, avant une mise en marché des œuvres, pour poursuivre une recherche de production (auprès d'acteurs privés, publics, via des appels à projets par exemple). Les artistes engagent aussi leurs compétences pour rejoindre un fablab pour en acquérir d'autres, exigeant un investissement en temps d'autoformation, de partage. Ils restent ainsi indépendants (vis-à-vis du marché de l'art, de l'innovation, vis-à-vis des institutions, même s'ils sont en attente de la démarche d'un galeriste, d'une commande). Les autres porteurs de projets aussi se trouvent aussi entre autoproduction et production quand ils décident des

<sup>25</sup> Durant la JE juin 2014, le thème du "projet" revient systématiquement, qu'il s'agisse d'œuvres, de fablabs, d'événements, de démonstrations, d'ateliers, d'expositions, d'installations...

<sup>26</sup> Depuis 2014 et étant donnée l'ampleur de l'opération et des projets développés, Museomix connaît des initiatives locales de création d'associations, par exemple l'association Museomix Ile de France lance un "mécénathon" : <http://museomixidf.tumblr.com/> (25/06/2014)

<sup>27</sup> Durant la JE juin 2014 le thème ou la question de l'autoproduction n'est que très peu abordée explicitement, mais celle-ci semble pensée comme une phase avant la production, pour chercher des financements, des subventions, grâce à une bourse ou une résidence. Tout est tenté pour la production d'œuvres et de projets grâce aux réponses à des appels d'offre, à la mise en relation avec une société de production, à la rencontre avec des mécènes et autres acteurs soutenant les projets numériques.

ventes d'ateliers et de formations (Machinima) à des institutions scolaires et culturelles. Les sponsors<sup>28</sup>, soutiens, aides et partenariats sont bienvenus pour payer quelques membres permanents du projet (Museomix) et pour financer la réalisation d'événements constitutifs du projet.

Pour saisir cette tension entre autoproduction et (soutiens à la) production, nous retenons -grâce à l'étude textométrique- les frontières entre **art et économie**, entre culture et économie, allant de la contradiction à l'articulation, en passant par l'opportunité. Lorsque l'artiste (entretien Cécile Babiole) souligne la contradiction entre art et économie, elle évoque la question de l'identité de l'artiste pouvant voir son rôle circonscrit au rôle de designer, ou pouvant se sentir sous contrainte de commercialiser ses produits artistiques. Les autres acteurs de la créativité numérique (représentants Museomix) soulignent l'articulation avec la dimension économique des productions dont ils sont porteurs. Cependant, et quel que soit le projet artistique ou créatif, nous remarquons le fait que la communication sur les sites web des projets retenus valorisent davantage les dimensions artistique, créative, communautaire, réduisant la visibilité de la dimension économique sous forme de liens vers les partenaires.

Au coeur de cette tension, nous relevons ainsi des projets dans une alternance des circuits de production et de commercialisation de la créativité numérique, en s'appuyant sur les modèles de l'innovation et ceux de la figure du travailleur de l'ère industrielle numérique, pris dans des engagements de créativité et de collaboration dépassant le cadre strict, sans le rejeter, du contrat de travail créatif. Les acteurs économiques qui souhaitent s'inspirer de ces modèles et des innovations culturelles, techniques alternatives à la recherche et développement par exemple (Museomix), à la communication (Artlabs) tendent à les exploiter sur le marché de l'innovation et de la créativité, dépassant la création artistique.

En effet, les artistes et les créatifs du numérique expérimentent, par exemple de nouveaux matériaux (artlabs), travaillent des prototypes, pour certains utopiques (bien que cela pose des problèmes au niveau de la technologie qui n'existe pas toujours pour réaliser les projets des artistes), détournent (thème mobilisé avec parcimonie durant la JE juin 2104), mettent en oeuvre des projets participatifs, engageant différentes compétences<sup>29</sup>. Petit à petit, les arts numériques gagnent, difficilement, en reconnaissance institutionnelle, "même si c'est par la porte du design" (D.Moulon, JE juin 2014) et même s'ils ne sont pas encore inclus dans le marché de l'art contemporain, s'insèrent dans des laboratoires, confirmant les relations arts et sciences. Les artistes du numérique engagent actuellement en outre une phase de création post-digitale "pour être dans le concret, la matière", pour faire des objets, aussi parce que les galeries ont besoin de faire circuler des objets "en dur" (D.Moulon, JE juin 2014).

Selon les promoteurs des arts numériques présents lors de cette JE juin 2014, il faut encore dix ans de discours promotionnels axés désormais sur "l'art post internet, parce que les artistes qui ont travaillé sur le réseau ont envie de faire des objets en dur, parce que les galeries ont besoin de faire circuler un objet en dur". Ils soutiennent leur pari du temps en s'appuyant sur l'expérience de l'art vidéo, désormais "accessible au plus grand nombre" grâce à la diffusion massive de la caméra dans la société. L'expression même "Art Vidéo" a disparu dans le milieu de l'art contemporain et ils comptent trente années pour la réalisation de ce **processus de reconnaissance**. Pour la photographie, ils comptent 120 années. Concernant le numérique, ce sont les ordinateurs personnels des années 1980 qui permettent d'enclencher le processus, avec un accès pour "le plus grand nombre". C'est la raison pour laquelle ils espèrent "en voir le bout" en s'appuyant sur la satisfaction de constater "la performance commence à se vendre... Ça prend du temps". Optimistes, ils savent aussi qu' "il faut trouver d'autres modes opératoires marchands dans le futur", surtout dans un contexte législatif qui ne reconnaît pas l'art

---

<sup>28</sup> Selon les intervenants de la JE juin 2014, "le temps du mécénat et du sponsoring est passé". L'artiste peut "s'engouffrer" dans l'industrie numérique, et nous retenons les paroles de Dominique Moulon de Show Off, historiquement une foire d'art contemporain qui se rapproche du "numérique dans l'art" : "quand on ajoute à art contemporain le mot numérique, ça rapproche de l'innovation. ....Mais il y a des concessions à ne pas faire, des pratiques déontologiques bafouées quand l'artiste vient de l'open source et rejette le marché et le propriétaire, puis est heureux d'être accueilli par le marché de l'art qui offre de très belles opportunités à saisir si on abandonne ce qui a conduit à l'attraction du marché".

<sup>29</sup> Des compétences notamment techniques ou d'écriture, (pour une oeuvre de Fablab d'artiste ("GoboGobo"), pour participer à des ateliers Hyperolds, des ateliers Machinima, des Fablabs, l'événement Muséomix).

numérique. Les oeuvres numériques sont soumises à une TVA de 20% (taux pour l'ordinateur qui supporte l'oeuvre), "au lieu de 2,10% pour une oeuvre picturale". Pour les droits d'auteur, "c'est le programmeur qui a les droits, même si l'artiste est le producteur et le concepteur". L'artiste doit donc co-signer le programme, selon les intervenants de la JE juin 2014.

La reconnaissance des arts numériques dans la société se fera, selon eux, avec de nouveaux modes de financement sur le marché de l'art, tenant compte de leur nature numérique. Cet "écosystème" (le marché de l'art) conduit à savoir vendre à un collectionneur, à qui il faut "vendre (une) relation à (un) ordinateur" pendant un temps donné. L'artiste travaillant avec le numérique va vendre le droit d'accéder à son ordinateur. Un autre exemple illustre les innovations de financements sur le marché de l'art : "la création sur facebook du profil de Duchamp, vendu à un collectionneur". Les artistes inventent la façon de financer leur production, acceptent de travailler pour des marques et avec des commandes, sans contraindre leur création. Là aussi, s'entremellent **art et industrie**, car les "modèles sont beaucoup plus poreux..." (AC. Worms, A2M, JE juin 2014). L'oeuvre numérique de commande peut être une réponse à un appel d'offre, suivre un cahier des charges. L'artiste est face à des clients avides d'innovations, qu'ils attendent précisément là où l'artiste, l'artiste-ingénieur peut créer. Les acteurs du marché des arts et de l'innovation numériques se donnent pour mission d' "éduquer le(s) client(s) pour qu'il(s) comprenne(nt) qu'on est face à une oeuvre interactive mais qui porte un sens, qui porte une réflexion, qui demande, certes, une interactivité, mais aussi une certaine compréhension du dispositif". Dans l'espace public, les oeuvres, installations interactives sont des exemples d'incompréhension, comme l'indique Julie Miguiditchian de Digitalarti :

"on s'est confronté à énormément de problèmes de compréhension vis à vis du client aussi, et puis surtout vis à vis des employés du terminal (aéroport) qui procédait à la dégradation, du vandalisme sur l'installation. Tu parlais d'une maintenance simple. On a eu beaucoup d'intervention ces derniers temps, parce qu'on arrache des prises... Les douaniers qui ne supportent pas le côté lumineux et interactif de l'installation. Les policiers qui sont saoulés par le son et la partition sonore augmentée par l'installation".

Des artistes proposent de remédier aux désagréments liés à l'oeuvre de flux, en la programmant à l'envers ; quand plus rien ne bouge (il n'y a plus personne ou le silence doit régner) :

"Maurice Benayoun dit qu'un collectionneur, quand il collectionne de l'art vidéo ou des oeuvres génératives, il met ça au mur chez lui, il en a marre du flux incessant. L'art du flux, on ne peut pas arrêter la machine. Il y a une vidéo qui tourne sans arrêt. Donc il a inventé un dispositif, l'oeuvre ne s'affiche que soit quand il y a un silence complet dans la salle. Tu fais un dîner chez toi, tu as une oeuvre, tu dis aux gens « taisez-vous » et là l'oeuvre surgit. Ça a été très difficile dans les vernissages parce que les oeuvres ne se sont jamais affichées." (AC Worms, A2M JE juin 2014).

Seraient-ce des oeuvres décoratives? Ou faut-il mettre les arts non rentables à la marge, à la rue: "le Net Art, c'est un peu comme le Street Art... le Street Art du web, c'est des surprises comme ça qui surgissent sur le réseau, c'est d'autres modes de diffusion malheureusement qui ne sont pas encore rentables pour beaucoup d'artistes" (D.Moulon, Show Off).

Entre normes et contournements, les artistes et acteurs du numérique ou les représentants des institutions soutenant leurs oeuvres et projets s'appuient sur une configuration créative pour financer ou vendre les projets Net Art, les projets numériques.

Les détournements, expérimentations Net Art se diluent alors dans les industries créatives, qui confirment un processus mettant en relation des artistes, des ingénieurs, des acteurs de la médiation, des publics/participants y compris pour l'autoproduction (le cas de Museomix avec bénévoles, fablabs qui ouvrent sur une forme de don en temps et compétences pour produire collectivement) et des acteurs du marché.

Le Net Art, revendiqué ou abandonné (en faveur d' « internet dans l'art, plutôt que Net Art » JE juin 2014), participe dès lors d'une culture de la créativité, conduisant à une appropriation du Net Art comme culture du détournement, impliquant une démarche d'autoproduction, entendue comme auto-financement de projets non prévus dans les budgets des institutions, comme mode de production des projets.

## Création et créativité

Si nous poursuivons la réflexion relative à la tension **entre création et créativité**, nous relevons l'entretien avec l'artiste Cécile Babiolo qui permet de pointer deux contradictions, original/reproduction et code ouvert/propriété, recoupant deux projets, l'un de création (Fablab d'artiste) l'autre créatif et d'innovation culturelle (Museomix). L'artiste a un projet qui vise une pièce, sans reproduction, un original, à contrôler, tandis que le Fablab invite au partage, aux licences ouvertes, en ciblant une économie. Si l'on envisage Museomix comme un fablab dans la mesure où l'objectif de l'événement est de créer des prototypes ouverts pour disséminer les innovations dans tous les musées désirant s'en emparer, on constate à quel point la tension est intéressante pour ausculter la tension création et créativité, à l'heure de leur confusion. De plus, l'expérience -relatée par deux entretiens Museomix- avec une artiste au sein de l'événement ne semblait pas s'inscrire dans l'esprit du code ouvert, du partage, même si les porteurs du projet Museomix sont tout à fait favorables à accueillir au sein du musée de multiples porteurs de projets prenant le musée comme "bac à sable" pour tester auprès des participants de Museomix leurs développements, qui peuvent ensuite donner lieu à une commercialisation.

Pour cerner plus finement la façon dont les acteurs rencontrés expriment leur création et créativité, nous avons identifié **cinq groupes sémantiques** à partir d'une étude textométrique des données recueillies par entretiens (tout en tenant compte des observations) et sur leurs sites web :

- 1- des valeurs de travail et de réussite avec une connotation entrepreneuriale ;
- 2- des animations artistiques centrées sur l'internet et des performances, en lien avec les participants des ateliers ;
- 3- les liens au monde économique, avec la mise en évidence du caractère alternatif du monde de l'art ;
- 4- la dimension muséale, communautaire et le caractère amateur, avec une dimension économique plus discrète ;
- 5- la dimension organisationnelle, ainsi que l'autoproduction tout en visant une reconnaissance pour son travail et son expertise.

Ces cinq groupes permettent de cerner le Net Art **entre entreprise et communauté**. Durant la JE juin 2014, le thème de la **communauté**, du collectif d'artistes et autres porteurs de projets (unis par des liens d'intérêt) est important. Ce thème recouvre l'idée selon laquelle il est nécessaire d'établir un réseau de connaissances, de compétences, y compris sur un mode "underground" où se croisent des "esthétiques différentes". Il faut garder le contact et l'internet est alors indispensable. Les critiques d'art sont dans la roue des échanges et attentifs aux réseaux d'information comme twitter, aux réseaux de diffusion des autoproductions, prototypes, expérimentations, sur youtube. La visibilité des projets ou réalisations sur l'internet confirme une communauté de participants ou contributeurs (Museomix, Machinima) et contribue à la formation de publics (individuels ou professionnels) visiteurs, joueurs, spectateurs, institutions privées ou publiques en veille sur l'innovation ou engagées dans des ateliers (scolaires, culturelles avec Machinima, Hyperolds, villes avec Hyperolds, Fablabs et laboratoires expérimentant des prototypes avec les Ministères de la Culture et de la Recherche, des entreprises avec Museomix)... Les participants de la journée d'étude sont attentifs aux pratiques artistiques mais aussi aux pratiques créatives amateurs. Ces pratiques ouvrent sur des outils de création (logiciels notamment), des moyens d'expression dans le cadre de l'auto-apprentissage et de la transmission de compétences dans des fabriques numériques qui réunissent des collectifs, des individus en association pour des créations ou projets créatifs. Les acteurs en présence sont également sensibles à la rencontre entre artistes et scientifiques, pour former des "communautés hybrides de développeurs", chercheurs et artistes. Leur collaboration donne lieu à des prototypes, des expérimentations (médiations pour Museomix, des oeuvres numériques pour les Fablabs d'artistes, des produits de laboratoires par exemple) qui peuvent déboucher sur des productions industrialisables pour un essaimage des innovations émanant de "la mutualisation de l'inspiration et des compétences". Ces "bacs-à-sable" pour incubateurs séduisent les entreprises à la recherche d'alternatives à la R&D, à leur communication, à leur pratique commerciale à renouveler.

Pour mener à bien leurs projets, tous les acteurs rencontrés doivent compter sur d'autres acteurs : des artistes, des professionnels de la culture, mais aussi des amateurs ou des citoyens. Le bénévolat est une autre modalité de déploiement des projets, soit de la part d'acteurs qui rejoignent les initiateurs des projets (Museomix), dotés de compétences pour servir les projets, soit de la part des acteurs en donnant de leur temps et leurs compétences (pour trouver des financements et de nouveaux savoir-faire numériques (Fablab d'artiste, Machinima, Hyperolds). Cet investissement sert une quête de reconnaissance ou sert le maintien de cette reconnaissance, afin de développer une légitimité dans une institution (Museomix), une compétence numérique complémentaire (Fablab), de bénéficier d'un financement privé ou public, voire d'une résidence (Machinima, Hyperolds, l'artiste Cécile Babiolo). Le Net Art et plus largement les arts numériques peuvent dès lors être reconnus, financés ou soutenus pour faire rayonner, dans une certaine confusion, la création et la créativité, pour des acteurs économiques en quête d'innovations.

Cette tension **entre entreprise et communauté** tend à soutenir l'autoproduction, notion floue et multiforme, s'adaptant aux projets déployés par les acteurs, artistes ou non, visant une alternative et/ou une critique, pour servir des intérêts différents : un projet artistique (Hyperolds, Fablab/Artlab), un projet pour vendre des ateliers à des institutions pédagogiques et culturelles (Machinima), un projet d'innovation culturelle dans le milieu muséal (Museomix). La critique, associée tant à la création qu'à la créativité numériques, peut se diffuser quand celle-ci rejoint le marché de l'innovation, et se traduit en termes de décalage quand l'artiste détourne. Selon les débats durant la JE juin 2014, la position est appréciée quand sa pièce n'est pas une oeuvre propriétaire mais un objet partageable, devenant "action politique" dans le sens où le faire/le geste artistique, dans une création (parfois) "sans le savoir", provoque un changement du regard, une oeuvre incontrôlable, dite ouverte, en termes de production, de financement. De fait, les artistes ou porteurs de projets créatifs peuvent souhaiter garder à distance le marché de l'innovation (pour rester indépendants) ou bien vendre par co-exploitation de leurs oeuvres ou projets. En effet, la capacité de détournement, de proposition d'innovation avec un autre regard sur les technologies numériques, d'un « décalage sur les questions d'innovation et sur ce qu'elles apportent » (JE juin 2014), intéresse des acteurs en dehors du monde des arts ou du secteur numérique. Comme le déclare un artiste rencontré autour du projet Hyperolds, Julien Lesveque, à propos de la position de sociétés produisant des Artlabs et spécialisées dans la vente d'oeuvres numériques : : "...utiliser ce que font les artistes comme objet de médiation, d'innovation. On arrive à attirer quelques collectionneurs (un peu), mais c'est plutôt les entreprises, le réseau innovation qui a pris le pas" (JE juin 2014).

Nous observons en effet une tendance qui consiste à demander aux artistes des opérations de médiation, de tests et réflexion pour fournir un bénéfice, sur les marchés de l'innovation et des arts numériques, et ce sans rémunération "ni cadre rigide qui ne convient pas aux artistes". L'objectif est de propulser les pratiques artistiques avec le numérique dans l'art contemporain, pour rejoindre ce marché pourtant méfiant vis-à-vis du Net Art, ou dans les musées. Mais, les musées n'accueillent pas ou quasiment pas ces oeuvres de l'internet, tout comme les galeries frileuses en la matière. Il reste alors l'espace public où se diffusent les arts numériques, jusqu'à l'intimité de la maison (avec un objet connecté, une playlist). L'artiste innove et on l'en remercie, avec des outils open source, de la récupération pour fabriquer des instruments, des prototypes, afin de faire émerger une innovation, de nouveaux produits, de nouveaux projets. Les agences accompagnent alors l'après prototype et dans ce cas quelques musées (comme le MOMA cité) achètent des oeuvres de prototype, achètent leur code source (c'est-à-dire des instructions et de la documentation). L'oeuvre deviendra alors projet participatif, pour promouvoir les pratiques innovantes. Les agences et les commissaires espèrent voir les arts numériques entrer dans les grands musées, s'il le faut "par la porte du design", quitte à ce que ce ne soit qu'une ébauche d'oeuvre. Le défi est de vendre des oeuvres inachevées, qui vont devenir des oeuvres, fruits de partenariats entre laboratoires de production<sup>30</sup>. Les acteurs du marché des arts numériques veulent trouver le bon moyen de faire collaborer les artistes et les scientifiques, en payant les acteurs de la production d'oeuvres, pour réaliser un prototype, déposer des brevets sur les inventions faites par les artistes avec les scientifiques.

---

<sup>30</sup> Art et sciences, art et marché, avec l'exemple associant une Scène Nationale et le CEA (commissariat de l'énergie atomique de Grenoble).

Cependant, les inégalités persistent quand le brevet n'est pas déposé avec l'artiste <sup>31</sup>. L'espoir est toujours latent de voir la mise à la vente par les galeries, d'engager des prototypes définitifs, sous forme d'installations.

### **Industrialisation marchandisation**

Etre en relation avec des entreprises et les nouvelles industries du numérique compte de plus en plus à l'heure de la baisse des subventions publiques et d'un difficile accès au marché de l'art pour les artistes du numérique. Les projets peuvent dès lors être négociés sur le marché des innovations numériques, dans un glissement de la création vers la créativité. Ce glissement n'empêche(ra)it aucunement l'expression des détournements qui est exploitée comme modalité de l'innovation dans une économie numérique sur un marché de la créativité. Cette voie n'est pas rejetée par les artistes, notamment les jeunes artistes sortant d'écoles formant également à la recherche de financements pour vivre de leur art (entretien Cécile Babiolle), qui attirent l'attention des entreprises. Comme nous l'avons retenu lors de la JE juin 2014, il importe, pour les galeries d'art contemporain et les foires d'art, de vendre les oeuvres numériques. Mais les oeuvres d'URL, de flux intéressent peu les collectionneurs, qui craignent pour leur pérennité, tout comme les artistes. En effet, les médias variables (comme internet) <sup>32</sup> sont des moyens de présentation, de diffusion, de monstration pour des oeuvres qui ont plusieurs vies. Les rares sociétés/agences de production spécialisées dans les arts numériques, comme Digitalart et Art To Machine, savent alors s'adresser à ces artistes pour leur proposer de créer pour des entreprises, des marques <sup>33</sup>, des clients, en les plaçant sur le marché des innovations numériques (comme les objets connectés mentionnés lors de la JE juin 2014).

Des coproductions et des financements sont alors engagés et les artistes bénéficient de budgets importants pour travailler, quitte à adapter leurs oeuvres, selon les demandes des clients qui exigent les innovations du moment. Certains de ces derniers ne souhaitent néanmoins pas changer l'oeuvre d'un artiste, mais au contraire l'exposer, pour insérer l'art dans leurs établissements (aéroports, gares et centres commerciaux) afin de devenir de nouveaux lieux de vie, pour se différencier en faisant appel aux artistes. La vente d'installations est ainsi réalisée, tout comme des locations d'oeuvres de longue durée (3 ans) qui exigent une maintenance. Mais les ventes peuvent aussi concerner des formations à la fabrication et à la création numérique menées par des artistes. Des déclinaisons de productions à partir d'oeuvres sont également engagées comme des jeux vidéos, des hologrammes (les artistes et la 3D). La promotion de ces produits se fait par des plateformes telle vimeo, "pour donner envie". Des brevets sont déposés et la fabrication industrielle est lancée.

Le dépôt de brevets, le développement de logiciels <sup>34</sup> entraînent une fabrication industrielle, en retenant que les artistes sont des "early adopters", déclaration (A2M) teintée d'un cadre théorique relatif au diffusionnisme. Les créations 3D proposées par des artistes visent par exemple à "donner l'envie à tout le monde de se créer leurs propres hologrammes". Il faut "époustouffler", selon les producteurs et porteurs de projets artistiques numériques, pour installer leur industrialisation, sans négliger la personnalisation des ventes d'événements, sur mesure, pour créer la dynamique des "followers", "amener à la marque". Nous retenons également que les développements des artistes, pour répondre à la demande des sociétés de production cherchant à minimiser les risques et les premiers coûts de production du prototype, s'appuient sur l'open source. Ensuite, si le succès est au

---

<sup>31</sup> MCD a publié un magazine faisant la promotion de co-dépôt de brevets de laboratoires scientifiques avec les artistes ("Art Industrie" MCD 74 ("Design/Technologies/Agences ; Entreprises/R&D/Innovation/Urbanisme ;

Architecture/Créativité/Open Data ; Nouveaux medias/Medialab"), <http://www.digitalmcd.com/mcd74-artindustrie/>  
<sup>32</sup> Durant la JE juin 2014, est notamment mentionné Google, qui conduit à adapter la monstration des oeuvres en fonction de l'évolution de l'algorithme du moteur de recherche pour maintenir leur accès. Les participants de cette journée d'étude s'attachent également à la documentation des oeuvres, qui marque les traces de leur production, bénéficiant de la participation en ligne, de technologies en permanent développement (exemple récent, mentionné, de flash à html5).

<sup>33</sup> Telle une installation sur mesure pour la marque Hermès qui tourne pendant trois ans dans les magasins Hermès, pour le lancement d'un parfum pour femmes.

<sup>34</sup> Par exemple le mouvement Webjays de Anne Roquigny (JE juin 2013) qui a autoproduit le logiciel puis a bénéficié d'aides et soutiens : "j'ai produit la première version du logiciel, j'ai inventé ce logiciel, je travaille avec un ingénieur que j'ai payé, bon j'ai eu des sous après un peu pour m'aider à développer ce projet, mais c'est vraiment les artistes qui ont cru en ce projet et qui se sont beaucoup amusés avec."



rendez-vous, sont engagés la fabrication des instruments (l'après prototype), les brevets, les dossiers par exemple pour le fonds Pictanovo, pour le Ministère de la Recherche (qui finance (par ex 10 000 euros) les laboratoires scientifiques qui associent les artistes qui expérimentent les matériaux et technologies) (Julie Miguirditchian, JE juin 2014).

L'entrepreneur -artiste et société de production- prend des risques et aime s'aventurer sur ces "territoires hybrides"<sup>35</sup> en retenant que "le marché de l'art est fantaisiste comme le marché industriel" (AC Worms, JE juin 2014). Avec un sentiment de puissance non dissimulé, l'entrepreneur de l'industrialisation-marchandisation des arts numériques à transformer en innovations numériques, établit des prix des innovations prototypées par les artistes qui "ont une bonne vision sur l'innovation et peuvent amener un décalage sur les questions d'innovation" (JE juin 2014), décalage qui plait tant aux entreprises clientes que les acteurs politiques friands d'innovations pour l'économie et l'industrie. L'artiste ingénieur peut être amené à adapter les oeuvres pour qu'elles ne dérangent pas (le détournement et le surprenant émanant du Net Art sont alors mis de côté et la critique est absorbée). Prenons l'exemple, déjà abordé, des flux sonores ou visuels de certaines oeuvres numériques qui dérangent : l'artiste va "(re)designer l'oeuvre de façon à moins gêner les propriétaires et leur environnement"<sup>36</sup>. Il en est de même pour les actuels objets connectés, les smartphones pour plaire à Futur en Seine, RATP, SNCF, Google, Accenture Aéroports, Gares, et correspondre à cette tendance de la communication avec des créations artistiques, qui "ramène(ro)nt des followers" vers les marques et leurs événements. Il est vrai que les événements se multiplient autour du numérique et les artistes y sont bienvenus : de la FIAC au festival Ars Electronica qui descende un Prix de l'oeuvre interactive, en passant par de nouveaux événements comme la Digital Week, qui propose non seulement un salon/une foire/un lieu, un parcours, des déplacements et des articulations de partenaires en réseau prenant part à l'événement, avec galeries, expositions et espace public<sup>37</sup>. Des commissaires sont mobilisés pour choisir les artistes, avec la participation d'un public qui vote en ligne ; ainsi se combinent autour d'une société de production d'arts numériques, des événements institutionnels, du design, du musée, dans une boucle pensée comme inachevée, transcendant la frontière art contemporain/arts numériques, sans négliger le post digital et un public informé, frustré qui a besoin d'innovation permanente pris dans une injonction à la créativité, comme l'artiste.

L'analyse des données recueillies a révélé, comme nous l'avons mentionné, une connotation entrepreneuriale, par le rassemblement d'acteurs dotés de compétences organisationnelles et de recherche de financements. La dynamique relative à l'autoproduction, en termes d'indépendance et d'expérimentation, vise prioritairement une reconnaissance pour élaborer des stratégies de positionnement dans les réseaux des arts numériques et dans les institutions publiques et privées. Les projets, les oeuvres peuvent dès lors être négociés dans le cadre de l'exploitation industrielle et de la marchandisation des innovations numériques.

La journée d'étude de juin 2014 à la Gaîté Lyrique à Paris a permis de préciser ce double processus, avec l'identification et la confirmation de réseaux du marché de l'art contemporain et du marché de l'innovation avec des projets d'artistes, leurs expérimentations, leurs laboratoires. Les artistes sont alors pris dans le flot de la créativité, jusqu'à la confusion création/créativité via le numérique. Les figures du public des innovations numériques, artistiques ou non, vont des participants aux entreprises, pris dans un développement, promu par des agences et sociétés de production organisant le marché des arts numériques, de logiques économiques avec la location, la vente d'ébauches d'oeuvres ou encore de produits dérivés émanant des oeuvres d'artistes (le cas de l'oeuvre "Water Light Graffiti" a donné lieu à une version "smart" et "vidéogame" (AC Worms de A2M, journée d'étude juin 2014)).

Ainsi, les industries de l'innovation conduisent à transformer des espaces de travail d'entreprises en "galeries" mêlant art contemporain et innovation. Les oeuvres ou les projets créatifs sont transformés

---

<sup>35</sup> Anne Roquigny parle, durant la JE juin 2014, de "formes hybrides de création".

<sup>36</sup> Par exemple : "interrompre le flux sonore et préférer configurer les sons en fonction d'une configuration d'index de noms d'amis de sorte que lorsque sont prononcés les noms à une table d'amis, la bougie se met à éclairer le repas d'une manière créative" (JE, juin 2014).

<sup>37</sup> L'artiste du numérique est alors à la jonction de lieux prestigieux associés, ici : la Maison Européenne de la Photographie, le Forum des Images, la Galerie Vanessa Quang, le prix Opline (JE, juin 2014).

en produits de communication auprès de clients-entreprises qui peuvent choisir chaque année une thématique (œuvres numériques sur commande). Les sociétés de production d'arts numériques sélectionnent alors "l'innovation du moment" (AC Worms, JE juin 2014), se préoccupent d'événements *corporate*, pour des salariés et clients de la marque. Ces sociétés de production artistique bénéficient de "budgets très importants pour les artistes" (idem), afin de favoriser les créations d'œuvres, sans négliger, s'il le faut, leur adaptation pour les clients. Les artistes deviennent "la nouvelle tendance", mais les sociétés de production les sélectionnent pour vendre les projets numériques aux entreprises. Parallèlement, ces sociétés de production développent des dossiers pour des fonds qui soutiennent la création, tel le fonds Pictanovo <sup>38</sup>, ou pour le dépôt de brevets. La déclinaison de l'œuvre "Water Light Graffiti" <sup>39</sup> en jeu vidéo, rejoignant dès lors les industries culturelles, est une illustration marquante de ce processus d'industrialisation-marchandisation des arts numériques, s'éloignant du Net Art. Ce processus confirme l'hypothèse de l'exploitation/dilution de la critique numérique. De plus, tous ces efforts (des sociétés de production et des artistes) démontrent la possibilité de ne plus cantonner le Net Art et les arts numériques à l'autoproduction.

---

<sup>38</sup> [http://www.pictanovo.com/financer\\_expinterac.php](http://www.pictanovo.com/financer_expinterac.php)

<sup>39</sup> Les chiffres d'affaires atteignent pour la production de l'œuvre "Water Light Graffiti" : "400 000 euros en 2013 simplement sur la location du mur (Water Light) et 100 000 euros sur le premier semestre 2014". Ce succès engage "énormément de commandes (du mur) pour des inaugurations par exemple d'un château consacré au numérique" (AC Worms, JE juin 2014).

## Conclusion

A l'issue de l'analyse de l'ensemble des données recueillies durant ces quinze mois de recherche sur le Net Art et l'autoproduction, y compris celles échangées durant la journée d'étude de la recherche, il convient de mettre à distance la problématique qui l'a stimulée. En effet, nous constatons que la critique porteuse des expressions netartistiques n'est pas centrale au point de déclencher une critique diffuse, dans le cadre d'une expansion, dissémination dans la société. En revanche, nous constatons la dilution par absorption des oeuvres numériques, englobant le Netart, dans le marché de l'innovation numérique, friand de créativité par détournements maîtrisés (limitant la force critique des oeuvres numériques, pour favoriser leur vente). Nous avons souligné durant l'analyse que le Net Art, revendiqué ou abandonné participe d'une culture de la créativité, conduisant à son appropriation comme culture du détournement, impliquant une démarche d'autoproduction, entendue comme auto-financement de projets non prévus dans les budgets des institutions. De fait, nous sommes en mesure de confirmer le double processus d'industrialisation et marchandisation de la création numérique, par confusion avec la créativité numérique. Le marché des arts numériques rejoint le marché de l'innovation numérique, en attendant la reconnaissance par le marché de l'art contemporain, craintif à l'égard d'oeuvres de flux, d'oeuvres supportées par les ordinateurs, engageant par ailleurs les artistes à créer des oeuvres physiques, dans un contexte du reste favorable aux *makers* (avec Fablabs et Artlabs). Ces confusions et chevauchements peuvent jouer en faveur des rares acteurs du marché des arts numériques prompts à inventer, avec les artistes, les moyens d'user tous les moyens pour continuer à créer<sup>40</sup>.

## *Ouverture et perspectives de recherche*

Comme nous le constatons, le Netart est absorbé dans le marché des arts numériques et il existe une tension, en ce qui concerne l'autoproduction de ce type d'oeuvres, avec le collaboratif sur le web et la professionnalisation des pratiques numériques. L'autoproduction marquerait, comme nous l'avons analysé, une volonté de créer des positions sociales en marge du marché de l'art, des institutions culturelles ou des industries du numérique, grâce à la créativité des acteurs, à la création artistique surprenante, pour servir leur propre bénéfice et celui des institutions impliquées dans les projets. La structuration du marché des arts numériques, en attendant l'inclusion et la reconnaissance des arts numériques dans le marché de l'art contemporain, se réalise par le marché de l'innovation numérique. Dès lors, il est question de production et de financements par ventes et locations d'oeuvres, installations, performances et autres productions par les artistes soutenus par les agences qui commercialisent auprès des marques et institutions.

La triple analyse - l'autoproduction et les modes de production ; la création et la créativité ; le processus d'industrialisation de la créativité numérique et de la marchandisation des pratiques artistiques - nous a donc permis de confirmer les enjeux majeurs de l'autoproduction du Netart : des modèles économiques émergents, des modes de financement de l'art relayés par l'industrie numérique et la marchandisation de la créativité numérique, la mise à l'écart du Netart et des arts numériques de l'art contemporain provoquant des initiatives expérimentales pour poursuivre les projets, et le processus de reconnaissance.

Nous dégageons, pour la suite de cette recherche, deux pistes : celle de la **reconnaissance** des arts numériques par le **marché de l'innovation et de la créativité numériques** ; et celle de la tension provoquée par la dilution-absorption des autoproductions par l'industrie du numérique.

---

<sup>40</sup> Y compris par exemple les nouvelles modalités de recherche de financements des projets avec le crowdfunding : [http://www.digitalarti.com/fr/blog/digitalarti\\_mag/s\\_lection\\_de\\_projets\\_art\\_num\\_rique\\_en\\_crowdfunding](http://www.digitalarti.com/fr/blog/digitalarti_mag/s_lection_de_projets_art_num_rique_en_crowdfunding)

## Références & Ressources

### *Projets (recherche et journée d'étude)*

#### **Hype(r) Olds**

<http://www.hyperolds.com/>

de l'artiste Albertine Meunier (<http://www.albertinemeunier.net>) dans plusieurs villes de France à l'initiative d'autres artistes tels que Julien Lévêque, [www.julienlevesque.net](http://www.julienlevesque.net) ou Caroline Delieutraz, <http://delieutraz.net/>.

#### **Fablab d'artiste Imal** de Cécile Babiolo

<http://www.imal.org/fr/page/a-propos-dimal>

<http://www.imal.org/fr/activity/gobo-gobo-hey>

Isabelle Arvers, **Machinima** (machine, animation, cinéma), <http://www.isabellearvers.com/>

<http://www.isabellearvers.com/category/machinima/>

#### **Museomix**

<http://www.museomix.org>

<http://www.museomix.org/localisation/paris-2013/>

#### **MCD**

<http://www.digitalmcd.com/>

#### **Digitalarti**

<http://www.digitalarti.com/fr/blog/artlab>

#### **Art2M**

<http://www.art2m.com/>

Anne Roquigny, **WJ-s** (Webjay surfing)

<http://www.wj-s.org/>

**Show Off** et Dominique Moulon

<http://showoffparis.net/>

[http://www.mediaartdesign.net/FR\\_aProp.html](http://www.mediaartdesign.net/FR_aProp.html)

### ***Références de la présentation du contexte de la recherche sur le Net Art :***

- Becker Howard S., 1988, *Les mondes de l'art*. Paris, Flammarion.
- Chiapello Eve, 1998, *Artistes versus managers. Le management culturel face à la critique artiste*, Paris, Métailié
- Maigret Eric, Macé, Eric, 2005, *Penser les médiacultures*, Paris, Ina, Arman Colin.
- Cardon Dominique, 2010, *La démocratie Internet*, Paris, Seuil, «La République des Idées».
- Cardon Dominique, Granjon Fabien., 2010, *Médiactivistes*, Paris, Les Presses de SciencesPo.
- Chandler Annmarie, Neumark Norie, 2010, *At a distance. Precursor to art and activism on the Internet*, MIT Press.
- Fourmentaux Jean-Paul, 2010, *Art et Internet. Les nouvelles figures de la création*. Paris, CNRS Éditions.
- Fourmentaux Jean-Paul, 2011, *Artistes de laboratoire. Recherche et création à l'ère numérique*, Paris, Hermann.
- Fourmentaux Jean-Paul, 2013, *L'œuvre virale. Net art et culture Hacker*, Bruxelles, La Lettre Volée.

- Greene Rachel, 2004, *Internet Art*. Londres, Thames & Hudson, collection “ World of Art ”.
- Stallabrass Julian, 2003. *Internet Art. The Online crash of culture and commerce*. Londres, Tate Publishing.
- Paul Christiane, 2003, *Digital Art*, Londres, Thames & Hudson.

**En ligne (sites consultés entre mars et avril 2014) :**

- Eric S. Raymond, Comment devenir un Hacker, <http://www.erwanhome.org/web/hacker.php#principe1>
- Jodi, Portail, <http://www.Jodi.org> - Jodi, OSS, <http://www.oss.Jodi.org>
- Systaime, <http://www.systaime.com/>. Le *Glitch art* désigne l'esthétisation d'erreurs analogiques ou numériques, comme des bugs informatiques, par corruption du code et des données d'appareils électroniques.
- Pour un premier manifeste du Net Art « activiste » : Joachim Blank: <http://www.irational.org/cern/Netart.txt>.
- Josh On de Futurefarmers, *Anti-wargame*: <http://www.antiwargame.org>.
- Heath Bunting, <http://www.irational.org>.
- RTMARK, <http://www.rtmark.com> et The YES MEN - <http://www.theyesmen.org>
- Etoy Corporation, <http://www.eto.com>.
- Microtruc, <http://www.microtruc.net/>, Aram Bartholl, <http://datenform.de/> et Julian Oliver, <http://julianoliver.com>.

**Autres Références**

Boltanski Luc, Chiapello Eve, 1999, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard

Chiapello Eve, 1998, *Artistes versus manager. Le management culturel face à la critique artiste*, Paris Métailié

Laforet Anne, 2011, *Le netart au musée. Stratégies de conservation des oeuvres en ligne*, L>P, Questions théoriques

Manovich Lev, 2007, *Cultural Analytics: analysis and vizualisation of large cultural data sets*, [http://www.manovich.net/cultural\\_analytics.pdf](http://www.manovich.net/cultural_analytics.pdf) (consulté le 23 mai 2014)

Tremblay, Gaëtan. (2008). Industries culturelles, économie créative et société de l'information. *Global Media Journal -- Canadian Edition*, 1(1), 65-88.

Vidal Geneviève (coord.), 2008, « Le Net Art Critique, technologie ou création », in « NetArt, Technologie ou Création ? » *Terminal* n°101, hiver 2007-2008

## L'équipe

Pour mener à bien ce projet, nous avons formé un partenariat scientifique : Geriico, Labsic, Institut de Sociologie de Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (Allemagne) et LabCMO, CIRST-UQAM (Canada).

- Le Groupe d'étude et de recherche interdisciplinaire en information communication (GERIICO) - dont Jean-Paul Fourmentraux est membre - spécialisé dans l'analyse des dynamiques de médiation et dans l'examen des processus d'innovation et de communication entre des collectifs de travail aux frontières redéfinies : observation des logiques et pratiques d'acteurs, approche des dispositifs communicationnels à la confluence des industries culturelles, des médias et des processus de patrimonialisation.
- Geneviève Vidal est enseignante-chercheure au LabSic, Laboratoire des Sciences de l'information et de la communication), Equipe d'accueil 1803 - créé en 1993. L'analyse des industries culturelles et médiatiques constitue l'élément central des recherches menées au LabSIC. Ce socle a donné lieu à une organisation en trois thématiques complémentaires : Industries culturelles, éducatives et créatives : reconfiguration des secteurs et logiques émergentes ; Espaces publics : circulation des discours et des modèles ; Innovations en communication : dispositifs, normes et usages. Le LabSIC est porteur depuis 2011 du Labex ICCA (Industries Culturelles et Création Artistique).

### Partenaires de la recherche :

- Florence Millerand est Professeure, Département de communication sociale et publique. Codirectrice, Laboratoire de communication médiatisée par ordinateur (LabCMO). Membre, Centre interuniversitaire de recherche sur la science et la technologie (CIRST) Université du Québec à Montréal (UQAM). Intérêts de recherche: les transformations actuelles des pratiques et modalités de production des connaissances associées aux usages des technologies de communication; les infrastructures informatiques au sein de communautés scientifiques ; les problématiques liées au partage de données, aux données ouvertes et au big data; les plateformes participatives au service de la production de connaissances par des usagers ordinaires (amateurs), le web social et la culture participative.
- Christian Papilloud, qui a joué un rôle important dans l'analyse des données et la production des résultats, est Professeur, chaire de théorie sociale, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Institut de Sociologie (Allemagne); Membre du réseau d'excellence "Culture, Religion, Savoir", Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg; Membre de l'axe de recherche thématique "Culture et société en mouvement", Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg; Membre de l'axe de recherche thématique "Cultural Heritage", Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg; Chercheur au Pôle Risque-CNRS-MRSH-Caen, Université de Caen Basse-Normandie. Principaux thèmes de recherche : transformation du socle culturel des rapports sociaux dans les sociétés contemporaines et changements de la solidarité ; sociologie de la science, des média, de la technique ; sociologie de la culture et de la connaissance ; recherche sociale qualitative, en particulier conception de modèles d'analyse textométrique.