

Dossier : L'influence du numérique sur les pratiques artistiques et culturelles

Ce dossier n'a nulle visée exhaustive, ce qui serait de toute façon malaisé étant donné l'étendue du sujet.

Une autonomisation des pratiques culturelles

Le numérique a amené une nouvelle approche des pratiques culturelles, fondée en grande partie sur le partage. L'expansion des pratiques amateurs n'est pas anodine : elle démontre que la question de la frontière entre l'artiste et le récepteur ne se pose plus dans les mêmes termes qu'avant. La verticalité d'un créateur de contenu identifié et certifié transmettant sa production à un récepteur n'est plus valable puisque chacun peut, grâce aux outils numériques, devenir de fait créateur de contenu. Ce nouveau public s'écarte des sentiers tracés par les catalogues ou les institutions, pour plutôt s'adonner à un libre échange avec une communauté qui peut être à la fois spécialisée dans un domaine particulier (abstract hip-hop de Los Angeles ou minimale de Berlin) et en même temps, du fait de la dimension mondiale que permet Internet, extrêmement vaste. De façon similaire au développement des logiciels libres, les œuvres collaboratives fleurissent sur la toile. Processus ouverts, on imagine mal ces créations devenir des produits finis destinés à la vente. Il s'agit d'œuvres transversales, mélangeant images, textes et paysages sonores grâce aux techniques numériques, qui sont venues enrichir la diversité de la création. Cet art multimédia est un champ créatif tout jeune, vaste et intensément libre.

Par la rapidité de l'accès aux informations, aux œuvres et au partage du savoir, Internet contribue à libérer de nouvelles énergies. L'apprentissage des techniques numériques, l'autonomie, l'initiative, tout cela estompe la frontière entre émetteur et récepteur, entre producteur et consommateur.

Internet est un tissu de connections sans centre, dans lesquels les signes sont émis et reçus à la périphérie. Cette déstructuration peut être désarçonnante pour l'apprentissage de cet outil, aussi les politiques culturelles doivent-elles accorder une attention particulière à l'enseignement et à la sensibilisation à l'usage du web. Pour évoluer dans ce grand vrac, la maîtrise des principaux repères de l'histoire des idées, des arts et des sciences va s'avérer fondamentale. Le système éducatif ne peut assumer ces tâches seul, aussi les institutions culturelles doivent développer autour de leurs activités artistiques des plateformes interactives, d'échange, sur les œuvres, leur époque, les grandes idées qui les ont accompagné, etc.

Par ailleurs l'on assiste à un développement des formations et autres ateliers de pratiques artistiques numériques : cours d'électroacoustiques dans les conservatoires, initiation au montage vidéo ou à l'animation dans les médiathèques, ateliers de créations radiophoniques multimédia types web-radio, etc.

Les études ont montré que l'Internet a ce paradoxe génial d'inciter les gens à quitter leurs écrans pour s'investir dans une vie culturelle locale. Les utilisateurs du numérique ont une sorte de besoin compensatoire de quitter leur solitude physique et la Toile globalisée pour aller fréquenter les lieux culturels. Ainsi, les jeunes générations plongées dans l'Internet sont aussi celles qui fréquentent le plus certains lieux de la vie culturelle, notamment nocturne.

L'impact économique du numérique

La reproduction gratuite et ultra-rapide des images, des musique, des textes, et leur diffusion à l'infini met à mal le principe de rareté des œuvres et donc le modèle économique du contenu payant. Le numérique conduit donc à une refonte des modes de production et de distribution des produits culturels.

En permettant au consommateur d'être partie intégrante du processus de production, en intervenant sur le produit, le numérique déconstruit la chaîne de valeur. Par conséquent, les acteurs industriels souhaitant survivre dans les télécommunications, les médias, l'audiovisuel, la musique, sont obligés de diversifier leur métier de base et à de se positionner dans la production de contenus. Les modes de financement doivent être entièrement repensés pour trouver de nouveaux *business models* viables, pouvant assurer le financement de la production en amont, et la rémunération des auteurs comme de l'ensemble des acteurs de l'économie culturelle.

Notons que la fragilité du financement de la production artistique et culturelle n'affecte pas toutes les catégories de produits de la même manière. Internet permet par exemple la rentabilité de certains marchés de niche, en résolvant le problème d'un public trop dispersé géographiquement.

Les œuvres collaboratives dont on parlait plus haut existaient déjà avant le numérique, mais la proximité nouvelle qui permet le travail et le dialogue simultané et à distance bouleverse la définition de l'œuvre et amène des problématiques nouvelles autour de la mise en œuvre des droits de propriété intellectuelle.

Le cas du livre numérique

Le livre numérique est certainement l'un des objets prêtant le plus à la controverse mais aussi le plus intéressant. Outre les questions relatives au droit de la propriété intellectuelle (la numérisation des fonds éditoriaux est une opération lourde et complexe en termes de recherche des ayants droit), il représente un outil formidable qui questionne et transforme les modes de production et de diffusion du savoir et de la culture. C'est un livre enrichi, hybride, qui associe au texte initial des textes additionnels, et éventuellement du son et des images. Ainsi le consommateur n'acquiert pas un objet mais un texte truffé de fonctionnalités nouvelles.

Le cas de la musique

Dans son rapport présenté fin février 2013, la Hadopi veut durcir sa lutte contre « le streaming et le téléchargement direct de contenus illicites ». Si le piratage est sous certains aspects nuisible pour l'industrie culturelle (et la principale cause de l'effondrement des ventes de CD), il faut se garder de la vision réductrice d'un numérique qui serait venu détruire la culture. Au contraire, le numérique est venu la renouveler, en changeant ses paradigmes.

Le changement le plus flagrant, c'est la chute du physique et l'avènement du dématérialisé. Si la vente physique de la musique connaît une chute de 30% sur les cinq dernières années, les revenus liés au numérique ont eux progressé de 40% sur la même période pour venir compenser progressivement les pertes du secteur.

Il faut au même titre rejeter le postulat du numérique qui serait venu tuer les artistes.

En effet, une étude de 2011 du Cepremap (Centre pour la recherche économique et ses applications) constate qu'en dépit de l'effondrement des ventes physiques, les ressources des artistes auraient progressé, le revenu médian des musiciens en France passant de 15 000 euros en 2000 à 22 500 euros en 2008.

Comment expliquer cela ? Il faut en premier lieu voir que le spectacle vivant, le live, représente la source de revenu la plus lucrative pour les artistes. A cet égard, le web a une influence très positive, aussi ont été recensés en 2011 50868 représentations de spectacles de variété et de musique actuelles, soit 13% de plus qu'en 2010. Le tout avec un total des revenus à +6%.

Par ailleurs, l'étude du Cepremap souligne une conséquence surprenante du piratage, qui conduit le consommateur à chercher et à découvrir davantage de contenus culturels et, à terme, à dépenser plus pour l'acquisition matérielle de ses découvertes. C'est un point très pertinent, que je peux confirmer par mon expérience personnelle. J'ai en effet des amis, qui produisent (au sens de création) de la musique via les outils numériques, mais pas seulement, puisqu'il y a des méthodes de production très intéressantes qui allient le digital (Macbook Pro + logiciels spécialisés) avec des techniques analogiques (platines et disques vinyles, vieux synthés, etc.) Une partie importante de leur travail consiste à « digger » (de l'anglais *digg*, creuser, fouiner) sur Internet pour trouver des musiques particulières, rares, souvent de manière illicite. Mais ce qui est intéressant c'est que ces recherches se soldent souvent par la commande des disques vinyles en question via des marchands spécialisés, le but étant d'obtenir la copie physique, analogique, dont la qualité et la texture sonore est plus appréciée,

afin de réutiliser ce matériel via le « sampling » (échantillonnage) pour produire une musique originale.

Une citation d'un jeune compositeur de musique électronique illustre parfaitement ce propos. Il s'agit de Valentin Stip, d'origine parisienne et signé sur le label indépendant de l'icône de l'électro New-Yorkaise Nicolas Jaar, qui nous dit « Je ne suis ni pour, ni contre le téléchargement illégal, mais parfois c'est un moyen honnête pour découvrir de la musique. Je me dis que si la musique en vaut vraiment le coup, je l'achète en vinyle car ça prend des proportions plus réelles que celles d'un fichier mp3 ».

La révolution de l'autoproduction

C'est l'une des conséquences majeure du numérique : l'autoproduction. Le développement des « homes studios » nécessitant un investissement abordable, a permis à une légion d'artistes de s'affranchir de la coûteuse case studio. Cela transforme considérablement la production musicale, plus besoin d'une major pour financer la préproduction dans un studio, aujourd'hui l'artiste peut peaufiner et réenregistrer à volonté ses maquettes, avec un Mac et un peu de matériel. Le potentiel de l'autoproduction est encore plus considérable dans la musique électronique, puisque l'artiste ou le DJ peut tout faire de chez lui, moyennant un investissement dans du matériel professionnel de plus en plus abordable. Comme outil de diffusion : Soundcloud par exemple, qui a permis à d'innombrables artistes de se faire repérer.

L'autoproduction permise par le numérique s'accompagne de l'autopromotion, rendue possible et extrêmement efficace via le web et les réseaux sociaux. Cela représente une opportunité incroyable pour nombre d'artistes qui n'ont pas accès aux canaux de diffusion classique. François Moreau, coauteur de l'étude du Cepremap l'illustre bien : « Avant on achetait ce qu'on entendait à la radio. Les artistes confidentiels n'avaient aucune chance d'être entendus. Le web 2.0 offre un potentiel de promotion inégalé et permet de rendre visibles des artistes auparavant invisibles ».

Au niveau des modes de financements, le financement participatif, ou « crowdfunding » est un modèle extrêmement intéressant. Il permet aux internautes de devenir producteurs, en financer un artiste ou un projet, soit sous la forme de don, soit sous la forme d'un investissement qui peut s'avérer fructueux en cas de succès.

Les sites deux leaders sur ce phénomène sont *Sell a band* et le français *My Major Company* qui a récolté 13 millions d'euros sur les cinq dernières années et a permis de lancer de manière détonante plusieurs artistes à succès.

Autre méthode de financement participatif : l'internaute fixe lui-même le prix d'achat de l'album. Radiohead a utilisé ce schéma pour la sortie en 2007 de son album « *In rainbows* ». Résultat : plus d'un million de téléchargement pour l'album pour un prix moyen de 3 euros.

Cependant, le modèle qui fonctionne le mieux actuellement est celui du streaming légal, dont les deux figures de proue sont Deezer et Spotify. C'est un marché en plein essor, ce que n'auront pas manqué de flairer Google, Apple et Amazon puisqu'ils vont

s'y insérer très prochainement via le lancement de leur propre plateforme. Néanmoins les critiques sont fortes : beaucoup d'artistes estiment que ces plates-formes sont des ogres qui ne reversent qu'une part minime de leur bénéfices aux musiciens. À l'opposé, Kim Dotcom, fondateur controversé de Megaupload, annonce la mise en service prochaine de son service d'écoute en ligne avec comme ambition assumée de court-circuiter les majors et reversant 90% des bénéfices aux artistes.

Finalement il faut garder à l'esprit qu'on est dans une phase de transition de modèle, et on peut attendre une régulation naturelle de ce marché.

Focus : La Gaîté Lyrique

La Gaîté Lyrique constitue un exemple fort intéressant de comment peuvent se positionner les politiques publiques sur la question de la culture numérique.

C'est le maire de Paris, Bertrand Delanoë, qui donne l'impulsion de créer un centre culturel dédié aux arts numériques et aux musiques actuelles.

A l'origine du projet, une délégation de service public constitue le comité de pilotage de l'opération. Il est composé de représentants de la Ville de Paris ainsi que de la Région Ile-de-France. Il est assisté d'un comité d'experts sur les questions culturelles. C'est l'architecte Manuelle Gautraud qui va mener les opérations, avec pour idée phare d'en faire une véritable « boîte à outils modulable, au service des artistes.

Ce lieu se pense comme un point de rencontre entre les technologies, l'art et les publics. Ce sont les cultures numériques sous toutes leurs formes que la Gaîté

Lyrique se propose d'explorer de manière transversale : musique, cinéma, animation, danse, théâtre, arts visuels, design, architecture, informatique, art du code, web design, jeux vidéos, etc. Lieu de création au service des artistes, la Gaité Lyrique a aussi une vocation de sensibilisation et d'ouverture culturelle aux nouveaux médias, à l'instar de son Centre de ressources en accès libre.

La question des publics est au cœur du projet de la Gaité Lyrique. Si l'on peut penser de prime abord que le lieu s'adresse aux « digital natives », les publics visés sont en réalité plus larges. L'accent est mis sur la convivialité pour favoriser la rencontre des habitants du quartier, avec les étudiants, mais aussi les enfants pour lesquels sont proposés des activités variées, et les plus âgés. Cette politique des publics s'inspire de la culture numérique en favorisant l'interactivité, la participation, la mise en réseau et les jeux.

La Gaité Lyrique propose une programmation riche, avec un accent mis sur l'interdisciplinarité. En plus des expositions, le lieu accueille nombre de concerts, performances, et autres spectacles vivants et multimédia. Par ailleurs des cycles de conférences et de projections sont organisés régulièrement.

La Gaité Lyrique est donc également un lieu de réflexion, à cet égard elle abritait le 10 avril 2013 une émission sur le thème : « Internet, menace ou opportunité pour la culture en Europe ». Il s'agissait d'un café-débat organisé par quatre étudiantes en master à Sciences Po Paris.

J'ai retenu l'intervention d'Aubéry Escande, responsable de la communication à « The European Library » et chargé de mission pour Europeana. Il présente comment la

numérisation et Internet ont permis un développement significatif de la culture en Europe.

Europeana est une plate-forme web qui permet d'accéder à 26 millions d'objets numérisés à travers 2200 institutions européennes impliquées dans le projet (34 pays sont représentés). Cette plate-forme ne détient pas les contenus mais en fournit l'accès, de manière gratuite.

Europeana fonctionne grâce au travail d'agrégateurs spécialisés (pour les bibliothèques, les cinémathèques, les archives, le matériel audiovisuel). Le rôle est de fournir le contenu culturel à Europeana, au travers d'accès bibliographiques et de ressources numériques. Cette structure est née en 2005/2006, dans un contexte de menace de Google Books et sous l'impulsion de la Commission européenne.

En parallèle, ils disposent d'un projet, Enumerate, qui étudie en profondeur le paysage numérique européen, en analysant notamment le niveau de numérisation des institutions. Cet outil leur a permis de s'apercevoir que cette numérisation, au niveau européen, est très disparate. Les musées sont les plus avancés puisque environ 40% du contenu des musées européens est numérisé. En revanche, les bibliothèques nationales sont loin derrière puisque seulement 4% environ de leur contenu est numérisé. On s'aperçoit en effet que c'est l'image qui est numérisée en premier, le plus facilement. Cela soulève une réflexion intéressante sur les rapports entre supports et numérisation.

Bibliographie

Revue :

- L'Observatoire des politiques culturelles, *L'ère numérique : un nouvel âge pour le développement culturel territorial*, 2010.

Articles :

- Donnat, Olivier : *Les pratiques culturelles à l'ère numérique*, 2009.
- Le Glatin, Marc : *Du consumérisme à l'autonomie, le numérique vient d'ouvrir une porte*, 2010.
- Benhamou, Françoise : *Regards économiques sur les promesses du numérique*, 2010.
- Molin, Jean-Loup : *Vers une culture de l'expérimentation*, 2011.
- Chaintreau, Jean-François : *Vers un service public culturel numérique*, 2010.
- Fourmentraux, Jean-Paul : *Créer à l'ère numérique*, 2010.

Sites :

- <http://www.gaitelyrique.net/>
- <http://www.europeana.eu/>
- <http://www.redressement-productif.gouv.fr/economie-numerique>
- <http://www.culturecommunication.gouv.fr/index.php/Disciplines-etsecteurs/Industries-culturelles2>
- Emission à la Gaité Lyrique « Internet, menace ou opportunité pour la culture en Europe » : <http://www.gaitelyrique.net/gaitelive/captation/internet-menaceou-opportunit%C3%A9-pour-la-culture-en->