

# WEB ET VALORISATION DES PRODUITS CREATIFS (40H - M2 - (cours Intensif 2012/2013)

- Enseignements - Enseignements de Vincent Rouzé Paris 8 -



**Semaine intensive du 6 au 10 février 2012**

## **Descriptif**

Face aux actuelles problématiques économiques de la presse, de l'industrie du disque, de l'édition numérique et la place grandissante jouée par le consommateur devenu acteur, voir créateur, ce cours propose à la fois de regarder les modalités de valorisation qui existaient avant le web pour mieux saisir les possibles hybridations, mutations qui parcourent ce début de XXIème siècle. L'objectif est à la fois de proposer un état des lieux de la situation actuelle, de présenter des tentatives de créations et de valorisations originales mais aussi de les critiquer et de les discuter. car la pérennité des modèles semblent être devenue une gageure.

Cette semaine intensive alternera donc réflexions théoriques, propositions et discussions pratiques à partir d'études de cas concrets. Dans cette perspective, deux professionnels interviendront alternativement. A partir de ses activités au sein de MyMajor Company, Victor Lugger abordera la question de la valorisation de la musique aujourd'hui, les problèmes économiques posés et la place jouée aujourd'hui par l'internaute dans la construction et la valorisation des contenus . Stéphane Lecourbe, acteur historique du développement web (webmastering des portail Voila et Wanadoo), a fondé la société SMOL qui conçoit et réalise des projets web. Il reviendra sur son parcours en ayant soin de questionner l'évolution du web tant sur les plans techniques que sur de l'évolution des métiers et de l'organisation professionnelle. Ce cheminement l'amenera à envisager différentes modalités de valorisation en fonction des acteurs culturels (compagnies de théâtre, groupe de musique, collectivités territoriales.)

## **Programme de la semaine**

### **1ère journée : par V.Rouzé**

Cette première journée théorique sera l'occasion de définir et de discuter les problématiques liées au web, à la création, à la valorisation mais aussi de questionner l'appellation "produits culturels". La réflexion s'appuiera sur le cas de l'industrie musicale.

- Produits créatifs et valorisation avant le web ?
- Le web : entre économie et idéologie
- Création/ créativité : pour quelle valorisation ?
- Contrôle des expériences et expériences contrôlées

### **2 ème journée : par V. Rouzé**

- (matin) : Suite et fin du cours théorique
- (après-midi) : Travail par groupes à partir de sites Internet choisis par les étudiants.

### **3 ème Journée : par V. Rouzé/ S. Lecourbe**

- (matin) : mise en commun du travail sur les sites et problématisation des observations (participation des amateurs/ modalités de valorisation musique, cinéma, BD, Photo)
- (après midi) S.Lecourbe (professionnel)

### **4ème journée : par S.Lecourbe (professionnel)**

- Le développement face aux contenus culturels
- Hybridations techniques / hybridations professionnelles : ves de nouveaux métiers ?

### **5ème journée : par V.Lugger (professionnel)**

- Un modèle hybride (producteur/consommateur) : le cas de My Major company et MyBookCompany
- Valoriser la musique et le livre aujourd'hui ? Enjeux et perspectives

## **Évaluation :**

La notation de ce cours se fera sur la base d'un dossier à rendre d'une dizaine de pages. Le sujet du travail devra préalablement avoir fait l'objet de l'accord de l'enseignant durant la semaine intensive.

Il devra être envoyé :

- par mail à [vincent.rouze@univ-paris8.fr](mailto:vincent.rouze@univ-paris8.fr)
- par dépôt d'un exemplaire papier au secrétariat en spécifiant votre nom, votre numéro d'étudiant, la spécialité et le sujet choisi.

Les dates limites seront spécifiées lors de la semaine par l'enseignant.

## **Bibliographie sélective :**

### **Ouvrages**

- ATTALI Jacques, Bruits, Paris : PUF , 1977 (réédition actualisée 2000)
- BOLTANSKI Luc, CHIAPELLO Eve, Le nouvel esprit du capitalisme, Paris : Gallimard., 2000
- BOUQUILLION P, MATTHEWS J., Le Web collaboratif : Mutations des industries de la culture et de la communication, Grenoble : P.U.G., 2010
- CASTELLS Manuel, La société en réseaux. L'ère de l'information, Paris : Fayard, 2001
- COUCHOT Edmond, Hilaire Norbert, L'Art numérique. Comment la technologie vient au monde de l'art, Paris : Flammarion, coll. Champs, 2005
- CURIEN Nicolas, MOREAU François, L'industrie du disque, Collection "Repères", Paris : Editions la Découverte, 2006
- DONNAT Olivier, Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête 2008., Paris : la découverte, 2009
- FLICHY Patrice, L'imaginaire d'Internet, Paris : La Découverte, 2001
- FLICHY Patrice, Le sacre de l'amateur : Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique, Seuil, 2010
- FRITH Simon, Music for pleasure. Essays in the sociology of Pop, Oxford : polity press, , 1988

- GUILLAUME Marc, L'empire des réseaux, Paris : Descartes & Cie, 1999
- HENNION Antoine, Les professionnels du disque. Une sociologie des variétés, Paris : Ed. Métailié, 1981
- JENKINS Henry, Convergence Culture : Where Old and New Media Collide, NYU Press, 2006
- Menger P.-M. (2009). Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain. Paris : Gallimard -
- MIÈGE Bernard, Les industries du contenu face à l'ordre informationnel, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2000
- MOULIN Raymonde, Le marché de l'art : Mondialisation et nouvelles technologies, Paris : Flammarion, 2009  
Paris, La Découverte.
- REBILLARD Frank, Le Web 2.0 en perspective, une analyse socio-économique de l'internet., Paris : L'Harmattan., 2007
- RIFKIN, Jeremy, L'âge de l'accès. La nouvelle culture du capitalisme, Paris : La Découverte, 2005.
- ROUET, François, Le livre : mutations d'une industrie culturelle, Paris : La Documentation française, 2000.

### Articles :

- BENJAMIN Walter (1936), « L'oeuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique », in L'homme, le langage et la culture, Denoël-Gonthier, Paris, 1971, p. 137-181
- BEUSCART t J.-S. (2008). "Sociabilité en ligne, notoriété virtuelle et carrière artistique. Les usages de MySpace par les musiciens autoproduits", Réseaux, 26, 152, p. 139-168.
- GENSOLLEN Michel, « Internet Marché électronique ou réseaux commerciaux ? », Revue économique &mdash; vol. 52, numéro hors série, octobre 2001, p. 137-161.
- LICOPPE C. & BEAUDOUIN V. (2002). "La construction électronique du social : les sites personnels. L'exemple de la musique.", Paris : Réseaux, Vol. 20, n°116, p. p. 53-96.
- MATTHEWS, J., PUCHEU, D. (2006). "L'industrie musicale en mutation : usages et échanges numériques", Les Enjeux de l'Information et de la Communication. [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux...](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux...)
- ROUZE Vincent, « Mutations des pratiques musicales à l'heure des NTIC », in Delavaud Gilles (dir), Nouveaux médias, Nouveaux contenus tome 1, Editions Apogée, 2009
- ROUZE Vincent, "L'iPod : Entre expérience contrôlée et contrôle des expériences", Colloque International : Médias09, entre communautés et mobilité, Aix en Provence, 2009
- VASILE Benjamin, Communication et valorisation dans le contexte de l'industrialisation de la créativité - le livre, <http://halshs.archives-ouvertes.fr/...>

### Ressources Internet et sites

« Comprendre les industries créatives », Dossier UNESCO <http://portal.unesco.org/culture/fr...>

IFPI : <http://www.ifpi.org/>

La quadrature du net : <http://www.laquadrature.net/fr>

Numerama : <http://www.numerama.com>

Observatoire de la musique : <http://observatoire.cite-musique->»<http://observatoire.cite-musique.fr...>

SNEP : <http://www.disqueenfrance.com/fr/>

Zdnet : <http://www.zdnet.fr/>