

La diversité dans les médias interactifs : vers une société créative

Julia Salles

Numéro 7, automne 2016

ARTS 2.0

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/86462ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Diversité artistique Montréal (DAM)

ISSN

2292-101X (imprimé)

2371-4875 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Salles, J. (2016). La diversité dans les médias interactifs : vers une société créative. *TicArtToc*, (7), 40–43.

LA DIVERSITÉ DANS LES MÉDIAS INTERACTIFS : VERS UNE SOCIÉTÉ CRÉATIVE

Julia Salles

Comment affirmer la diversité dans la création et la recherche en médias interactifs ? À partir de l'œuvre *The Machine To Be Another*, il s'agira d'étudier les possibilités pour la création indépendante dans les médias interactifs et de porter un regard sur la scène montréalaise. Enfin, d'après les travaux de Manning & Massumi et Kiyindou, on identifiera des éléments pour la construction d'une société créative.

En 2015, lors du Festival du Nouveau Cinéma (Montréal), j'ai expérimenté *The Machine To Be Another*¹ avec ma fille de 7 ans et j'en suis sortie transformée. L'installation faisait partie de la section *Nouvelles écritures*, un programme dédié aux œuvres interactives. La *machine* propose au public exactement ce que laisse présager son nom, soit d'avoir la sensation d'être dans le corps d'une autre personne. L'expérience est difficile à décrire; il s'agit d'une installation, expérimentée normalement en tandem, qui relie des caméras et des casques de réalité virtuelle² pour permettre à une personne de voir depuis la perspective d'une autre personne. Pour moi, c'était comme si mon corps se rappelait de sensations vécues lorsque j'avais 7 ans, je récupérais la mémoire physique de la fillette que j'étais. La surprise de regarder un adulte devant moi et de me rendre compte que j'étais à la hauteur de son ventre, ou de regarder mes mains et les voir toutes petites, avec la peau ferme et lisse d'un enfant, m'a bouleversée. Une expérience de pure empathie.

The Machine To Be Another est un exemple remarquable des nouvelles possibilités qu'offre la création audiovisuelle grâce à la convergence entre l'art et les technologies numériques. Comme l'expliquent Marte Roel et Philippe Bertrand, membres du collectif *Be Another Lab* à l'origine du projet, ils ont cherché dans la neuroscience des expériences cognitives qui puissent piéger la perception pour créer la sensation d'être dans le corps d'un autre. Le collectif a participé à des résidences dans des laboratoires scientifiques pour créer son concept et développer les technologies nécessaires. Il a ensuite installé la *Machine* dans différents contextes, mais toujours avec la même intention: contribuer à la connaissance de soi par la compréhension de l'autre, grâce à une technologie innovante qui permet d'incorporer (dans le sens de ramener à son propre corps) l'expérience subjective d'autrui. Le collectif a alors voyagé à travers le monde avec sa machine et a proposé cette expérience dans des zones de conflit, comme la Palestine, dans le but de tester des applications pour la résolution de conflits liés à l'identité. Le collectif a aussi mis en place la *gender swap*, qui permet de faire l'expérience corporelle d'un autre genre, ainsi que des expériences thérapeutiques avec des participants à mobilité réduite. Ainsi, le dispositif s'adapte et s'applique à des contextes très diversifiés, mais se veut toujours un vecteur de création d'empathie³.

On constate aujourd'hui que les technologiques numériques sont en train de bouleverser les formats de la création audiovisuelle et artistique, et que les médias interactifs proposent de nouvelles manières de créer des récits narratifs. À Montréal, nous avons la chance d'être un des pôles de création et de diffusion les plus importants au monde dans ce domaine. Le caractère novateur de la métropole est peut-être dû à une combinaison de facteurs, tels que le rôle très actif de l'Office national du film du Canada et d'autres institutions, la forte présence de l'industrie

du
jeu
vidéo,
les pro-
grammes
et les forma-
tions dédiés à la
recherche-crédation

et interactifs, le grand nombre de studios de création numériques, les centres d'art et technologie comme la SAT, Hexagram, le Centre Phi, entre autres. On peut aussi voir et expérimenter ce type de création dans les nombreux programmes et festivals dédiés au numérique et à l'interactivité. Ce qu'on appelle souvent l'économie créative du numérique est sans aucun doute très vivante à Montréal.

Erin Manning et Brian Massumi, fondateurs du Sense Lab, un laboratoire de recherche-crédation basé à Montréal, remarquent que le rôle de l'économie créative, notamment numérique, est aussi très important dans l'orientation des programmes de recherche et de création des institutions canadiennes de financement: *The arts have not been spared from the trend toward the neoliberalization of research. In 2003, a new funding category titled research-creation was introduced in Canada to encourage hybrid forms of activity promising to capture for research the creative energies of artists working within the academic institution.* (Manning & Massumi, 2014, p. 84-85). À Montréal, les activités de création artistiques et médiatiques, notamment celles liées aux médias numériques, éveillent un grand intérêt autant dans le secteur

public que privé, également du point de vue économique, car elles mobilisent une industrie en effervescence. *In that context, research-creation makes economic sense as a kind of laboratory not only for knowledge-based product development but for the prototyping of new forms of collaborative activity expanding and diversifying the pool of immaterial labor.* (Manning & Massumi, 2014, p. 85). Cette vision utilitaire et calculatrice de la recherche-création que dénoncent les auteurs privilégie les formats qui ont plus d'intérêt économique, comme les médias interactifs, qui ont davantage de chance de recevoir un financement institutionnel.

On constate alors un des facteurs qui peut exposer la création numérique en tant que menace à la diversité et au pluralisme des expressions : les logiques marchandes de l'économie créative peuvent fortement orienter la recherche et la création dans le secteur des médias interactifs, et exclure ainsi les discours et l'accessibilité des communautés ethno-

culturelles. Quand l'intérêt économique oriente les choix de financement des projets interactifs, les minorités sont souvent exclues de l'accès aux moyens pour la création, et voient, par conséquent, leur capacité d'expression et de représentation dans le scénario du numérique diminuée. Ce que l'on remarque alors c'est que la fracture numérique s'étend de l'accès aux technologies numériques à l'accès aux moyens financiers pour l'expression via les médias interactifs. Il ne s'agit donc pas simplement d'affirmer que tous peuvent accéder aux technologies numériques de communication, il faut aussi que tous puissent utiliser ces technologies dans leurs créations.

Par ailleurs, un des discours que l'on entend souvent par rapport aux technologies numériques est qu'elles diminuent les coûts des créations artistiques. Or, dans le cas des médias interactifs, cela ne correspond pas toujours à la réalité. La réalisation d'une œuvre interactive fait souvent appel à des ressources humaines supplémentaires, comme des designers et des programmeurs. En termes d'équipement, les coûts du numérique peuvent

aussi être très élevés. Dans le cas de la réalité virtuelle, par exemple, les caméras stéréoscopiques, les ordinateurs très puissants nécessaires à la postproduction, les casques, bref, une bonne partie du matériel utilisé dans la création n'est pas accessible sans un financement conséquent. On se demande alors si, étant donné les coûts élevés que l'utilisation de certaines technologies numériques implique, il est possible de créer, en toute indépendance, une œuvre médiatique interactive *low budget*. Est-ce que les technologies numériques sont accessibles aux artistes indépendants ? Revenons à la *Machine*.

Quand j'ai rencontré Philippe Bertrand dans son studio à S  o Paulo (Brésil), il était très fier de me montrer le premier casque de réalité virtuelle que le collectif avait bricolé en 2012. Il m'a alors expliqué que le collectif avait démarré le projet sans aucun soutien financier extérieur, et qu'à l'époque la réalité virtuelle n'avait pas encore la popularité dont elle jouit depuis quelques années, donc le matériel était encore plus difficile d'accès. *Be AnotherLab* est par conséquent un contre-exemple qui démontre l'existence d'une scène indépendante, même dans le domaine très coûteux de la réalité virtuelle. Le collectif revendique ses principes d'indépendance, comme en témoigne cette affirmation : *It's beautiful to have come this far*

regardless of our mistakes, without funding; based mostly on the support of the civic society and independent events.»⁴

Donc oui, il est possible de créer de façon indépendante dans le domaine des médias interactifs, et ce, malgré les difficultés imposées par les coûts de la technologie. Mais cela reste encore une exception fragile. Pour affirmer la diversité et la pluralité des expressions artistiques dans ce secteur, et plus généralement dans la création numérique, il est essentiel de défendre la scène indépendante, car elle contribue par extension à la promotion d'une diversification de l'économie créative.



Comment alors contribuer à l'affirmation de la diversité dans l'économie créative ?

Pour aider à penser ces moyens d'affirmation de la diversité, Alain Kiyindou formule un concept plus large, celui de la *société créative*: « La société créative est à considérer comme une société où les citoyens, à travers leur créativité et leur diversité, reprennent la main sur la technique et les industries aussi culturelles soient elles ». (Kiyindou, 2013, p. 2). Il arrive alors à la notion de diversité créative, ou « (...) la multiplicité d'idées, d'innovations, de pratiques artistiques, technologiques, entrepreneuriales inscrite dans un processus dialogique ». (Kiyindou, 2013, p. 2). Il est important de remarquer que, pour Kiyindou, il ne s'agit pas de choisir une seule logique en dépit des autres. Au contraire, dans la diversité créative il est question de fusionner la multiplicité dans une unité complexe, sans effacer les différences entre ses éléments.

Pour revenir à la question des médias interactifs, il faudrait alors *se départir* de la notion d'une industrie, ou même d'une économie créative, pour envisager celle d'une société créative, où les outils de création et de diffusion d'œuvres interactives pourraient être accessibles aussi aux communautés ethnoculturelles. Une des manifestations de la société créative dans le domaine des médias interactifs est la pratique du partage, notamment le partage de données, d'informations, de codes et de résultats de recherche. Les collectifs et artistes indépendants du numérique travaillent souvent dans la logique du partage grâce à des outils comme la licence *Creative Commons*, la mise à disposition de contenus variés pour le téléchargement (textes, vidéos, recherches, etc.), le code *open source*, entre autres pratiques. Par ailleurs, des initiatives d'éducation et d'accompagnement du public contribuent aussi à la construction d'une société créative. Un exemple remarquable de ce type de démarche est le travail de création de webdocumentaire en milieu scolaire, développé par les Rencontres internationales du documentaire de Montréal depuis 2013, qui propose « des ateliers de création, d'écriture, des projections et rencontres entre professionnels québécois et cinéphiles en herbe, durant le festival et

tout au long de l'année ».⁵ Ce sont des initiatives comme celles-ci qui doivent être affirmées et multipliées pour défendre la diversité dans le secteur des médias interactifs, nécessaire à la construction d'une société créative. **107**

Références bibliographiques

Kiyindou, A. (2013). De la diversité à la fracture créative : une autre approche de la fracture numérique. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 2. <http://rfsic.revues.org/288>.

Manning, E., & Massumi, B. (2014). *Thought in the Act: Passages in the Ecology of Experience*. Minneapolis: University Of Minnesota Press.

1. www.themachinetobeanother.org.
2. Réalité virtuelle (Virtual reality, ou VR, en anglais) est une technologie numérique d'image immersive qui permet, grâce à l'utilisation d'un casque et d'écouteurs, de simuler la présence physique de l'utilisateur dans un environnement virtuel.
3. Je prends néanmoins le temps de faire une remarque sur cette idée que les médias numériques, la réalité virtuelle y comprise, puissent être une technologie créatrice d'empathie, car cette perception a tellement été répétée qu'aujourd'hui elle en est devenue suspecte. Or, il est évident que ce ne sont pas toutes les installations, simplement en raison du fait qu'elles utilisent une certaine technologie, qui pourront créer l'empathie : ce n'est pas la technologie qui définit le type d'expérience proposée. Il reste que la réalité virtuelle et les médias numériques peuvent être un outil puissant pour créer des changements de perspective, mais cela dépend toujours de la proposition des créateurs.
4. www.beanotherlab.org.
5. www.ridm.qc.ca/fr/ridm-a-l-annee/jeunesse.

Julia Salles est doctorante en communication dans le programme conjoint de l'UQÀM, UdeM et Concordia University. Elle réalise une thèse en recherche-création dans le domaine des médias interactifs. Sa formation a commencé au Brésil, pour ensuite se poursuivre en France dans le domaine des arts plastiques et des nouveaux médias, et maintenant à Montréal. Elle est récipiendaire de la bourse de doctorat de la Fondation Capes, du ministère de l'Éducation du Brésil. Elle est auteure du site consacré aux narrations interactives Bug (bug404.net).