



632 - Approches transdisciplinaires de la création artistique et de l'«esprit entrepreneurial» à l'ère [post]numérique

Thierry B Gateau, UQAM
Isabelle Mahy, UQAM
Joelle Bissonnette, HEC Montréal
Martin Desjardins, Université Laval
Laurent Simon, HEC Montréal

Université de Sherbrooke, 4 et 5 mai 2020

Problématique

Face au bouleversement occasionné par le numérique dans les chaînes de valeur de l'écosystème culturel, on assiste à une reconfiguration du rôle des acteurs, à une remise en question des frontières entre les disciplines et à l'émergence de nouvelles pratiques de création et d'affaires (Poole et Le-Phat ho, 2011 ; Janowska, 2011 ; Jones, 2011 ; Wade Morris, 2014 ; Benner et Waldfogel, 2016 ; Jeanpierre et Roueff, 2016). Du point de vue entrepreneurial, la création est désormais objet de défis et d'opportunités apportés par la dématérialisation, la diffusion en réseau, l'accessibilité à des publics disséminés partout sur la planète, l'utilisation d'outils de production abordables et faciles à obtenir pour des amateurs ou encore de nouvelles sources de financement collectif et institutionnel (Nousiainen, 2012; Lalonde, 2015; Wade Morris, 2014 ; Jeanpierre et Roueff, 2016). Cependant, la recherche sur la transformation des pratiques et des démarches de création, de même que sur les disciplines, les œuvres d'arts et les objets culturels en lien avec l'«esprit entrepreneurial» en culture à l'ère numérique reste à approfondir (Lalonde, 2015,

Chantepie et LeDiberder, 2010). Nous proposons de poursuivre la réflexion en mettant la création au centre de la recherche et d'envisager de façon prospective un écosystème [post]-numérique en culture. C'est-à-dire là où les outils numériques sont intégrés aux pratiques de création de manière organique, de façon exclusive ou amalgamée, sans être l'objet d'une fascination particulière (Berry et Dieter, 2015). Comment les cultures numériques s'inscrivent dans les pratiques artistiques et influencent l'«esprit entrepreneurial» ?

Le colloque proposé s'inscrit dans le cadre d'une recherche-action supportée par le FRQSC et le Ministère de la Culture et des Communications du Québec sur l'«esprit entrepreneurial» en culture à l'ère du numérique. Par l'étude des secteurs comparés de la musique, des arts visuels et médiatiques et des arts vivants, il vise à comprendre et expliquer les pratiques de création, de production et de valorisation des œuvres et biens culturels émergeant à l'ère numérique. Dans le cadre de ce colloque, les démarches de recherche-action et de recherche-crédation viendront approfondir une série d'études de cas sur les pratiques entrepreneuriales en culture réalisées dans une approche qualitative classique.

Format

Cet appel transdisciplinaire invite les artistes, les chercheurs-crédateurs, les chercheurs de toutes disciplines de même que les acteurs du milieu s'intéressant à des questions relatives aux pratiques de création et aux conditions actuelles de production d'objets culturels, à soumettre des propositions.

Notre colloque organisé sur 2 journées se veut un lieu d'expérimentation et de coconstruction de savoirs fondés sur des approches de recherche-action et de recherche-crédation dans une démarche prospective.

- La première journée vise à discuter sous forme d'ateliers réflexifs les résultats de recherches des participants pour en tirer des apprentissages collectifs. Les participants présenteront leurs résultats en 10 minutes à l'aide de formes narratives créatives (avec un conte, une image, un objet, etc.). Les résultats seront discutés collectivement autour de thématiques afin d'en faire émerger les apprentissages.
- La deuxième veut approfondir la connaissance par des ateliers de cocrédation sur la base de matériel artistique. Artistes et chercheurs-crédateurs sont invités à présenter des fragments d'œuvres et leur démarche, ainsi que les aspects théoriques avec lesquels ils les observent, le cas échéant. C'est sur la base de l'œuvre et de la démarche de création que nous voulons réfléchir aux conditions de production.

Compte tenu des objectifs du colloque, les propositions d'articles et les propositions sous forme de création ou des ébauches d'œuvres à partir desquelles nous pourrions faire communiquer recherche et création, sont acceptées (numérique, poésie, slam, conte, chanson, musique, sonore, visuel, formes interactives, participatives, relationnelles, etc.)

Sélection

Les propositions d'articles seront sélectionnées selon leur pertinence et leur originalité par rapport à la problématique de l'«esprit entrepreneurial» en art ou par rapport aux méthodologies liées aux approches de recherche-action ou de recherche-création.

Les propositions d'œuvres seront sélectionnées sur la base de leur pertinence conceptuelle en lien avec l'«esprit entrepreneurial» et numérique, dans la forme, dans la pratique ou dans les dimensions méthodologiques de son approche de recherche-création.

La salle du colloque prévoit le matériel audio-visuel de base et une connexion internet. Si certains logiciels, interfaces, équipements ou autres dispositifs spécifiques sont nécessaires, veuillez le mentionner dans la proposition.

Soumission

La soumission des propositions de communication devra se faire par voie électronique et devra comprendre les éléments suivants :

Titre de la proposition : 180 caractères maximum, espaces comprises
Résumé de la proposition : 1 500 caractères, espaces comprises
Support audio-visuel, dans le cas d'œuvres ou de fragments

Date limite de réception des propositions : 28 février 2020, 23h59
Faire parvenir à l'adresse suivante : b_gateau.thierry@uqam.ca

Pour toute question ou précision contactez Thierry B Gateau : b_gateau.thierry@uqam.ca

Dates à retenir

Date limite d'envoi des propositions : 28 février 2020
Date de réponse du comité : 13 mars 2020
Date limite pour bénéficier du tarif préférentiel d'inscription au congrès : 12 avril 2020
Dates du colloque : 4 et 5 mai 2020

Bibliographie

Benner, M.J. et J. Waldfogel (2016). « The song remains the same? Technological change and positioning in the recorded music industry », *Strategy Science*, 1(3): 129-147.

Berry, D. M., et Dieter, M. (Ed.). (2015). *Postdigital aesthetics: Art, computation and design*. New York: Palgrave Macmillan.

Chantepie, P. et A. Le Diberder (2010). Révolution numérique et industries culturelles. Paris : Éditions La découverte.

Janowska, A.A. (2011). « L'avenir de la musique après la révolution numérique : opportunités et contraintes pour l'industrie du disque », *Sociétés*, 2(112) : 87-94.

Jeanpierre, L. et O. Roueff (Eds.) (2014). La culture et ses intermédiaires, dans les arts, le numérique et les industries créatives. Paris : Éditions des Archives Contemporaines, 268 p.

Jones, C. M. (2011). « Hip-Hop Quebec : Self and Synthesis », *Popular Music and Society*, 34(2) : 177-202.

Lalonde, J. (2012). Abécédaire du Web. 26 concepts pour comprendre la création sur Internet. Québec : PUQ.

Nousiainen, J. (2012). « Reframing opera in mobile media », *International Journal of Performance Arts and Digital Media*, 8(1) : 93-107.

Poissant, L. (dir.). (2003) Esthétique des arts médiatiques: interfaces et sensorialité. Presses de l'Université du Québec.

Poole, D. et S. Le-Phat Ho (2011). La transition vers le numérique et l'incidence des nouvelles technologies sur les arts. Organismes publics de soutien aux arts du Canada (OPSAC).

Wade Morris, J. (2014). « Artists as entrepreneurs, fans as workers », *Popular Music and Society*, 37(3): 273-290.