

L'Ère post-média. Humanités digitales et Cultures numériques

Sous la direction de Jean-Paul Fourmentraux
Collection « Cultures numériques »
éditions Hermann

Avec les contributions de Samuel Bianchini (université de Valenciennes, ENSAD Paris), Francis Chateauraynaud (GSPR, EHESS Paris), Viviane Folcher (université Paris-8), Jean-Paul Fourmentraux (université Lille-3, EHESS Paris), Antoine Hennion (CSI, Mines-ParisTech/CNRS), Patricia Laudati (université de Valenciennes), Emmanuel Mahe (Orange Labs, France Télécom), Jacques Perriault (université Paris-10), Vincent Tiffon (CEAC, université Lille-3), Tomaso Venturini (Medialab, Sciences-po Paris), Moustapha Zouinar et Anne Bationo (Orange Labs, France Télécom).

À l'interface des sciences et des arts – recherche urbaine, sciences politiques, spectacle vivant, cinéma, jeux vidéo et Internet – un nombre croissant de chercheurs et d'artistes proposent de réinventer les mises en scène et les modes de relations aux médias. L'objectif de cet ouvrage est de confronter leurs recherches aux nouvelles pratiques médiatiques, techniques et sociales, mobilisées pour concevoir, véhiculer et agir des œuvres-médias dont la carrière idéale suppose précisément que certains de leurs fragments demeurent potentiels ou « à faire ». Il émerge en effet au cœur de ces arts et médias « praticables » la nécessité d'un équivalent de ce qu'est en musique l'interprétation, entendue au sens de « pratique ». L'interactivité et la jouabilité y composent de nouveaux régimes sociotechniques d'interprétation des médias, à habiter et à expérimenter, qui se doublent d'un renforcement de l'activité d'écriture (de scripts d'usage et scénario) et génèrent une multitude de traces interprétatives que ce livre propose de documenter. C'est donc le versant de la « pratique » que ce livre déploie. À la question « que fait le public ? » se superpose ici la question des modes d'instauration médiatiques. Du côté des médias, de quelle façon anticipent-ils des modes de relations avec les usagers – stratégies de fidélisation, tentatives de connaître les participants, etc. ? Du côté du public, qu'est-ce qu'être au contact de l'art et des médias dans ce contexte ? Qu'en est-il de l'acte pratique proprement dit ? Et comment rendre compte du vécu et de la perception propre à cette nouvelle génération de « médias praticables » ?

2012, 270 pages – ISBN : 9782705683269