

La question des Big Data dans les recherches sur les industries culturelles et créatives

Laboratoire des sciences de l'information et de la communication(LabSic)

Labex Industries Culturelles et Création Artistique (ICCA)

Observatoire des mutations des industries culturelles –
Maison des sciences de l'Homme Paris nord

1) Expliquer le besoin scientifique et la dimension big data

- Des questions sur l'ampleur et la nature des ressources que peuvent constituer les données personnelles pour les industries culturelles et pour les industries de la communication
 - Objectif central : mieux comprendre les dispositifs permettant aux acteurs des industries culturelles ou des industries de la communication de produire les données.
 - Comment les acteurs s'organisent-ils pour les monétiser, avec notamment la question de la mesure (métrique) des Big Data, de qui contrôle des dispositifs de mesure, de ce qui est réellement mesuré et *in fine* de la fiabilité de ces systèmes ?
 - Quels sont les montants financiers en jeu pour les acteurs socio-économiques étudiés ?

- Un ensemble de questions liées aux rapports de force entre les acteurs historiques de industries culturelles et les acteurs des industries de la communication:
 - Dans quelle mesure les données peuvent-elles être monétisées par les acteurs historiques des industries culturelles et non pas seulement les acteurs des industries de la communication ?
 - Outre la question des ressources,
 - quels pouvoirs de marché la production de Big Data confèrent-elles et quelles interférences dans les rapports de « coopération » entre ces acteurs ?
 - orientation ciblée de contenus ou de services,
 - facilitation de processus d'intégration verticale,
 - réduction des acteurs des industries culturelles au rang de simples prestataires de services ?
- Enjeux pour la construction des contenus, notamment à partir des expériences antérieures des usagers et quelles transformations dans les modalités d'organisation des processus de création/production des contenus culturels

- Exemple d'une collaboration avec le TGP de Saint-Denis et le Festival d'Avignon :
 - Spectacle vivant, plateformes numériques et Big data (partenariat avec le TGP de Saint-Denis)

2) Possibilités d'applications interdisciplinaires connues

- Des recherches regroupant des chercheurs en communication, économie, droit, sociologie, philosophie, design, géographie.
- Des besoins de collaboration du côté de l'informatique, des sciences de l'information

3) Liens avec la formation

- Plusieurs formations notamment de Master 2 où cette question est abordée :
 - Innovations en Communication,
 - Politique et stratégies des médias et des industries créatives
- De Master 1 :
 - Design d'interface,
 - Médias, Culture
- Et un DU/Master en projet : Plateformes numériques créatives

4) Laboratoires et/ou autres structures concernées

- Le Labex industries culturelles et créations artistiques avec notamment les laboratoires :
 - Le LabSic,
 - le Cepn,
 - l'Ircav,
 - l'ENSAT
- Programmes Plateformes :
 - les grandes plateformes (Amazon, Netflix) et la place des Big data dans leur modèle économique ;
 - les réseaux sociaux numériques et leur création de Data avec en particulier la question des métriques;
 - Spectacle vivant, plateformes numériques et Big data (partenariat avec le TGP de Saint-Denis)
- La MSH Paris-nord et trois de ses quatre axes :
 - Axe1 : Industries culturelles et arts,
 - Axe3 : mondialisation, innovation, régulation ;
 - Axe4 : Penser la ville contemporaine.

5) Participation à des grands programmes nationaux

- -ANR « Culture, création »
- Divers programmes financés par le ministère de la culture et de la Communication :
 - Département des études, des statistiques et de la prospective (DEPS)