

collection
textes

digital outsiders

manifeste



DERVICHES ASSOCIÉS

DIGITAL OUTSIDERS

DERVICHES ASSOCIÉS

digital outsiders

manifeste

© DERVICHES ASSOCIÉS, 2007
Imp. Grande Charrière 69390 VOURLES
contact@derviches.com
Impression : IML
ISBN : 978-2-917176-00-9

« A l'accélération la vie des fleurs est
shakespearienne »
Blaise Cendrars *in* l'ABC du cinéma.

SOMMAIRE

PREAMBULE	7
1 - Cinéma et appareils modernes	10
2 - Arithmétique économique	12
3 - Interdépendances	18
4 - DRM, Licence Globale et agriculture	22
5 - Musique et porno	28
6 - Entreprises artistiques	37
7 - Postures d'avant-garde	41
8 - Consocérateurs	46
9 - Prescription amicale et raréfaction	59
10 - Liberté numérique et anticonvergence	70
BIBLIOGRAPHIE	76
INDEX	78

PRÉAMBULE

Les Derviches Associés sont un duo d'artistes pratiquant le cinéma - expérimental ou non - la littérature, la vidéo ou encore la musique ; en fait toute technique reproductible en utilisant l'outil numérique. Leurs parcours ne sont ni académiques, ni orthodoxes. Membres imaginaires du mouvement fantôme *no cursus*, ils considèrent toute notion de traçabilité appliquée à l'être humain citoyen comme un outil d'oppression sociale et économique. C'est pourquoi ils ne communiquent généralement aucun élément biographique personnel ou professionnel les concernant, et ne font partie d'aucun réseau social virtuel. Ce préambule a principalement pour objet de clarifier les motivations et les sources qui les ont amenés au début de réflexion qu'est ce

texte : il s'agit bien d'un début de réflexion, basé sur une expérience concrète. Pas d'un pamphlet, ni d'une méthode, et encore moins d'un projet, cet incontournable mot fourre-tout de la création artistique contemporaine.

Comme toute incitation à la réflexion, ce texte entrouvre – pas méchamment pourtant – quelques portes menant à des polémiques relativement vives et actuelles. Les froissés éventuels auront toujours le choix d'aller voir ailleurs s'ils peuvent se faire repasser dans le sens du poil. Ceux qui considèrent le dialogue comme un moyen d'aller vers le progrès restent les bienvenus.

Les sources retenues comme point de départ de cette réflexion sont au nombre de trois :

1. L'exemple des confréries soufies – y compris celle des derviches - pour leur résistance à tout dogme ou tout

dépositaire d'une vérité, quelle qu'elle soit. Indépendance d'esprit acquise grâce à l'action, et à l'expérience née de cette action. Exemplarité retenue pour ces notions exclusivement, à l'exclusion de toute référence directe au domaine religieux.

2. Les réflexions de Walter Benjamin sur l'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique.
3. Le point de départ de toute œuvre d'art tel que l'a défini Rainer Maria Rilke dans ses « Lettres à un jeune poète » :
Une œuvre d'art est bonne si elle naît de la nécessité. C'est dans la nature de son origine que réside sa valeur : il n'en est pas d'autre.

UN

Comme tout art, le cinéma peut produire de la simple distraction aussi bien que de la recherche fondamentale.

Mais pourquoi le cinéma est-il par essence moderne ? Parce qu'il pose comme intermédiaire un appareil complexe – le scénario, la caméra, l'éclairage, le montage, l'écran – entre l'artiste et son but, tout comme la vie moderne ne cesse de multiplier entre l'homme et son but différents appareils : appareils sociaux, économiques, juridiques ou politiques, appareils mécaniques, appareils électroniques.

Loin d'être toujours un obstacle, cet appareillage a permis au contraire la découverte de dimensions nouvelles, comme le relève Walter Benjamin : « [...] *la caméra, avec ses moyens auxiliaires, ses*

plongées et ses remontées, ses coupures et ses isolements, ses ralentissements et ses accélérations du mouvement, ses agrandissements et ses réductions, [...] nous ouvre l'accès à l'inconscient visuel, comme la psychanalyse nous ouvre l'accès à l'inconscient pulsionnel.

DEUX

Jusqu'ici, les chercheurs en art cinématographique ont dû se contenter d'une position d'équilibristes en marge du marché, pour une raison évidente de logique économique : toutes notions de qualité mises entre parenthèses, le public intéressé par un cinéma de recherche, voire expérimental, n'était pas assez nombreux pour absorber les coûts de production d'un film. A l'ère argentine, le cinéma savait déjà se reproduire, mais conservait un coût de réalisation élevé dû à la matérialité de son support.

L'arithmétique économique ne pouvait que rendre les cinéastes de recherche dépendants de leurs financiers. On assistait alors à une situation connue depuis toujours par les artistes : le mécénat. Le mécénat

fonctionne sur l'idée qu'une personne, s'étant suffisamment enrichie par des procédés matérialistes, puisse consacrer une partie de ses revenus au superflu. C'est-à-dire, outre l'aide aux plus démunis, favoriser par exemple l'émergence d'œuvres d'art par l'aide aux artistes. C'est ainsi qu'au début du vingtième siècle, Man Ray, Henri Chomette ou encore Marcel Duchamp (bien que dans son cas le mécénat ait été souvent d'origine familiale) ont pu explorer les possibilités créatives du cinéma sans se préoccuper de rentabilité.

Néanmoins le cinéma s'accorde mal avec l'idée d'exclusivité liée au mécénat privé, étant par nature reproductible à l'infini. Mis à part quelques cas très isolés, on ne possède pas un film comme une peinture. On ne peut pas prêter un film pour une grande rétrospective consacrée à l'artiste, contre la mention « prêt de la collection privée X ou Y ». On ne pourrait pas spéculer

sur l'unicité d'un film pour faire monter sa cote en bourse sans avoir mené au préalable une démarche artificielle de raréfaction du nombre de copies, ce qui se pratique dans l'art vidéo de manière assez logique, puisqu'il est héritier des habitudes de l'art issues de la peinture, mais qui est dans l'idée totalement inverse au travail de restauration de copies de films initié par Martin Scorsese et ses amis, par exemple, pour permettre les rediffusions de chefs-d'œuvre oubliés auprès du plus grand nombre.

Ainsi, contraint pendant toute l'ère argentique à subir le coût élevé de sa reproduction, le cinéma, s'il ne se retranche pas dans une posture expérimentale justifiant sa rareté, doit faire face à deux choix naturels :

- Soit réussir à réunir un public assez nombreux pour atteindre l'équilibre économique, par un certain nombre de compromis.

- Soit trouver un mécène « idéologique », c'est-à-dire dont l'action de mécénat sera motivée par des ambitions morales ou sociales généralistes, et non égotiques.

Jusqu'ici, seuls les états ont pu s'offrir le luxe d'ambitions morales à grande échelle liées à l'esthétique, la création pure ou le maintien de la diversité culturelle. Les cinéastes de recherche ont donc été très souvent maintenus en activité grâce au mécénat d'état – y compris en union soviétique. Avec la joie de pouvoir travailler sans contraintes exagérées, ou l'obligation d'apprendre à contourner ces contraintes, avec la surprise souvent de voir leur idées reprises et triompher, en version *light* bien sûr, dans la sphère économique. Sphère qu'ils regardent avec un mélange d'attraction et de répulsion, tiraillés comme tout être humain entre la fascination de la reconnaissance par le plus grand nombre et

la fidélité aux ambitions les plus intimes, les plus proches de leur nature véritable, qui sont souvent des ambitions nées dans l'enfance.

Mais à l'inverse d'un mécène particulier s'étant enrichi par lui-même, l'état ne perd jamais conscience de sa grande fragilité, et développe une tendance naturelle à vouloir assurer la stabilité de son appareil. Le cinéma, par nature reproductible, ne pouvait donc que lui poser problème, et il a logiquement cherché à maîtriser la diffusion des œuvres filmées en « aidant » non seulement les cinéastes et les producteurs à produire des films, mais aussi les diffuseurs à les diffuser devant un public... Ce faisant il a quitté progressivement le domaine du mécénat artistique pur, pour mettre un pied dans le domaine économique de la diffusion audiovisuelle et de la production culturelle. Le résultat pour ce qui concerne la France étant qu'aujourd'hui, aucun projet de film

réputé « sérieux » ne se monte sans l'aide du CNC ¹, mais que cela ne le protège en rien de la lutte économique, ainsi qu'une cinéaste indépendante d'esprit l'a fait remarquer lors de la cérémonie des césars 2007.

1 : voir index p.78

TROIS

Une terrible interdépendance est en effet née entre l'état, les producteurs et leurs cinéastes, et les diffuseurs... Car si le CNC est devenu en France un partenaire incontournable du financement des films, tout le monde sait bien que rien ne l'incite plus à financer un projet de film qu'un accord préalable signé avec un diffuseur.

Aujourd'hui les diffuseurs, ayant fait commerce dans des conditions privilégiées, notamment grâce à ce soutien maladroit des états, ont acquis une position de force et verrouillent l'ensemble du marché avec une violence très « économiquement correcte ». Assis au péage, ils contrôlent non seulement l'accès à la route et son état,

mais aussi de plus en plus la fabrication des véhicules autorisés à l'emprunter et le carburant utilisé. La situation a un air de déjà-vu assez prononcé : demandez aux agriculteurs ce qu'ils pensent des réseaux de grossistes.

Si les progrès technologiques ont démocratisé l'accès aux outils de production, ils ont en même temps littéralement atomisé les canaux de diffusion, vers le câble, le satellite, la TNT ², l'ADSL ³, la VOD ⁴, en attendant les suivants. Ils ont donc augmenté le nombre potentiel de producteurs de contenus, tout en fragmentant considérablement la possibilité de revenu pour ces mêmes producteurs de contenu, à tel point qu'aujourd'hui diffuser une production sur une chaîne câblée couvre à peine les frais de déplacement sur les lieux du tournage. Quand cette diffusion peut être rémunérée : il est fréquent que le budget dont dispose une chaîne locale ne le

permette pas, plaçant du coup le producteur de contenu dans un marché à sens unique – je te diffuse sans te payer mais tu te fais connaître – qui ne lui permet pas d'évoluer. Ce retour à la règle de proportionnalité entre l'investissement et le marché a pour conséquence de faire peser la pression économique sur les moins bien armés pour s'en défendre. Les fabricants de matériel de diffusion n'ont pas les mêmes problèmes que les producteurs de contenu.

Parallèlement, le profit des grandes centrales de diffusion n'a cessé de croître, grâce notamment à leur regroupement d'intérêts dans des consortiums de diffusion « multi supports », dont l'apparition est l'une des conséquences de la fameuse convergence ⁵ multimédia.

Ce regroupement et cette convergence leur permettent de plus en plus souvent de se rapprocher de l'origine de la production, voire d'en devenir les commanditaires.

Et ce qui apparaît au départ comme un débouché salvateur aux petits producteurs se transforme rapidement en piège mortel. Les agriculteurs ont vécu cela il y a déjà plusieurs années avec la grande distribution en hypermarchés, tout comme les paysans américains qui se sont lancés exclusivement et bien imprudemment dans la production de patates pour Mac Donald's.

Aujourd'hui l'économie d'échelle ne se contente plus des frites huileuses, elle recouvre tout. Y compris les productions de l'esprit.

QUATRE

La question de l'existence et de la rémunération des auteurs de contenu artistique dans le cadre de la diffusion moderne des œuvres dépasse le simple enjeu économique. La violence de la lutte autour de la diffusion numérique de la musique et des Digital Rights Management ⁶, en est un signe. La diffusion numérique des œuvres musicales pose des questions centrales :

- Est-il normal que les péagiers de la diffusion Internet soient en position de profiter des revenus générés par les contenus, sans participer aucunement à la survie économique des créateurs de contenus ?
- Est-il normal d'appeler à la lutte contre la piraterie tout en continuant à fabriquer

ou à vendre le matériel qui sert à pirater les contenus ?

- S'agit-il réellement de protéger le droit d'auteur ou au contraire pour certains de s'assurer un contrôle absolu sur l'intégralité du processus de création et de diffusion culturelle ?

- S'agit-il réellement d'assurer le plus grand choix au public ?

- Et enfin : quelle est la place que le public accepte encore d'accorder à l'artiste ?

Les agriculteurs, toujours eux, pourraient alimenter le débat de manière intéressante en témoignant de leur confrontation aux semences sous brevet privé, dont ils doivent payer la licence chaque année pour acquérir le droit de les utiliser.

Imposer, comme l'ont réussi certains

groupes de pression dans certains pays, une technique logicielle spéciale comportant des outils de traçage pour la lecture d'un film ou d'une musique vendue sur support numérique reviendrait pour un éditeur de livre à imposer au public une marque de lunettes particulière pour la lecture de ses ouvrages, ainsi que la présence constante d'un surveillant à ses côtés, chargé de noter toutes les fois qu'il a prêté, recopié, cité dans une conversation des extraits de ce livre...

On voit d'ici les tractations commerciales entre éditeurs, fabricants de lunettes et sociétés de surveillance. L'idée est amusante lorsqu'on reste dans le domaine de l'imaginaire. Transposée au livre elle paraît impensable, voire ridicule, pourtant elle est bel et bien installée et effective dans le cas de la musique.

Dès lors que penser de ceux qui ont hurlé pour de bon contre la Licence Globale ⁷?

Certaines compagnies l'ont fait sous prétexte de protéger la diversité de la production musicale. S'agirait-il d'une imposture cynique qui ne viserait en fait qu'à protéger leurs alliances avec les sites commerciaux des plus gros marchands ? Les DRM ⁶ sont un système intenable qui finira par s'écrouler de lui-même. Ceux qui ont réussi à consolider leurs positions ont déjà commencé à l'achever : allié avec Apple, EMI ⁸ commence à lancer sur le marché des parts importantes de son catalogue sans aucun contrôles numériques. Sony, qui pratique le cumul des postes (à la fois fabricant de matériel et éditeur de musique) se montre de moins en moins réticent, et pour cause... Anticipant la fermeture prochaine de Sony Connect – plateforme Sony de musique en ligne - la firme se trouve dans la position profondément ridicule d'inciter ses consommateurs à contourner ses propres DRM si ils veulent conserver la jouissance des contenus achetés sur leur

site...

Dans tous les cas, prétendre que la culture de masse risque de prendre toute la place sur Internet à cause de la Licence Globale est une foutaise intégrale. La culture de masse prend toujours toute la place, quel que soit le terrain et le support. Cette situation existe déjà dans tous les autres moyens de diffusion de contenu. Si vous en doutez allez faire un tour à la Fnac.

Quand à la difficulté qu'il y aurait à établir une véritable proportionnalité dans les répartitions... Il paraît que l'informatique peut rendre de grands services dans ce domaine. Ne sommes nous pas à l'ère de l'informatique ? La Sacem⁹ et la Sacd¹⁰, pour ne citer qu'elles, semblent avoir acquis un certain savoir-faire en matière de collecte de droits, il n'y aurait qu'à leur demander.

Hélas, il semblerait qu'il soit déjà trop tard : une proportionnalité réelle dans les

répartitions ne pouvait se faire que dans le cadre d'un accord général. Or l'évacuation de la Licence Globale aux niveaux national et international, a conduit aujourd'hui en France certains fournisseurs d'accès Internet à inclure dans leurs offres des forfaits de téléchargement illimité de musique. Proposés légalement, mais grâce à des accords bilatéraux opaques et fragiles entre les majors ¹¹ et les FAI ¹², sous l'oeil lointain et agacé de la Sacem. Parfois contestés sitôt passés, comme dans le cas de Deezer ¹³ et Universal, ces accords commerciaux ressemblent de façon étrange à la méthode utilisée par les Etats-Unis dans les négociations internationales, pour torpiller toute tentative d'intelligence solidaire : isoler les acteurs et signer des pactes différents et exclusifs avec chacun d'entre eux séparément, pour les mettre en concurrence et mieux les maîtriser.

CINQ

La musique indépendante est le laboratoire avant-gardiste des mutations du monde depuis des décennies, chemin sur lequel elle rencontre parfois, assez curieusement, l'industrie du porno. La différence entre les deux se trouvant aussi dans le comportement de leurs amateurs respectifs.

Sans cesse forcés, par ceux-là même qui prétendent les aider, à dépenser toujours plus pour exister toujours un peu moins longtemps sur le devant du paysage médiatique, de très nombreux groupes ou labels musicaux indépendants ont vu dans le net un autre espace pour aller à la rencontre de leurs clients potentiels ; un nouvel outil puissant de création de réseaux parallèles. Partant généralement de l'idée

qu'il faut commencer par donner avant de recevoir, ils ont donc laissé des morceaux entiers de leur répertoire en téléchargement libre, espérant donner envie aux amateurs d'acheter leurs albums. Il s'agissait de créer l'envie d'en connaître plus, après avoir construit le début d'une relation sur une confiance réciproque, basée sur l'absence de prise de risque de la part de l'amateur. Qu'est-ce que je risque à acheter leur album alors que je connais déjà nombre de leurs morceaux ? Un échange viable – bien que pris sur les marges commerciales, puisqu'il implique une part de gratuité – encore en fonctionnement à l'heure actuelle dans la musique, et de manière exactement identique, dans le porno.

Mais dans le cas de la musique, cet équilibre a été très rapidement menacé par un phénomène pervers inattendu : l'émergence d'une prétendue culture de la gratuité intégrale du contenu. Qui a pu avoir intérêt

à laisser se répandre une utopie aussi stérile et artificielle ?

Car c'est bien de cela qu'il s'agit : d'une véritable et détestable arnaque, issue du détournement de la « culture de la gratuité » historique du net. S'entendre dire que la musique est trop chère, par des gens qui ont acheté leur ordinateur et leur lecteur mp3 en payant 19,6% de TVA, qui paient tous les mois un droit d'accès à la Grande Toile de la Liberté sur laquelle tout le monde est surveillé par Big Brother USA, qui paient sans discuter des abonnements à la téléphonie mobile, qui paient encore pour télécharger des fragments musicaux en guise de sonneries sur leurs téléphones portables, et qui pour certains paient enfin sans rechigner des abonnements mensuels aux sites pornographiques - qui proposent par milliers leurs films en téléchargement depuis plusieurs années - tout cela sent très fort l'apathie béate du brave petit

consommateur docile. Ou la mauvaise foi la plus gluante.

Les industriels à qui profite cette immense imposture sont littéralement des as de la manipulation : ils ont réussi à déplacer la source du profit principal vers leurs caisses, c'est à dire vers l'accès, qu'il soit matériel, logistique ou logiciel, tout en attaquant le droit légitime au revenu de ceux qui osent encore vouloir produire du contenu de manière indépendante.

Qui sont ces industriels ? Comment s'y sont-ils pris ? On notera par exemple avec intérêt le rachat de Myspace¹⁴, terrain autoproclamé de liberté musicale communautaire et *friendly*, par le milliardaire Rupert Murdoch, pas franchement réputé pour sa philanthropie. On étaiera ses réflexions en se documentant à propos de la tentative de hold-up de Google¹⁵ sur la littérature par le biais de sa fumeuse bibliothèque

numérique, ou sur la *philosophie* qui a conduit le même Google au rachat de Youtube ¹⁶. Et on constatera que certaines populations dites modernes ont commencé à intégrer une soumission à la dictature de l'accès. Un exemple : par leur politique de distribution gratuite de musique et le report de l'essentiel de leurs revenus vers les cachets de DJ des musiciens, des netlabels¹⁷ de techno, house et électro notamment contribuent eux-mêmes à éloigner le chiffre de la création, en laissant le calcul du nombre de tickets d'entrée rejoindre celui du nombre de boissons et d'abonnements Internet vendus... dans la poche des *vrais* commerçants. Un autre exemple : les usagers les plus virulents contre l'horrible industrie du disque, qu'ils accusent de se cramponner à ses privilèges dépassés et à ses marges démesurées, ne se soucient pas une seule seconde des nouveaux privilèges et des marges qu'ils accordent aux FAI ou aux constructeurs du matériel informatique

qu'ils utilisent pour se procurer et partager des contenus.

De là à en déduire que ceux qui brandissent le droit à la gratuité sur le net sont aussi ceux qui favorisent le plus la marchandisation du monde... Il est intéressant de noter que nombre de théoriciens de cette « modernité numérique » vivent d'autre chose que de leurs principes : ils sont entrepreneurs, universitaires, ou encore journalistes. Tous évacuent avec une constance féroce une question centrale : de quoi est censé vivre un artiste ? D'amour et d'eau fraîche ? Quelle place lui laisse-t-on dans le monde d'aujourd'hui ?

Le silence assourdissant concernant l'industrie pornographique dans le débat sur les technologies numériques est assez remarquable pour l'envisager comme un début de réponse. Bien qu'ayant anticipé aussi rapidement que la musique

indépendante les possibilités du net en donnant de larges extraits gratuits en téléchargement, bien qu'elle soit structurée depuis longtemps en moyen de paiements divers, bien qu'il existe des milliers de sites payants indépendants en activité – et cette profusion, signe de bonne santé, tendrait à prouver la viabilité économique de son système – personne ne fait mine de s'y intéresser, encore moins de s'en inspirer. Ni les chantres de la gratuité du contenu, qu'ils soient usagers ou théoriciens, ni les fournisseurs d'accès, ravis qu'on ne remarque pas trop ouvertement leur position idéale dans ce circuit commercial florissant, ni les états, gênés par leur difficulté à concilier tolérance économique et légalité.

Quatre constatations logiques :

1. L'industrie culturelle, en tant qu'industrie, poursuit un but :

- éliminer le plus possible de son circuit économique l'incertitude liée à l'humain. C'est une tendance très naturelle de l'économie, qui cherche toujours à nier la dimension humaine afin de transformer l'homme en un agent économique.
2. L'idée de gratuité du contenu artistique, qui est véhiculée notamment par les Creative Commons ¹⁸ contient en elle-même le risque d'avoir les mêmes effets que l'industrie culturelle : en écartant la notion de revenu lié *directement* à la production artistique, elle contribue à sortir l'art, dimension humaine, du monde économique.
 3. Ce sont parfois les créateurs eux-mêmes, pensant s'acquitter de leur devoir de modernité, qui contribuent à briser le lien entre le chiffre et la création.
 4. En écartant le chiffre de la création artistique, on condamne la place de l'artiste dans notre société marchande.

Mais aussi, par extension, et c'est plus grave, on répand la notion que la créativité n'est pas quelque chose de viable, de nécessaire ou d'intéressant.

Faut-il le répéter ? Comment un artiste peut-il vivre ? Que doit-il manger le soir ? Quelle place lui laisse-t-on dans le monde d'aujourd'hui ? Dans le monde de *l'accès à la culture pour tous* ?

SIX

Qu'est-ce qu'un artiste ? Certainement pas un petit Machiavel des réseaux institutionnels. C'est celui qui invente le monde de demain. Les sociétés naissent du rêve des artistes, et pas l'inverse. L'artiste crée son propre temps, et ce temps créé porte en lui la nostalgie d'un futur meilleur. « *L'œuvre d'art n'a de valeur que dans la mesure où elle frémit des réflexes de l'avenir* », dixit André Breton. Y a-t-il une place pour la création du monde de demain, dans le monde d'aujourd'hui ?

De tous temps les artistes ont pris ce qu'ils avaient autour d'eux pour dessiner le lendemain tels qu'ils l'entrevoyaient. Aujourd'hui plus que jamais l'ordre économique règne sur le monde de manière éclatante – ou écrasante, selon la position

que l'on occupe dans la société. L'économie devient-elle un outil indispensable à l'artiste ?

Les artistes qui pratiquent un cinéma expérimental contemporain de l'ère digitale sont au coeur de la question. Pour commencer, l'ère digitale leur offre la maîtrise de l'outil de production à bas prix : le traitement numérique et informatique des images. Qu'en penseraient les serfs et les fermiers qui travaillaient une terre qui ne leur appartenait pas ? Qu'en penseraient les ouvriers qui se sont battus à l'ère de l'industrialisation pour posséder ne serait-ce qu'une part de l'outil de production ? La société moderne vient-elle pour la première fois de s'ouvrir à ceux qui produisent concrètement les marchandises ?

Dans le cas des cinéastes modernes, sans doute, si l'on veut bien remarquer que l'ère numérique vient de mettre à leur disposition

non pas seulement l'indépendance de la production, mais également, et pour la première fois, *l'indépendance de la reproduction en quantité industrielle de leur travail artistique.*

S'agit-il d'une erreur de l'empereur économique dans un moment de distraction, d'un relâchement dû à l'illusion de sa toute puissance, d'un piège ? En tout cas, concernant le cinéma, il y a disparition potentielle de l'accusation que lui faisaient les situationnistes de dépendre de l'industrie. De là à imaginer une réconciliation entre le cinéma dit expérimental et le cinéma dit commercial...

Mais au-delà des fantasmes réunificateurs, reste une certitude ; les outils étant disponibles, le défi est clairement lancé : une entreprise artistique est-elle viable ? Par entreprise artistique, nous entendons une entreprise dont le moteur, l'objectif,

est non pas la production de biens à valeur marchande dans un marché préalablement identifié et défini, mais la production d'œuvres artistiques répondant à la nécessité primordiale définie par Rilke. Ces œuvres là ont-elles une valeur marchande à l'échelle industrielle ? Y a-t-il une place dans le monde pour une entreprise commerciale produisant autre chose que du bien matériel ou du bien intellectuel immédiatement consommable, pour une entreprise produisant par exemple le *frémissement des réflexes de l'avenir* ?

Ne riez pas, c'est votre vie qui est en jeu. Vous n'êtes pas encore un bien de consommation. Vous avez donc besoin que l'ordre économique universel vous laisse un peu d'espace vital pour coexister avec lui.

SEPT

Peut-on confronter l'art au marché ? Dans le domaine de la littérature, André Schiffrin - fils du fondateur de la Pléiade Jacques Schiffrin, et lui-même fondateur aux Etats-Unis de la prestigieuse maison d'édition indépendante The New Press - relève une difficulté majeure de coexistence entre la gestion comptable et le monde de la pensée : le temps dans lequel elles évoluent n'est pas le même. Là où la recherche du profit comptable est immédiate, l'éditeur publie des textes qui ne prendront parfois toute leur dimension que vingt ans plus tard... Schiffrin dresse dans ses deux livres « L'édition sans éditeurs » et « Le contrôle de la parole » un état des lieux très pessimiste de cette confrontation entre les deux univers... tout en prouvant avec sa maison d'édition qu'il existe des

possibilités de coexistence pacifique.

Concernant le domaine plastique, Warhol a longtemps fait figure de chef de file dans l'exploration des rapports de l'art avec l'industrie, jusqu'à déclarer « qu'après s'être occupé des affaires de l'art », il allait se lancer « dans l'art des affaires ». Il n'a finalement réussi qu'à dissoudre son art déjà tenu dans le business industriel et commercial. Aujourd'hui, dans n'importe quel BHV on peut apporter une photo d'identité, puis repartir avec une œuvre Wahrolienne à son effigie une demi-heure plus tard. Et vivre, enfin, son fameux quart d'heure de célébrité tous les jours dans son salon. Merci, Andy. Merci et adieu.

La tentation du rapprochement ambigu entre l'art des affaires et les affaires de l'art est aujourd'hui relayée, remâchée, redigérée à l'infini par toute une population de suiveurs issus de « l'avant-garde »

officielle de l'art contemporain, prétendant se frotter à l'économique en employant non seulement des objets mais aussi des acteurs de ce même monde économique dans leurs œuvres : figurants SDF, artisans, exécutants divers... Il est intéressant de noter au passage que les acteurs économiques aux portefeuilles bien garnis restent plus souvent quant à eux à leur place habituelle de bailleurs de fonds. Le résultat dépasse rarement la répétition ad libitum (ad nauseam ?) d'une démarche initiée en... 1913 par Marcel Duchamp *himself*. Il perd au passage toute dimension prospective par l'abandon du domaine de l'imagination au profit d'une rhétorique/théorie sophiste pauvrement, exclusivement intellectuelle. Ce faisant il évacue nombre de dimensions spécifiquement humaines telles que la générosité, l'enthousiasme, l'émotion, le sentiment, ou encore le récit et l'invention, et ne produit plus qu'une caricature de ressenti généralement empreinte de

fascination imbécile pour le morbide ou le choquant – il faut bien mettre quelque chose en guise de carburant dans le moteur, si l'on veut qu'il tourne.

Cette « école » de pensée artistique reste cantonnée du coup à une posture – souvent tenue par des *employés* – de commentaire ou de distraction événementielle tragiquement et définitivement coincée, immobilisée, figée dans le présent. Et les financiers industriels se marrent : un marché de plus vient de se créer, on l'appelle le marché de la consommation culturelle d'art contemporain. C'est étrange mais tout se passe comme si, une fois dissout dans l'univers économique, transformé en chef de chantier par l'abandon de son geste à d'autres, et en marchandise par la spéculation boursière, l'artiste perdait son pouvoir de visionnaire à caractère humain pour devenir le porte-parole officiel de l'état-marché, ou de la démocratie-marché décrite par le mathématicien et philosophe

Gilles Châtelet, dans son très méchant mais très lucide pamphlet « Vivre et penser comme des porcs ».

HUIT

Cependant la victoire du marché n'est pas encore complète, car s'il a réduit la place et l'intervention de l'artiste à sa portion infinitésimale dans bien des domaines, la souche reste. Le microbe, le virus, bien qu'affaibli, risque un jour de se trouver un porteur un peu plus vigoureux que la moyenne pour repartir de plus belle. Diminuer l'espace vital du microbe a été intéressant, éradiquer la souche définitivement serait encore mieux.

Comment faire ? Internet et le numérique sont là pour ça.

Qu'est-ce qui distingue un artiste dans la foule ? Ses efforts pour nager à son rythme malgré le courant général. Pour noyer définitivement l'artiste dans la

masse, il suffit donc de décréter que tout le monde est un artiste. L'entreprise est déjà en marche depuis longtemps. Pour s'en convaincre, se remémorer certains slogans commerciaux tels que « Canon[®], you can », ou « Sony[®], go create », que l'on pourrait traduire par : « *Maintenant tu vas créer, ami-artiste-comme-tout-le-monde, ensuite tu chercheras, tout naturellement, à partager tes créations avec les autres amis-artistes-comme-tout-le-monde du village planétaire, et ce sera le clou du spectacle. Celui qui nous servira à te crucifier une bonne fois pour toutes* ».

La convergence⁵ du multimédia dont on nous rebat les oreilles, c'est avant tout la convergence du bétail consommateur-créateur vers un seul grand enclos de rassemblement. Une fois parqué, que fait le consocréateur ? Il *partage* avec ses congénères. Dans une immense orgie mondiale, il partage le plus souvent ce qu'il

aime et qui a déjà été fait par d'autres, mais l'essentiel est qu'il ait le sentiment de créer, qu'il se croie créateur, que ce soit de ses playlists ¹⁹, de ses vidéorolls ²⁰, ou de ses listes de liens préférés. Il partage ainsi ses opinions, ses commentaires et ses visions dans un grand flot perpétuel d'idées, de musiques et d'images remixées. Il partage parfois ses propres oeuvres, mais dans une majorité écrasante ce ne sont que ses *manifestations personnelles*, qu'il échange avec le plus grand nombre afin de se regarder exister.

Bien sûr, il y a beaucoup de moutons dans l'enclos, mais comme tout le monde peut nourrir son ego à sa faim et que c'est gratuit, pourquoi s'en priver ?

Peut-être parce qu'avec la disparition de l'artiste, le public est voué à disparaître lui aussi. Si tout le monde est acteur, plus personne n'est réellement spectateur d'autre

chose que de la projection de son ego.

Ce qui n'est pas de l'art. Tout juste une distraction.

Dans la disparition du rapport entre l'artiste et l'amateur d'art, se cache l'évacuation de la dimension artistique dans son ensemble, par transformation du processus vivant de transmission d'un regard sur le monde, en transmission mondiale d'un simple appel narcissique : regardez-moi !

Il ne s'agit pas d'un état général avéré qu'il ne resterait plus qu'à valider mais d'une constatation de ce que les nouvelles pratiques numériques portent en elles, ou ont déjà commencé à établir. Certains domaines, et notamment ceux qui ont pour support le geste et le travail de l'artiste, comme par exemple le dessin ou la peinture, résistent encore souvent, par nature, à ce phénomène.

Persiste tout de même une angoissante

interrogation : si le cycle naturel et la « chaîne alimentaire de l'esprit » sont rompus en un seul point – proposition d'un regard artistique sur le monde au spectateur, nourriture de l'imaginaire du spectateur ; influence en retour sur le monde par le biais du spectateur nourri – quelle est la perte pour l'ensemble de la société ?

La possibilité de décalage, d'existence à côté du système, d'invention née de la diversité, de *biodiversité intellectuelle*, semble être la plus directement menacée par l'évolution numérique.

La notion de nombre, de masse anonyme forcément vertueuse grâce à la magie participative, comme dans le concept Wikipédia²¹, ou forcément d'une modernité irréversible grâce à la technologie, comme la décrivent les adeptes du « contenu libre », a un effet pervers : elle conduit le troupeau à anéantir l'individu.

Témoin par exemple les milliers de groupes de rock qui ne savent plus quoi faire pour qu'on les remarque sur Myspace. Ils n'ont jamais été si nombreux, mais ils ne tirent que peu de force de leur nombre, au contraire. Il y a peu encore les labels musicaux, majors ou gros indépendants, devaient chercher activement des talents comme supports-produits pour entrer dans le circuit commercial. Maintenant ils peuvent piocher à loisir dans le vivier mondial qu'est devenu Internet, d'où une plus grande précarité de la situation des artistes, qui savent bien que s'ils ne prennent pas une place aux conditions qu'on leur offre, des dizaines de milliers de candidats attendent juste derrière.

Coincés entre leur nombre qui les rend invisibles et l'obligation moderne de gratuité de leur musique, il ne leur reste plus guère d'autre choix que d'enchaîner

les tournées de concerts dans des conditions sans cesse plus déplorables - ce qui les rapproche énormément de la condition précaire des troubadours du Moyen-âge ²² - ou de devenir des supports publicitaires racoleurs s'ils ont une chance de trouver une porte de sortie vers le *vrai* marché.

Comme le relevait Adorno en... 1938 :
 « *La musique, à laquelle on accorde avec générosité tous les attributs des choses éthérées et sublimes, sert essentiellement à la publicité des marchandises que l'on doit précisément acquérir pour pouvoir écouter de la musique* ».

C'était terriblement visionnaire à son époque, aujourd'hui c'est terriblement vrai : à l'heure où la multiplication numérique devrait permettre aux musiciens de vivre de leur art en le vendant eux-mêmes sans intermédiaires sur toute la planète ; à l'heure où l'on pourrait penser qu'après

que l'industrie se soit si souvent servie de l'art pour diffuser son image, l'art allait enfin pouvoir se servir de l'industrie pour se diffuser, il semblerait bien que les constructeurs d'ordinateurs et autres baladeurs, ainsi que les fournisseurs d'accès à Internet, soient sur le point de réussir à confisquer définitivement ce potentiel de revenu à leur seul profit.

Evidemment, le système laisse encore passer quelques créateurs à travers les mailles du filet, mais les mailles se resserrent sans cesse. Par ailleurs, nombre de réussites créatives viennent de musiciens qui ont commencé à exister avant l'époque et le processus que nous décrivons. Pour mémoire, moins de dix ans...

Le cinéma lui aussi produisait jusqu'ici des décalés notoires, souvent juchés en équilibre savant entre le commercial et l'expérimental.

Pour ne parler que des Français : Cavalier, Godard, Varda, Marker, Mocky, Moulet, Vecchiali...

Une seule question : quel âge ont-ils ?

Nés cinéastes dans un système ouvert, ils ont pu se décaler très vite et inventer leur propre voie dans une grande liberté... menant parfois jusqu'à un grand dénuement.

Mais quelle est la probabilité de tels parcours aujourd'hui ?

Par exemple, qu'est devenu le collectif de production Kourtrajmé ²³, que Marker lui-même citait en exemple de la relève créative dans l'édition de l'un de ses dvd ? Après des débuts collectifs dignes d'un ovni aux premières heures du DV ²⁴ et de la diffusion Internet, l'un a sorti un film d'horreur grâce à Vincent Cassel, et entre deux clips de rap pour stars du moment, ils coéditent un documentaire socialement vertueux. Comme si leur décalage initial n'était en fait qu'un moyen de se faire

remarquer, d'arriver à être perçus dans le vacarme général, et rentrer dans le circuit sitôt adoubs. Cheminement exactement inverse à celui de leurs aînés.

Pour finir sur le chapitre de la diversité : qu'y a-t-il de plus formaté que le cinéma produit par Internet ? Les sites pionniers de diffusion présentent tous les mêmes catégories, et ont tous cédé à la dictature du box-office des visiteurs, des +vus, +populaires, +téléchargés. Ce ne sont pas Youtube et consorts qui ont arrangé les choses : ils ont au contraire amené des formatages supplémentaires nés des limites techniques et de l'indifférence d'un public de consocréateurs très largement suralimenté : cadre plutôt fixe et mouvements simples pour l'encodage, 3 minutes maxi – vous connaissez beaucoup de gens qui passent 55 minutes à regarder un seul film sur le net ? Non ? C'est normal : les statistiques indiquent qu'une écrasante

majorité consacre un temps moyen de 2 minutes 35 à chaque vidéo - et l'idée flashy, rapide, amusante, effrayante ou atroce, qui frappe les esprits et sera relayée de favoris en favoris.

Ne manquait plus que le concept de rétribution des contributeurs indexé sur le taux de visite - contournement parfait de l'idée de revenu issu de la création – pour boucler la boucle : une réserve captive et inépuisable de créateurs, une autoroute à moutons sur laquelle tout le monde doit passer pour se faire connaître, un mécanisme de sélection de type jury populaire/moteur de recherche, basé sur la fréquence de consultation, derrière lequel se planquer pour ne même pas avoir à assumer une part éditoriale.

Le tout débouche sur une attitude d'une passivité effrayante. Plus de recherche (un seul lieu), plus de sens critique (le plus

populaire est l'élus), plus de notion éditoriale ; tout passe par les mêmes tuyaux, la merde comme le nectar, sans discernement aucun :

- Exit la rétribution directe de spectateur à auteur ; désormais on partage entre semblables, et on laisse les mouchards informatiques s'occuper de calculer notre indice de valeur populaire, c'est super démocratique.

- Exit la notion de création artistique chère à Breton et tant d'autres vieux : plus personne ne s'extrait du flot du temps commun pour créer son propre temps, son propre rythme.

- Exit la notion d'artiste puisque tout le monde en est un.

Ne restent que des simulacres, des candidats à la gigantesque Star Academy planétaire, véhicules parfaits à gains publicitaires pour les fournisseurs d'accès et les constructeurs de matériels.

Au secours, il n'y a plus de chemins de traverse !

Il faut bien reconnaître que vu sous cet angle, l'état des lieux paraît terriblement sombre.

Est-ce définitif, irrévocable, plié pour l'éternité virtuelle ?

NEUF

O n a parfois tendance à oublier qu'il y a un monde en dehors du Net, car c'est principalement en son sein que se développent les phénomènes ennemis contemporains. Petit récapitulatif :

- Disparition progressive de la dimension humaine et de la place de l'esprit, de l'artistique, au profit de la sphère économique.
- Déplacement durable des sources de revenu - de la création de contenus vers l'accès à ces contenus - au seul profit des fournisseurs d'accès et des constructeurs de matériel.
- Indifférence programmée d'un pseudo-public de consocérateurs suralimenté, concentré sur un espace réduit et maîtrisé.

Attendre un changement de cap des industries relèverait d'une naïveté touchante. Elles ne lâcheront pas de sitôt le résultat de plusieurs années de travail souterrain visant à contrôler mondialement l'accès à la culture en façonnant les circuits de distribution du futur. Il faudrait une réelle volonté politique pour les contraindre à participer financièrement en redistribuant une part proportionnée des ressources qu'elles tirent de la culture. Mais ça, c'est un autre débat. Il est aussi vaste que pourrait l'être le triomphe des prédateurs dans un monde sans foi ni loi, par exemple un monde livré à la merci des lobbys d'influence...

En attendant que faire ? Comment cesser de tourner en rond sur la toile ? Il ne reste pas grand choix. Hem... Parier sur l'humain ?

On peut aussi voir, dans la gigantesque masse de « nouveaux créatifs » musicaux,

graphiques, audiovisuels et assimilés issus du numérique, plutôt qu'un troupeau d'individualistes paumés en quête d'ego, la partie émergée d'un énorme potentiel humain, d'une immense soif de créativité qui pour l'instant ne s'exprime que par les canaux « classiques » de l'expression, donc par l'expression artistique, parce que les outils de production ont été rendus accessibles récemment. Si l'on pense que ce potentiel humain a une valeur, il doit maintenant trouver à s'épanouir aussi dans d'autres domaines, et notamment ceux de la politique, de la science, du comportement social, ou encore de l'environnement, où le défaut d'invention se fait cruellement sentir, pour inventer une autre modernité que la soumission stupide et aveugle à la dictature de *l'accès libre*, qui n'est rien d'autre que la confiscation du produit du travail du plus grand nombre pour le profit du plus petit nombre ²⁵.

Comment ? En commençant par redonner à l'art et à l'invention une valeur marchande intrinsèque dans l'esprit collectif.

La qualité de base de l'humain c'est qu'il n'est pas une machine. Il est émotif, versatile, enthousiaste, colérique, bref, tout sauf constant et rationnel.

Donc s'il se révèle parfait mouton numérique le matin, rien n'interdit de penser qu'il puisse muer en parfait amateur d'art l'après-midi. La curiosité n'est jamais loin derrière l'agent économique. Le consocréateur gavé d'images et de sons gratuits peut toujours être tenté par un pas de côté. Surtout s'il entrevoit dans ce pas de côté une échappatoire au mal sournois et grignoteur que génère le monde merveilleux des objets médiatiques, du *broadcast yourself* offert par les réseaux digitaux : le désespoir identitaire lié au vide du narcissisme ; l'atroce sentiment de

vivre sa vie comme une fiction parmi tant d'autres...

Faire un choix conscient, cela pourrait-il devenir un acte de construction de soi-même ? L'effort consenti pour aller chercher ailleurs que dans le parc à moutons le travail d'un artiste outsider pourrait-il devenir un geste créateur d'identité ? Dans un monde où la valeur suprême est la valeur marchande, comment mieux rendre monnayable ce qui vient de l'esprit, s'adresse à l'esprit, et ne produit que de l'esprit, qu'en l'ayant cherché, trouvé, puis *acheté* par un geste conscient basé sur une affinité spirituelle ?

Pour l'instant, il ne s'agit encore que d'un chuchotement à l'échelle de la planète, mais on commence à entendre des revendications basées sur l'idée qu'un être humain reste un être humain, même lorsqu'il consomme, et qu'on peut envisager un choix de

consommation comme une action éthique et pas juste comme un réflexe pavlovien.

Des communautés virtuelles véhiculent une notion de « prescription amicale », diffusent l'information sur les artistes ou les créateurs qui produisent du sens, un sens qui leur parle directement, et donc qui dépasse la simple marchandise culturelle. Par exemple la communauté bnflower²⁶ pratique une diffusion de la musique indépendante basée sur le modèle de la pollinisation, où les artistes sont des « fleurs » dont le pollen est diffusé par des « abeilles » internautes, dans une relation directe avec leur réseau personnel de connaissances et de relais.

Si l'on veut rester honnête, il faut se hâter de préciser que ces communautés sont actives, pleines de bonne volonté, mais qu'elles semblent pour l'instant rassembler aussi bien des exclus du système traditionnel faute de talent, que des véritables créateurs.

Et surtout qu'elles n'ont pas encore trouvé de vraies solutions pour mettre du beurre dans les épinards des artistes, mis à part quelques formules littéraires du type « *nous sommes à l'ère de l'économie du don* », ou « *la valeur économique dans un système informationnel ce n'est plus l'œuvre (car abondante) mais l'attention que l'on accorde à cette œuvre* ». Mais elles existent, et elles sont porteuses d'une qualité essentielle : la curiosité. Quelle différence y-a-t-il entre un « prescripteur amical » de chez bnflower et un consommateur de clips sur Youtube ? Sans doute la part humaine, justement, la conscience dans laquelle il fait ce qu'il fait ; cette curiosité sélective qui fait de lui un être actif qui préfère chercher une nourriture intellectuelle selon ses goûts plutôt que de se laisser gaver comme une oie. La nuance est subtile, fragile, pas si nouvelle que ça, mais elle prend une résonance majeure à l'ère numérique, en tant qu'*ère de la liberté de diffusion industrielle de leurs oeuvres*

offerte aux artistes.

Si une démarche de recherche suppose l'existence d'une curiosité, il s'agirait donc de recréer de la curiosité, de l'attente, du manque, de la difficulté d'accès, dans un monde de profusion.

C'est possible, il suffit d'aller vers la rareté, en commençant par sortir du parc à moutons.

L'idée de raréfaction, de limitation dans la reproduction et la diffusion de l'oeuvre, que nous avons désignée au début de cette réflexion comme une posture artificielle dans le domaine du cinéma, pourrait bien aujourd'hui devenir légitime, pour ne pas dire nécessaire.

Une fois de plus, les musiciens se trouvent à la pointe de la réflexion et de l'action innovante : un groupe de dub ²⁷ aussi

important que Hightone ²⁸, ayant de plus en plus de mal à supporter l'idée de tourner en rond dans Murdochland, laisse mourir sa page Myspace ²⁹ et exhorte son public à faire preuve d'initiative, d'opiniâtreté et de créativité pour les retrouver ailleurs, pour recréer extra-muros des réseaux réellement indépendants, voire réapprendre à fabriquer et mettre en ligne eux-mêmes de vrais sites relais.

Passant lui aussi à l'acte, leur label Jarring Effects ³⁰ s'allie à d'autres labels indépendants pour créer une plateforme de diffusion Internet ³¹ au slogan responsabilisant : « *télécharger c'est découvrir, acheter c'est soutenir* ».

Plus radicale encore, la démarche d'outsiders de certains labels garage punk consiste à n'éditer leurs disques qu'en vinyle, dans des tirages extrêmement limités, quasi introuvables dès leur sortie, et

de toutes façons vendus – mais vendus – à des prix dérisoires. Le brouillage de pistes est systématique et le rien à foutre porté comme un étendard, comme une preuve de *décalage* salutaire³². Certains appuient ouvertement une large part de leur survie économique sur la vente d'accessoires-supports aux slogans clairement volontaristes tels que « *support your local punk scene* » et mettent un pied – nerveux et distancié comme il se doit – en dehors du monde numérique, basé sur l'idée que « *la mondialisation c'est bien, Internet et les réseaux communautaires c'est bien, mais des fois, passer son temps à chercher ailleurs, très loin, ce qu'on a sous le coude dans sa région c'est un peu dommage* ». Ce faisant, ils réactualisent un geste classique en un geste symbolique moderne : séparer d'emblée l'esprit de création de son support économique amène à considérer le support économique non plus comme un produit marketing dérivé, mais comme un moyen

de soutenir l'oeuvre tout en affichant un choix éthique.

Il serait idiot de s'étonner que les choix de consommation soient devenus inmanquablement des choix politiques à notre époque, puisque toute la vie de la cité se transforme en un gigantesque marché.

Et dans ce cas l'appel au public est clair : il s'agit de savoir quel prix il est prêt à accorder au contenu qu'il stocke dans ses contenants. De savoir s'il est prêt à échanger un peu de nourriture spirituelle, contre un peu de nourriture matérielle, directement, sans aucun intermédiaire. De savoir s'il vit dans un monde qui laisse exister autre chose qu'une consommation immédiate à sens unique. Où le dub et le garage-punk rejoignent le café équitable dans un geste de consommation direct... Après l'énergie musicale électrifiée et le café, à quand le cinéma équitable ?

DIX

En ce qui concerne les Derviches Associés, nouveaux venus et outsiders de fait dans le cinéma expérimental - puisque travaillant en numérique - comme dans le cinéma commercial - puisque n'utilisant que des circuits de distribution indépendants et directs hors réseaux traditionnels - avant d'atteindre un idéal qui pourrait être de donner leurs films tout en vendant des éponges - mais attention, leurs éponges, des éponges D.A. ! - on pourrait imaginer d'aller plus loin que l'idée de rareté en considérant le support matériel non seulement comme un préalable mais comme un obstacle à franchir obligatoirement avant de pouvoir accéder à l'oeuvre ; histoire de se permettre un pied de nez à la dématérialisation.

Limiter systématiquement les tirages à quelques dizaines d'exemplaires nous

semble encore trop proche d'une démarche de type « multiples », très pratiquée dans l'art contemporain officiel, et surtout, pas assez ironique face à la confiscation *déguéulasse* - dirait Michel Poiccard - de la liberté numérique par les industries.

Rappelons que ce qui est valable pour la musique indépendante l'est aussi pour le cinéma : l'ère de la multiplication numérique devrait permettre aux cinéastes de vivre de leur art en le vendant eux-mêmes directement sur toute la planète. Ce n'est pas le cas aujourd'hui, cela n'en prend pas le chemin pour demain matin, et c'est totalement anormal. Pour commencer à renverser la vapeur, on pourrait utiliser de manière systématique les sites de partage tels Youtube et consorts comme de simples serveurs gratuits d'extraits, actionnés depuis des sites indépendants et personnels. Mais il faudrait tenter une démarche plus radicale, que le cinéma permet par sa nature

composite : l'éclatement.

L'anti-convergence totale par la fragmentation de l'oeuvre en autant de supports différents qu'on en a utilisés pour la créer, grâce aux facilités offertes par le numérique : tirages d'estampes, de photogrammes, ou de cartes postales des films, édition audio des bandes son, édition papier des scénarios...

Un vrai pas de côté, en dehors du torrent perpétuel d'images sonores qui se déverse sur les écrans. Pour retrouver une liberté, un espace, recréer son propre temps, en tant que cinéaste, il semblerait qu'il faille aujourd'hui devenir un *digital outsider*, rendre son cinéma difficile à obtenir et surtout à reconstituer, non pas intellectuellement en finissant d'achever la narration, cette dimension si spécifiquement humaine, mais matériellement. Et notamment, surtout, même... s'il faut jusqu'à nouvel ordre

séparer le son de l'image.

Un clin d'oeil aux expériences cinématographiques du Man Ray des débuts, et un moyen de sortir de l'écoulement du temps général, ne serait-ce qu'en imposant un temps différent, une expérience différente, nés dans la manipulation nécessaire au calage d'un disque contenant les pistes son d'un film, avec un dvd contenant les pistes images correspondantes.

A partir d'aujourd'hui et jusqu'à nouvel ordre, hormis quelques projections publiques, les films Derviches Associés à venir ne devraient donc plus exister autrement qu'en pistes sons et images séparées.

Charge aux spectateurs intéressés de les réassembler eux-mêmes ou pas, de manifester ou pas leur adhésion à la démarche en achetant les livres, photos,

cartes postales, flip books, voire t-shirts et éponges correspondants, ou mieux encore en devenant des souscripteurs, qui choisissent d'offrir leur soutien en achetant non plus une oeuvre précisément mais une part de temps de création. Les Derviches Associés s'engagent à rendre leurs oeuvres totalement libres d'accès sitôt l'équilibre économique atteint grâce à la vente de ces supports, et par là-même garantissent à leurs spectateurs la possibilité de ressentir la joie – oui, la joie - d'avoir lutté et triomphé pour obtenir quelque chose d'aussi immatériel qu'une oeuvre de l'esprit, tout en participant à un commerce équitable de l'art numérique, un *digital artistic fair trade*. Autrement dit en se comportant en êtres humains volontaires, et pas en moutons numériques.

Bibliographie

Walter Benjamin : L'oeuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique.

Allia. ISBN 2.84485.107.X

Blaise Cendrars : l'ABC du cinéma.

Denoël. ISBN 2.25273.6

Gilles Châtelet : Vivre et penser comme des porcs. Gallimard. ISBN 978-2070410705

Rainer Maria Rilke : Lettres à un jeune poète. Seuil. ISBN 2.02.019061.3

André Schiffrin, : L'édition sans éditeurs.

La Fabrique. ISBN 978-2913372023 / Le contrôle de la Parole. La Fabrique. ISBN 978-2913372351

André Schiffrin est né à Paris en 1935. Fils du fondateur de la Pléiade Jacques Schiffrin, il a dirigé pendant trente ans la prestigieuse maison d'édition américaine Pantheon Books, qu'il a quittée suite à son rachat par un grand groupe, pour fonder The new Press, maison d'édition indépendante « sans but lucratif ».

Gilles Châtelet, mathématicien, a enseigné à l'université de Paris VIII et a publié en 1993 un ouvrage de mathématiques et de philosophie : « Les enjeux du mobile : mathématique, physique, philosophie ». Il s'est suicidé en juin 99.

Index

Cet index peut reprendre des termes, notions, ou acronymes apparemment évidents pour les habitués du numérique. Ce serait oublier – une fois de plus – qu’il existe un monde en dehors du virtuel, peuplé de gens qui peuvent s’intéresser à des sujets divers et variés sans passer leur vie à *surfer sur le net* *

*** Surfer sur le net :**

Glisser de vague informationnelle en vague informationnelle dans le réseau virtuel informatique mondial.

1. **CNC** : Centre National de la Cinématographie français, dépendant du Ministère de la Culture et chargé de la réglementation, de la promotion et du soutien à l’économie du cinéma, de l’audiovisuel et du multimédia.

2. **TNT** : Télévision Numérique Terrestre.
3. **ADSL** : transport de données et de signal voix sur une même ligne téléphonique, permettant des hauts débits.
4. **VOD** : location ou achat de vidéo à la demande, par téléchargement Internet.
5. **Convergence** : réunion des étapes de la transmission d'une information - captation, enregistrement, transport et restitution - grâce au seul processus numérique.
6. **Digital Rights Management (DRM)** : gestion numérique des droits d'auteurs des contenus numérisables, par des verrous techniques empêchant le prêt, la duplication ou la copie des oeuvres de lecteur à lecteur ou d'ordinateur à ordinateur.
7. **Licence globale** : évoquée puis abandonnée lors des débats sur le projet de loi DADVSI (droit d'auteur et droits voisins dans la société de l'information), la Licence Globale visait à réglementer

l'utilisation des oeuvres numériques en étendant à Internet le système déjà existant pour la radio : le prélèvement auprès des diffuseurs d'une somme forfaitaire répartie ensuite entre les artistes. { www.lalliance.org }

8. **Accord Apple/Emi** : Libération du 3/04/2007
9. **Sacem** : Société des Auteurs Compositeurs et Editeurs de Musique chargée notamment de la collecte des droits des adhérents.
10. **Sacd** : Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques chargée notamment de la collecte des droits des adhérents.
11. **Majors** : petit groupe de sociétés se partageant l'essentiel du marché du disque international.
12. **FAI** : fournisseurs d'accès Internet.
13. **Deezer** : plateforme gratuite d'écoute de musique en ligne. { www.deezer.com }
14. **Myspace** : réseau social en ligne

- permettant de diffuser musiques, images et messages. { www.myspace.com }
15. **Google** : moteur de recherche Internet. { www.google.com }
 16. **Youtube** : site permettant de visualiser, envoyer, et partager gratuitement des séquences vidéo. { www.youtube.com }
 17. **Netlabels** : labels musicaux diffusant leur catalogue sous forme numérique en téléchargement sur Internet.
 18. **Creative Commons** : l'organisation se donne pour but d'encourager la circulation gratuite des œuvres, l'échange et la créativité, par des licences d'utilisation inspirées des pratiques du logiciel libre. { <http://fr.creativecommons.org> }
 19. **Playlists** : à l'origine utilisé en radio pour désigner la liste des disques à diffuser. Adopté par les internautes pour désigner leurs listes personnelles de musiques, écoutées sur leurs ordinateurs ou baladeurs.
 20. **Vidéorolls** : sections de pages de

sites internet permettant l'affichage dynamique de listes de vidéos mises en ligne, classées par groupes d'utilisateurs ou par mots-clés.

21. **Wikipédia** : encyclopédie en ligne gratuite et internationale, rédigée grâce à la collaboration bénévole de ses lecteurs. { <http://fr.wikipedia.org> }
22. Directement inspiré d'extraits d'interviews d'Andrew Keen suite à la parution de son livre *The Cult of the Amateur*.
{ <http://andrewkeen.typepad.com> }
23. **Kourtrajmé** : société de production audiovisuelle associative française.
{ www.kourtrajme.com }
24. **DV** : acronyme de Digital Video, format d'enregistrement numérique du signal vidéo apparu en 1996, de qualité supérieure aux formats analogiques, et simplifiant le transfert direct des données vidéo sur ordinateur.
25. Directement inspiré du blog de

Nicholas Carr, spécialiste des nouvelles technologies de l'information.

{ www.rougtype.com }

26. **bnflowers** : communauté internet de diffusion de musique indépendante et libre. { <http://bnflower.com> }
27. **Dub** : genre musical issu du reggae, apparu à la fin des années 70, consistant au départ à retravailler les musiques en ajoutant des effets de superposition, de réverbération ou d'écho aux pistes son.
28. **Hightone** : groupe de dub actuel français. { <http://hightone.free.fr> }
29. { www.myspace.com/hightoneofficialsite }
30. **JarringEffects** : label musical indépendant français. { <http://jarringeffects.net> }
31. { www.cd1d.com }
32. { <http://difficultisnoteasy.free.fr> }

Cet ouvrage a été achevé d'imprimer par l'imprimerie IML
à St-Martin-en-Haut en Octobre 2007

Dépôt légal : octobre 2007

Imprimé en France sur papier 100 % recyclé

Qu'est devenue la liberté artistique à l'ère numérique ? En même temps que la possibilité de diffuser leurs oeuvres dans le monde entier, les artistes font face à la notion de gratuité de leur travail. De quoi sont-ils censés vivre à l'heure de l'accès à la culture pour tous ? L'idée du contenu libre véhiculée notamment par les Creative Commons, en écartant la notion de revenu lié directement à la production artistique, ne contribue-t-elle pas à faire sortir l'art, dimension humaine, du monde économique ? La convergence du multimédia ne serait-elle pas avant tout la convergence d'un troupeau de consommateurs-créateurs vers un seul grand enclos de rassemblement, pour le bénéfice exclusif de quelques éleveurs ? Tenter d'inventer une autre modernité que la soumission à une dictature de l'accès, faire un pas de côté pour sortir du torrent perpétuel d'images et de sons soi-disant libres, se livrer à quelques réflexions, quelques choix éthiques de consommation et de pratique culturelle, pourrait être urgent pour qui ne veut pas devenir un mouton numérique.

12 €

www.derviches.com

