



TÉLÉPHONE
MOBILE
ET CRÉATION



Sous la direction de
Laurence Allard, Laurent Creton, Roger Odin

Le téléphone mobile est à ce jour la technologie d'expression et de communication la plus répandue dans le monde : en 2012, trois quarts des habitants de la planète en sont équipés. Chaque jour, on l'utilise pour communiquer à distance, mais aussi en co-présence, par voix orale, par SMS, par images fixes ou animées, pour prendre des photos, écouter des morceaux de musique, jouer ou s'orienter. Toutes les dimensions de la vie sont concernées, mais paradoxalement la dimension de création du mobile a jusqu'à présent été peu étudiée.

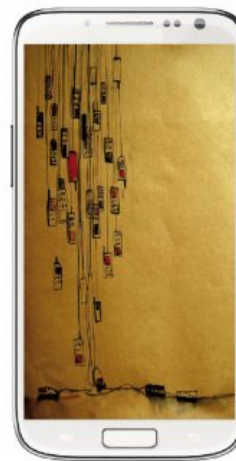
Dans cet ouvrage, l'ambition est de mettre en évidence comment des processus créatifs extrêmement divers, dans leurs modalités comme dans leurs visées, peuvent se déployer et comment la créativité à l'œuvre dans les différents terrains, corpus et réalisations produit une réinvention à la fois du mobile et des espaces sociaux et artistiques concernés. Mobilisant des approches disciplinaires multiples (sociologie, psychologie, économie, esthétique, ergonomie, musicologie, pragmatique), il propose une traversée des pratiques de création par le téléphone mobile, de la France à l'Afrique du Sud en passant par le Sahel et la Suisse, conjuguée à une analyse d'applications innovantes relevant de desseins pluriels : scientifiques, artistiques, militants.

Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin mènent leurs travaux de recherche sur le cinéma, l'audiovisuel et les nouveaux médias dans le cadre de l'IRCAV, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3.

Avec les contributions de Cyril Cadars, Maurizio Ferraris, Anne Jarrigeon, Christopher Kirkley, Benoît Labourdette, Thibault Lefèvre, Joëlle Menrath, Nicolas Nova, Thomas Paris, Louis Racine, Nicolas Rouilleault, Esra'a Al Shafel, Serge Tisseron, William Uricchio, Steve Vosloo.

TÉLÉPHONE MOBILE ET CRÉATION

TÉLÉPHONE
MOBILE
ET CRÉATION



Sous la direction de
Laurence Allard
Laurent Creton
Roger Odin

ARMAND COLIN



ARMAND COLIN / RECHERCHES

Livre : « Téléphone mobile et création »

3 février 2014, par [Benoît Labourdette](#).

Livre collectif auquel j'ai contribué, avec l'article [« De l'économie à la conversation et à la création audiovisuelle »](#).

- Date de publication : 19 février 2014 aux éditions Armand Colin
- Lien vers le site officiel du colloque qui a donné naissance au livre : www.mobilecreation.fr/?p=423.

Synthèse du livre

Le téléphone mobile a mis des moyens de production et diffusion d'images, de textes et de sons entre les mains de plus de six milliards de personnes dans le monde. Plutôt que de chercher à délimiter un Art Mobile, cet ouvrage invite à une traversée de processus créatifs extrêmement divers dans leurs modalités comme dans leurs visées à la fois dans les pratiques de communication ordinaires mais aussi dans le cinéma, la littérature, la musique ou le transmédia. Cet ouvrage documente des pratiques de création par le téléphone mobile et de re-création du téléphone mobile, de la France à l'Afrique du Sud en passant par le Sahel ou la Suisse, en mobilisant des approches disciplinaires multiples (sociologie, psychologie, économie, esthétique, ergonomie, musicologie, pragmatique) et des visées plurielles (scientifique, artistique, militante).

Mon article complet

Télécharger l'article [« De l'économie à la conversation et à la création audiovisuelle »](#).

De l'économie à la conversation et à la création audiovisuelle

Benoît Labourdette

Dans l'histoire, il n'a jamais été produit autant d'images photographiques et vidéographiques qu'actuellement et, depuis l'apparition des plateformes de vidéo communautaire (2005) la quantité la plus massive d'images produites dans le monde est fabriquée par des non spécialistes (des gens, n'importe quels gens). Le Web 2.0, c'est-à-dire les sites dont le contenu n'est plus généré par des professionnels mais par des amateurs (les internautes), devient un espace de partage : c'est là que se développent les réseaux sociaux. On notera que cette transformation aurait pu se produire avant car le haut débit était déjà disponible depuis cinq bonnes années, mais qu'il y avait un problème technique spécifique pour la vidéo qui rendait son utilisation sur Internet très difficile par les amateurs, problème qui a été réglé grâce à la mise à jour automatique et invisible de la version 7 du plugin Flash sur à peu près tous les ordinateurs de la planète au premier trimestre 2005.

Economie et production des films amateurs

Les films amateurs, qu'ils soient réalisés avec une caméra Super 8, un caméscope ou un appareil photo, n'étaient, avant 2005, diffusés que dans un espace restreint (familial et/ou amical). Roger Odin a montré depuis longtemps que ces films n'avaient pas à être jugés comme « inférieurs » au cinéma professionnel, mais que leur forme répondait simplement à d'autres fonctions, en particulier à une fonction sociale et identitaire (produire du consensus, perpétuer l'institution familiale).

De fait, la différence entre films amateurs et films professionnels est, à cette époque, avant tout, de nature économique : on paie pour voir un « contenu » professionnel (on achète sa place de cinéma, un DVD, on s'acquitte de la redevance TV, les publicitaires paient pour placer leurs films à la télévision, etc.), mais on ne paie pas pour voir un « contenu » amateur. L'économie des professionnels est traditionnellement une économie de la vente de contenus, alors que l'économie des amateurs est une économie de vente de matériel et de consommables (d'où l'apparition régulière de nouveaux modèles, pour que l'amateur nourrisse l'économie : accessoires, pellicules, cassettes vidéo, cartes mémoire...).

Les choses changent après 2005.

Désormais, la plateforme Youtube est l'espace principal de partage des vidéos : 100 heures de nouveau contenu vidéo uploadé chaque minute, 4 milliards de vidéos consultées chaque jour. S'y trouvent en majorité des vidéos d'amateur placées là pour être partagées, c'est-à-dire visionnées par les membres du réseau familial et amical de chacun. S'y trouvent également des contenus professionnels, mais qui ont été, pour la plupart, mis en ligne par des amateurs, dans le but aussi de les partager.

Le modèle économique de Youtube est publicitaire. À côté de chaque vidéo, il y a une publicité, ainsi qu'avant la vidéo (preroll), après la vidéo (postroll), et sur la vidéo (instream). Donc, plus une vidéo est visionnée, plus l'exposition des publicités est grande, et plus le chiffre d'affaire de Youtube augmente. Ainsi, plus les amateurs produiront et partageront de vidéos, et plus le chiffre d'affaire de Youtube augmentera : on est passés à une économie des contenus amateur. Certains films amateurs totalisent plus de 500 millions de visionnements, ce qui produit, pour la plateforme Youtube un chiffre d'affaire approximatif de 5 millions de dollars. C'est le cas, par exemple, de Charlie bit my finger, un film de 50 secondes, un film si « cool » qu'il donne envie d'envoyer des emails pour le partager avec ses amis, un film qu'on dit viral : un père filme ses deux jeunes enfants en train de jouer lorsque l'un d'eux se met à

mordre le doigt de l'autre. Charlie bit my finger a rapporté des sommes beaucoup plus importantes que ce que rapporte la plupart des productions professionnelles et ici, c'est bien le contenu qui a produit cette valeur.

Même si la plupart des vidéos amateurs ne totalisent qu'un faible nombre de visionnages, cela n'a aucune importance, car il suffit qu'il y ait 100 vidéos vues 10 fois chacune ou une vidéo vue 1000 fois, pour que, vu le coût quasi nul de l'hébergement de chaque vidéo, le résultat en termes de chiffre d'affaire pour Youtube soit le même.

La barrière économique qui séparait les amateurs des professionnels est désormais tombée. Le chiffre d'affaire global de Youtube est plus important que le chiffre d'affaire du secteur du cinéma dans son entier. On peut même dire, si l'on prend comme critère le seul critère économique, que la production professionnelle n'est plus qu'un sous-ensemble de la production amateur, une production beaucoup plus prometteuse et rentable commercialement parlant. On peut donc s'interroger : à quoi cela sert-il donc désormais de passer du temps à faire des films professionnels ?

On notera toutefois que dans le nouveau circuit économique, l'argent va à la plateforme et non pas aux « auteurs ». Même si le partage des recettes est possible depuis quelques années, le fait que ce soit la quantité de visionnements qui fonde la valeur économique d'une production a comme conséquence qu'il est extrêmement rare que l'amateur gagne de l'argent (le cas de Charlie bit my finger et de ses millions de visionnement est rarissime).

Dernière remarque concernant ces questions d'économie : Google, propriétaire de Youtube, est aussi le fabricant du système d'exploitation Android qui équipe 75 % des téléphones vendus, un système qui rend extrêmement facile et intuitive (quasi immédiate) la publication de la vidéo qu'on vient de tourner. Or, plus il sera facile de mettre en ligne nos vidéos, plus nous le ferons, et plus Google gagnera d'argent grâce aux publicités qui accompagnent chacun de nos échanges. Ainsi, l'objectif de cet industriel (et des autres de son secteur) est de faire en sorte que les amateurs non seulement produisent mais partagent le plus possible de contenus audiovisuels.

Vers la conversation audiovisuelle

Cette incitation au partage a des conséquences inattendues.

Avant l'apparition du téléphone portable, pour faire une vidéo (ou une photo), il fallait d'abord décider de prendre avec soi un appareil photo ou une caméra ; on avait donc toujours, même s'il n'était pas clairement formulé, un projet préalable. Aujourd'hui, le téléphone est toujours avec nous, dans notre poche : c'est notre prothèse de communication, devenue indispensable à la vie, une prothèse équipée d'une caméra. Il n'est donc plus nécessaire de nourrir un projet préalable : nous sommes outillés en permanence. Filmer avec son téléphone est aujourd'hui une chose extrêmement simple et banale. Mais le plus nouveau est que les outils d'échange venant s'ajouter aux outils de prises de vues, il devient dès lors possible d'engager une sorte de conversation par photos ou vidéos interposées.

Avant 2005, des mots entouraient les films, les précédaient, les suivaient. Même les films de famille qui pourtant n'avaient souvent pas de génériques ni de dialogues étaient commentés lors de la projection par les membres de la famille. La grande nouveauté est que depuis 2005, on peut faire des films et les rendre publics en se passant de mots. En effet, grâce aux « groupes » dont on fait partie sur les « réseaux sociaux », lorsque l'on tourne une vidéo, on sait généralement à qui on veut l'adresser et lorsque l'on appuie sur le bouton « publier », on sait qui va la recevoir, sans avoir d'autre geste à faire que d'appuyer sur un seul bouton. Il n'est donc plus nécessaire de « présenter » son film avec des mots.

Avant, le langage des mots structurait de l'extérieur le langage des images. Aujourd'hui, le langage des images (de leur fabrication à leur diffusion, de leur diffusion aux réponses qu'elles suscitent) peut se passer de mots. Le langage des images peut dès lors être utilisé en conversation. Certains sites vont même jusqu'à proposer de rendre les images éphémères, de réduire leur durée de vie à quelques

secondes : l'échange d'images se fait alors comme une véritable conversation, quasiment en direct.

Vers la créativité audiovisuelle

Tout cela est très bien et ouvre des portes nouvelles à nos cerveaux si malléables ... pourquoi pas ... Mais nous savons aussi que les images constituent un vrai langage, avec sa grammaire, ses règles, ses représentations, ses modèles culturels sous-jacents, sa charge politique inconsciente, son éthique... Or, dans le cadre de cette conversation, nous en restons à une sorte d'« oralité visuelle » : on parle, on parle, mais on ne sait pas « écrire » ce langage que l'on parle. L'écrit (mais qu'est-ce que l'écrit de l'oralité visuelle ?) est la matière qui structure « politiquement » (au sens large du terme) une société. Si cet écrit n'est pas maîtrisé par les citoyens, la société ne peut pas être démocratique. Il me semble qu'aujourd'hui, chacun a besoin d'apprendre à écrire ces images avec lesquelles nous parlons quotidiennement, simplement pour que nous restions en démocratie.

Mais comment apprend-on, comment s'approprié-t-on un langage ? En étudiant ses règles, sa grammaire, sa norme ? Bien sûr que non. On apprend un langage en s'exprimant, en étant soutenu dans le geste généreux de créer quelque chose. En ce qui concerne les langues, on apprend en écrivant des poèmes, en écrivant des nouvelles, et même en racontant ses vacances pourvu que cela soit fait avec un point de vue ... En bref, on apprend un langage en exerçant sa créativité, en travaillant la forme pour transmettre à l'autre un discours, des pensées, une émotion. On apprend un langage en s'intégrant à sa dimension collective, c'est-à-dire en développant sa propre générosité. On apprend un langage en dépassant la conversation duelle éphémère pour passer à la fabrication d'un objet défiant le temps qui s'adresse au collectif, c'est-à-dire au politique.

En matière audiovisuelle, c'est donc en proposant à des gens, qu'ils soient jeunes ou pas, de créer des films qui seront collectivement présentés, de raconter des histoires, d'enrichir les autres de sa vision du monde que chacun va pouvoir s'approprier ce langage. Le but, d'ailleurs, n'étant pas d'« apprendre » mais de donner, d'offrir à l'autre, un objet mis en forme, un objet qui nous survivra à tous, et qui s'adressera à l'autre de façon universelle (l'apprentissage du langage suivra).

Organiser, pendant quelques jours, un atelier de réalisation de films avec téléphone portable, des films qui seront fabriqués collectivement, et qui seront l'occasion d'une présentation publique, dans une salle, pour un collectif humain tangible, concret, physique, crée une émotion qui permet de susciter chez les participants une prise de conscience de l'enjeu de la production et un désir de prise de risque quant à la mise en forme du message qu'ils veulent transmettre, en bref tout un travail sur le langage audiovisuel qui va conduire tant les auteurs que les spectateurs à une expérience, forte, unique, partagée, mémorable, bref, à une expérience fondatrice de l'écriture des images, à une expérience de la création.

Sommaire du livre

- Introduction :
Laurence Allard, Laurent Creton et Roger Odin
- 1. Écrire avec le téléphone
Maurizio Ferraris
- 2. Quand le téléphone portable rencontre le cinéma.
Roger Odin
- 3. Conversation ou création : des vertus de la créativité audiovisuelle
Benoît Labourdette

4. Repenser le documentaire social
William Uricchio
5. Crowdvoice. Images et voix des protestations dans le Monde
Esra'a El Shafeï
6. Le SMS entre forme et geste : analyse d'une pratique d'écriture.
Anne Jarrigeon et Joëlle Menrath
7. Yoza Project : des histoires pour mobiles accessibles à tous
Steve Vosloo
8. Musique, téléphone mobile et identité tourègue au Sahel
Christopher Kirkley
9. De l'image dans la main à l'image en ligne ou comment le numérique a affranchi la photographie des discours morbides
Serge Tisseron
10. Reformulations numériques mobiles
Nicolas Nova
11. Express Yourself 3.0 ! Le mobile comme technologie pour soi et quelques autres entre double agir communicationnel et continuum disjonctif soma-technologique
Laurence Allard
12. Iranian Stories. Une plateforme de recueil et de diffusion de témoignages.
Thibault Lefèvre, Louis Racine, Nicolas Rouilleault, Cyril Cadars
13. Cet obscur outil du désir...Quelle place pour le mobile dans une approche conceptuelle de la création ?
Thomas Paris

Les auteurs

Laurence Allard

Maître de conférences en Sciences de la Communication. Elle est chercheuse à l'IRCAV - Paris 3 et enseigne à l'Université Lille 3. Ses thèmes de recherche sont les usages ordinaires, citoyens et humanitaires des technologies de communication (Internet, téléphone mobile) mais aussi des puces, des capteurs et autres objets communicants dans le cadre d'une anthropologie de l'innovation technique symétrique. Elle a publié notamment *Mythologie du portable*, Editions Le Cavalier Bleu, Paris, 2009. Son site professionnel : <http://culturesexpressives.fr/doku.php?id=Accueil>
Son blog spécialisé dans les usages du mobile : <http://www.mobactu.fr/>

Cyril Cadars

Après des études de sociologie à Grenoble et quelques tournages de films à Vancouver à différents postes, a créé la société SlumberLand Factory à Paris en 2009. Après avoir été la première à financer entièrement un court métrage par Internet, *Alice au pays s'émerveille*, et produit *Iranian Stories*, la société ferme. Il se consacre depuis à la société de production Village 42. *The Open*, premier long métrage de Village 42 sort en 2014, et le teaser d'une websérie d'animation, *Webcrowd*, interrogeant la vie des principaux acteurs du web avec humour, est mis en ligne fin 2013.

Laurent Creton

Professeur à l'Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 et directeur de l'Institut de recherche sur le cinéma et l'audiovisuel (IRCAV EA 185). Ses travaux portent principalement sur l'analyse stratégique et les industries culturelles, et il a publié de nombreux articles et ouvrages consacrés à l'économie du cinéma, de l'audiovisuel et des nouveaux médias.

Maurizio Ferraris

Professeur ordinaire de philosophie théorique à l'Université de Turin, où il dirige le Labont (Laboratoire d'ontologie) et la *Rivista di estetica*. Il a écrit plus de quarante livres. Parmi ses ouvrages traduits en français : *T'es où ? Ontologie du téléphone mobile*, Editions Albin Michel, Paris, 2006 et *Goodbye, Kant ! Ce qu'il reste aujourd'hui de la Critique de la raison pure*, Éditions de l'éclat, Paris, 2009.

Anne Jarrigeon

Anthropologue, docteur en Sciences de l'information et de la communication et Maître de conférences au Laboratoire Ville Mobilité Transport (Université Paris Est). Elle conduit des recherches sur l'expérience des mobilités contemporaines, entre pratiques des dispositifs et des lieux, interactions sociales et perceptions spatiales. Elle est notamment l'auteur de plusieurs articles et études sur le téléphone mobile.

Christopher Kirkley

« Ethnomusicologue rebelle », commissaire d'expositions et dj occasionnellement. Son travail porte sur les musiques populaires contemporaines au sein d'un paysage technologique en évolution, ce qui suppose une interaction des traditions locales avec les influences transglobales des nouveaux modèles médiatiques de la transmission culturelle. Son site : <http://sahelsounds.com/>

Benoît Labourdette

Benoît Labourdette est auteur, réalisateur et producteur. Il écrit et réalise fictions, documentaires, œuvres expérimentales et participatives (longs métrages : La tête dans l'eau (1995), Fatigue (2000), Triton (2007), Les acteurs inconscients (2009). Il est aussi expert dans le domaine des écritures numériques. Il a fondé et dirigé le Festival Pocket Films (2005-2010) avec le Forum des images (Paris). Il est délégué artistique du Festival Caméras Mobiles (lux Scène nationale de Valence). Il a publié en 2008 aux Éditions Dixit Tournez un film avec votre téléphone portable. Il a fondé en 2011 « Le Jour le plus court », fête nationale du court métrage organisée par le CNC. Il enseigne dans plusieurs écoles et universités, et anime des séminaires de formation professionnelle. Son site web : www.benoitlabourdette.com

Thibault Lefèvre

Auteur, réalisateur et producteur des sites iranianstories.org et iranianstories.org/webdoc. Il est journaliste spécialisé en radio et en web. Après avoir travaillé à France Info, FIP, France Bleu et France Musique, il a rejoint en juillet 2011 le pôle multimédia de France Inter.

Joëlle Menrath

Littéraire de formation, s'est formée aux méthodes de l'ethnologie dans le cadre du cabinet Discours & Pratiques qu'elle a fondé et qu'elle dirige depuis 2006. Discours & Pratiques est un cabinet de Conseil et de Recherche appliquée spécialisé dans les usages des technologies numériques, qui réunit des équipes de chercheurs en sciences de l'information, en sociologie, ou en philosophie autour d'enquêtes ethnographiques commanditées par des entreprises. Elle est notamment co-auteure de Mobile attitude, Ce que les portables ont changé dans nos vies, Editions Hachette, Paris, 2005.

Nicolas Nova

Co-fondateur du Near Future Laboratory et professeur à la HEAD-Genève (Haute-École d'Art et de Design) où il enseigne l'ethnographie, l'histoire des cultures numériques et la recherche en design. Il est titulaire d'un doctorat en interaction homme-machine de l'EPFL (Lausanne, Suisse) et a été chercheur invité à Art Center College of Design (Pasadena, California). Auteur de Joypads ! Le design des manettes (Les Moutons Electriques) avec L. Bolli et Curious Rituals : Gestural Interactions in the Digital Everyday (Near Future Laboratory Press), il est également responsable éditorial de Lift, conférence internationale sur l'innovation et les usages des technologies. Il s'intéresse aux questions d'usage et de perspectives en lien avec les technologies numériques.

Roger Odin

Professeur émérite de Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 où il a dirigé l'Institut de recherche sur le cinéma et l'audiovisuel pendant vingt ans (de 1983 à 2003). Théoricien de l'approche sémio-pragmatique (Cinéma et production de sens, Editions Armand Colin, Paris, 1990, De la fiction, Editions De Boeck, Bruxelles, 2000, Les espaces de communication, PUG, 2011), il s'intéresse également au cinéma documentaire (L'âge d'or du cinéma documentaire : Europe années 50, Editions L'Harmattan, Paris, 1997), aux productions amateurs (Le film de famille, Editions Méridiens-Klincksieck, 1995 ; « Le cinéma en amateur », Communications n° 68, Editions du Seuil, 1999, et aux relations entre cinéma, audiovisuel et téléphone mobile (direction de « Il cinema nell'epoca del videofonino », Bianco et Nero n° 568, 2011).

Thomas Paris

Chargé de recherches au CNRS et professeur affilié à HEC Paris, où il dirige le mastère spécialisé Média, Art, Création. Titulaire d'un doctorat de gestion, il mène des recherches depuis une quinzaine d'années sur les industries de la création (cinéma et audiovisuel, musique, mode, édition, architecture, publicité, grande cuisine, design), leur économie et leurs modèles organisationnels. Il travaille aussi sur l'économie numérique et a publié des ouvrages sur le droit d'auteur, la diversité culturelle dans le cinéma, l'économie de l'audiovisuel à l'ère de la convergence, les villes créatives ou le management de la création.

Louis Racine

Doctorant à l'École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS) depuis novembre 2009. Ancien élève de l'Institut d'Études politiques de Paris, où il a obtenu un Master en Affaires Publiques en 2006, il est aussi détenteur d'un Master de sociologie de l'EHESS (2008). Outre sa participation au site Iranian Stories, Louis Racine a écrit plusieurs articles sur l'Iran depuis 2010 dans l'Annuaire Français des Relations Internationales, les Cahiers de l'Orient, Uzbek et Rica.

Nicolas Rouilleault

Coordinateur de l'Atelier de la Cinéfondation du Festival de Cannes, producteur et réalisateur de nouveaux formats, Nicolas Rouilleault a notamment étudié à l'IEP de Grenoble, à la Fémis et à la Filmakadémie Baden-Württemberg. Il a travaillé comme chargé de production ou directeur de production pour des sociétés de production comme Zaradoc Films, Caïmans Productions, ou Argos Films, et des institutions comme Unifrance et le Marché du Film du Festival de Cannes. Membre fondateur du projet Web collaboratif « Iranian Stories » dont il est l'un des producteurs, il est entre autres, le producteur d'un Webdocumentaire de Massimiliano Minissale et Marie Blandin sur les réfugiés du printemps arabe, « Le printemps en exil ».

Esra'a Al Shafei

Fondatrice et directrice de MideastYouth.com, une organisation qui vise à amplifier la pluralité des voix progressistes au Moyen-Orient et en Afrique du Nord en utilisant des médias numériques. En 2010, elle fonde mideastunes.com, une plate-forme pour les musiciens underground au Moyen-Orient qui utilise la musique comme un vecteur pour le changement social. En 2011, elle a fondé Ahwaa.org, un outil bilingue pour les jeunes LGBTQ dans le Moyen-Orient afin de faciliter des interactions de qualité. Elle est récipiendaire du Prix du Berkman de l'Université de Harvard pour « une contribution exceptionnelle à l'Internet et son impact sur la société », a été TED Senior Fellow. En 2011, elle a été présentée dans le magazine Fast Company comme l'un des « 100 personnes les plus créatives en affaires ». Elle a également reçu le Prix Monaco Media, qui reconnaît les usages innovants des médias pour le bien de l'humanité. Elle vit à Bahreïn.

Serge Tisseron

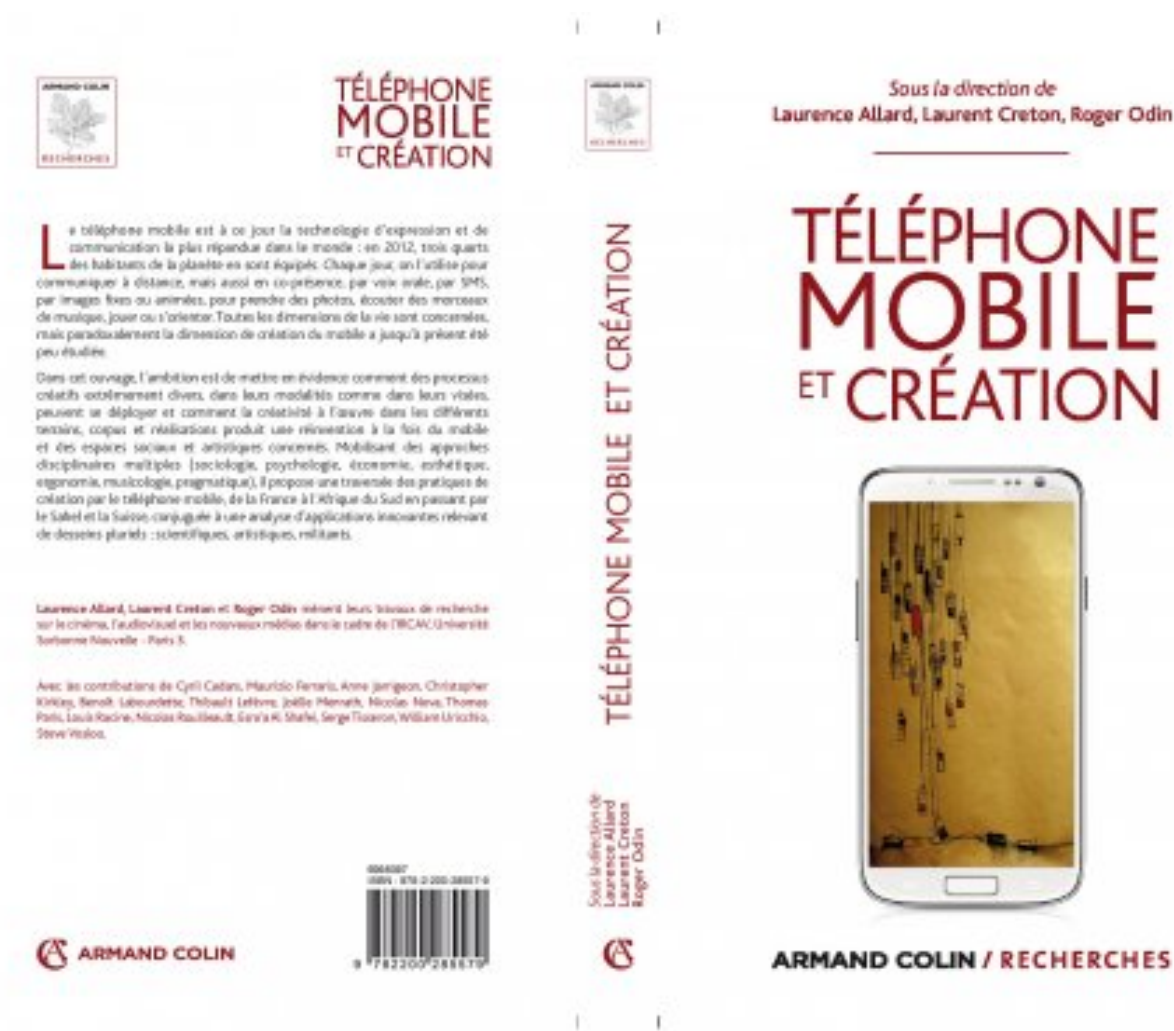
Psychiatre et psychanalyste, docteur en psychologie habilité à diriger des recherches (HDR) à l'Université Paris 7 Denis Diderot. Il a publié une trentaine d'essais personnels, notamment sur les secrets de famille, nos relations aux images et aux technologies numériques. Ses livres sont traduits dans onze langues. Il a notamment publié L'Empathie au cœur du jeu social (2010) et Fragments d'une psychanalyse empathique (2013). Il est co-auteur du rapport de l'Académie des sciences L'enfant et les écrans (2013). Il a créé en 2008, avec l'aide du MEDDE, l'Institut pour l'Histoire et la Mémoire des catastrophes (IHMEC), puis le site memoiredescatastrophes.org, dont l'objectif est de contribuer à la Résilience des générations actuelles et futures. Il est président de l'Institut pour l'étude de la relation homme-robot (IERHR). Son site : <http://www.sergetisseron.com>

William Uricchio

Professeur et directeur du programme Comparative Media Studies du MIT, où il est chercheur principal du MIT Open Documentary Lab et du MIT Game Lab. Il est également Professeur d'histoire comparée des Médias à l'Université d'Utrecht aux Pays-Bas et a été professeur invité en Allemagne, en Suède, au Danemark et en Chine. Ses recherches portent sur l'interaction des technologies des médias et des pratiques culturelles, et leur rôle dans la (re)construction des représentations, de la connaissance et des publics. Il a écrit sur une grande variété de problématiques, de la télévision du XIX^e siècle au tournant

Steve Vosloo

Responsable du programme « Mobiles pour le développement » (M4D). Il a un intérêt plus particulier pour l'apprentissage mobile, les jeunes et les TIC. Actuellement, il est Senior Officer Project pour le Mobile Learning à l'Unesco. Il est diplômé de la Fondation Shuttleworth en Afrique du Sud. Il a fondé le m4lit (mobiles pour l'alphabétisation), qui a démontré l'énorme potentiel de l'édition mobile pour soutenir la formation à la lecture et à l'écriture en Afrique du Sud et au Kenya.



[Lien vers l'article en ligne . :](#)

<https://www.benoitlabourdette.com/ressources/livres/livre-telephone-mobile-et-creation>