



**HAL**  
open science

## L'art contemporain face aux données massives : ArtFacts.Net et la nouvelle économie de l'attention

Guy Bellavance, Nathalie Casemajor Loustau, Jonathan Roberge, Guillaume Sirois, Nantel Lyne

### ► To cite this version:

Guy Bellavance, Nathalie Casemajor Loustau, Jonathan Roberge, Guillaume Sirois, Nantel Lyne. L'art contemporain face aux données massives : ArtFacts.Net et la nouvelle économie de l'attention. *Communication & Organisation*, 2018, 54, pp.81-91. hal-03194937

**HAL Id: hal-03194937**

**<https://hal.science/hal-03194937>**

Submitted on 9 Apr 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Bellavance Guy, Casemajor Nathalie, Roberge Jonathan, Guillaume Sirois et Lyne Nantel, « Les données massives en art contemporain : le cas d'*ArtFacts.Net* », *Communication & Organisation*, 2018/2 (n° 54), p. 81-91. URL : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-organisation-2018-2-page-81.htm>

## **L'art contemporain face aux données massives : *ArtFacts.Net* et la nouvelle économie de l'attention**

Guy BELLAVANCE, professeur titulaire, [Guy.Bellavance@UCS.INRS.Ca](mailto:Guy.Bellavance@UCS.INRS.Ca)  
Nathalie CASEMAJOR, professeure adjointe, [Nathalie.Casemajor@ucs.inrs.ca](mailto:Nathalie.Casemajor@ucs.inrs.ca)  
Jonathan ROBERGE, professeur agrégé, [Jonathan.Roberge@UCS.INRS.Ca](mailto:Jonathan.Roberge@UCS.INRS.Ca)  
Guillaume SIROIS, chercheur postdoctoral, [guillaume.sirois@mail.mcgill.ca](mailto:guillaume.sirois@mail.mcgill.ca)  
Lyne NANTEL, doctorante, [Lyne.Nantel@UCS.INRS.Ca](mailto:Lyne.Nantel@UCS.INRS.Ca)

**Institut national de la recherche scientifique**  
Centre Urbanisation Culture Société  
Chaire Fernand-Dumont sur la culture

### **Mots clés :**

Économie de l'attention ; réputation ; visibilité ; algorithmes ; intermédiation ; art contemporain.

**Résumé :** Cet article propose une étude de la plateforme *ArtFacts.Net* – un système de classement et de hiérarchisation des artistes de la scène mondiale de l'art contemporain – en relation aux enjeux de visibilité en ligne et de gestion des données massives dans le monde de l'art. L'étude s'appuie sur une analyse du dispositif et du discours programmatique de ce site, ainsi que sur des entretiens auprès d'informateurs-clés du monde de l'art contemporain montréalais.

**Abstract:** This article proposes a study of the *ArtFacts.Net* platform – an artist ranking system of the global contemporary art scene – in relation to the issues of online visibility and big data in the contemporary art world. The study is based on an analysis of the device and the programmatic discourse of this web site, as well as interviews with key informants from Montreal's contemporary art world.

L'environnement numérique a suscité l'émergence de nouvelles formes de médiation et d'accès qui modifient sensiblement les conditions de valorisation des produits culturels. Le monde des arts visuels, relativement à l'abri d'un phénomène ayant d'abord touché le secteur des industries culturelles, connaît aujourd'hui lui aussi cette mutation. C'est particulièrement le cas de sa scène « contemporaine », où la création de valeurs économique et symbolique repose sur des processus éminemment spéculatifs. Comment rendre compte des conditions actuelles de visibilité, de notoriété et de réputation de ces artistes ? Comment comparer les modalités de construction de la valeur symbolique propres aux nouveaux intermédiaires numériques de l'art contemporain à celle des instances traditionnelles — les musées, entre autres ? Ces interrogations tout autant théoriques que pratiques mobilisent les concepts centraux de la sociologie de l'art et incitent à les renouveler par l'élaboration d'études empiriques. Cet article propose une analyse de la plateforme *ArtFacts.Net*, de son système de classement et de hiérarchisation des artistes, mis en perspective avec l'ensemble de l'écosystème des médiations de l'art contemporain. Il s'appuie sur une analyse du dispositif et du discours programmatique de ce site, ainsi que sur des entretiens auprès d'informateurs-clés du milieu de l'art contemporain. L'article s'interroge en conclusion sur les enjeux de visibilité en ligne pour les acteurs de l'art contemporain compte tenu de l'intrusion des données massives dans cet univers.

## **I. UNE NOUVELLE ÉCONOMIE DE L'ATTENTION ?**

Depuis une vingtaine d'années, de nouveaux espaces de construction de la visibilité, de la réputation et de la notoriété sur le Web ont acquis une influence grandissante. Ces dispositifs en ligne viennent émuler et concurrencer les dispositifs, instances et acteurs traditionnels de l'intermédiation culturelle (Roberge 2011). Si les intermédiaires traditionnels se sont fortement investis dans le développement de leur présence en ligne, de nouveaux intermédiaires nés avec le Web, tels *ArtFacts.Net*, *Artprice.com* ou *Artnet.com*, profitent à l'heure actuelle du passage d'une distribution contrôlée à la gestion de l'abondance pour justifier leur nouveau rôle de classification et de hiérarchisation des productions d'art contemporain. Amalgamant une quantité toujours grandissante de données structurées par des algorithmes de classement, ces nouveaux espaces de visibilité se réclament d'une nouvelle « économie de l'attention » (Franck 2014 [1993]). Le cas d'*ArtFacts.Net* est particulièrement significatif ; son système de classement des artistes basé sur la réputation invite à étudier dans quelle mesure ces conditions numériques affectent les processus de légitimation culturelle et de co-construction des valeurs symboliques. « Avez-vous déjà été submergé par la variété de la production en art contemporain ? » lit-on dans la présentation du site. « Voilà pourquoi nous avons entrepris de structurer la masse d'informations disponibles sur la production artistique contemporaine » (*ArtFacts.Net*). La plateforme offre des outils de mesure (son classement des artistes en est l'attrait central) et des outils de visualisation de la réputation, de manière à porter à l'attention des collectionneurs les artistes dont la courbe de valeur est la plus élevée ou ascendante. Agrégeant et synthétisant plusieurs bases de données (liste d'expositions, collections, œuvres et catalogues), *ArtFacts.Net* cherche à s'imposer de la sorte comme un acteur majeur d'un nouveau régime de visibilité, de recommandation et de prescription en ligne de l'art contemporain.

Dans quelle mesure cette nouvelle condition numérique perturbe-t-elle les régimes traditionnels de valorisation des produits culturels ? Cette numérimorphose ouvre en l'occurrence un nouveau chapitre dans la discussion, devenue centrale en sociologie, des tensions entre valeurs symboliques et valeurs économiques. Les questions de visibilité, de notoriété, de réputation, en lien avec l'analyse du marché et des institutions culturelles locales et internationales, s'y révèlent centrales. L'art contemporain a été depuis la fin du siècle dernier un objet privilégié de ce type de

questionnement (Heinich 2014 ; Quemin 2015). Les travaux récents sur les nouveaux régimes de recommandation et de prescription en ligne relancent ces questions, tant dans le monde francophone (Jeanpierre et Roueff 2014 ; Lizé et al. 2014 ; Menger 2013) qu'anglophone (Moor 2012 ; Smith Maguire et Matthews 2014), interrogeant notamment le rôle d'intermédiation culturelle que tiennent dorénavant les algorithmes (Roberge et Seyfert 2016). Dans ce contexte, l'hypothèse d'une nouvelle économie de l'*attention* – considérée comme ressource rare – relance la question classique en sociologie de la culture du lien entre valeurs économiques et symboliques. Le « revenu d'attention » évoqué par Franck ne rappelle-t-il pas directement en effet la notion bourdieusienne de « profit symbolique » ? En s'attachant au rôle que joue aujourd'hui une plateforme comme *ArtFacts.Net* et la manière dont elle est perçue par le milieu professionnel, notre étude propose d'étudier de manière plus systématique et empiriquement contextualisée l'impact culturel de ces nouveaux intermédiaires du Web.

## II. ARTFACTS.NET ET SES EFFETS PERFORMATIFS

Fondé au tournant des années 2000, *ArtFacts.Net* se veut le site d'information le plus exhaustif de l'ensemble des expositions artistiques de l'époque moderne. On peut lire sur leur site : « Notre mission est de documenter l'ensemble des expositions depuis le Salon des Refusés à Paris en 1863. ArtFacts.Net™ démontre que l'Histoire de l'art moderne peut être envisagée comme une Histoire des expositions » (*ArtFacts.Net*)<sup>1</sup>. La posture totalisante centrée sur les expositions se distingue des palmarès traditionnellement construits sur la valeur des ventes : « Ainsi, le système Artfacts.Net du monde de l'art est basé sur le point de vue des commissaires d'exposition (*curators*) et non sur celui des maisons d'enchères ou des marchands » (*ArtFacts.net*). Autre particularité, la valeur des artistes est estimée non seulement en fonction du nombre d'expositions, mais aussi du statut des lieux d'exposition : « l'internationalité » est à cet égard le facteur discriminant. « *Facts over gossips* » (*ArtFacts.Net*) sert ici à la fois de philosophie et de slogan. Comment définir ces « faits » ? Ce sont des données massives et mondialisées classifiées et hiérarchisées par des calculateurs et des algorithmes, en vue de pallier aux insuffisances du traitement et de l'appréciation humaines : « Aucun professionnel du monde de l'art ne peut aujourd'hui prétendre avoir une vue globale sur la carrière artistique de plus de 100.000 artistes, alors qu'une machine, elle le peut » (*ArtFacts.Net*). La logique régissant *ArtFacts.Net* repose ainsi sur les mathématiques, les algorithmes ou la « machine » (les expressions s'amalgament dans le discours de ses acteurs), entités proactives au sens où elles participent à créer cela même qu'elles ont pour tâches d'étudier. Dans la perspective des récents écrits en théorie sociologique et en sciences sociales algorithmiques, nous pourrions dire à la manière de Mackenzie qu'*ArtFacts.Net* est un « moteur et non une caméra » (2008), et qu'à ce titre il vient justifier sa propre existence – selon le principe de « légitimation par la performance » (Lash 2007).

Comment fonctionne la plateforme ? Son interface propose plusieurs sections et sous-sections informant notamment sur les expositions en cours (2 536 recensées en novembre 2017) et les établissements qui les tiennent (36 253 à la même date, répartis dans plus de 150 pays). Mais la section sans doute la mieux publicisée, et qui sert à justifier la « prouesse technologique », est celle des classements d'artistes, en particulier son « top 100 ». Établi à partir d'un recensement de près de 600 000 artistes en 2017, les critères pour assigner l'importance relative d'un artiste relèvent d'une série d'indicateurs associés à la signification dite internationale des expositions auxquelles il a

---

<sup>1</sup> Toutes les citations tirées du site *ArtFacts.Net* ont été traduites par nos soins de l'anglais.

participé au cours des cinq dernières années, compte tenu de la ville, des institutions, musées ou galeries, de leur prestige et celui de leurs coexposants<sup>2</sup>.

La logique est circulaire, ou à même de s'auto-engendrer : plus un artiste est coté, plus il expose dans des endroits cotés avec d'autres artistes réputés, leurs cotes respectives se renforçant mutuellement. Et l'inverse est aussi vrai : moins les lieux d'exposition et les co-exposants sont connus, moins l'artiste a de chances de se faire remarquer au classement, ceci s'appliquant particulièrement aux expositions collectives d'artistes plus jeunes ou œuvrant dans des écosystèmes périphériques. Ce principe circulaire s'inspire du modèle des géants du Web, *Google* et son *PageRank* en premier lieu (Cardon 2013). Le calcul de la « valeur » ou du « poids » relève de la scientométrie et de son principe d'influence mutuelle et de pointage en réseau (*networked scoring*), le « poids » d'un artiste étant directement corrélé à celui de ceux qui lui sont proches. Calculant de la sorte une mutualité de la réputation, l'enjeu d'*ArtFacts.Net* conduit au final à dégager la structure d'une nouvelle économie de l'attention : « le classement artfact ne juge pas le travail d'un artiste en particulier, il ordonne les artistes en fonction de *l'attention professionnelle* dont ils bénéficient. Ceci indique simplement au grand public dans quelle ligue tel artiste se situe aux yeux du milieu professionnel – ceci n'ayant aussi aucun rapport direct avec le succès économique de l'artiste. *ArtFacts.Net*<sup>™</sup> présuppose qu'il pourrait y avoir une corrélation entre la célébrité et l'argent, mais ce n'est pas le but principal » (*ArtFacts.Net*, 2005 : 2, nous soulignons). La valeur marchande des œuvres et des artistes, présentée comme un critère secondaire, est perçue comme une dérivée de l'attention qui, de ce fait, se voit octroyée une capacité de prédiction de la valeur artistique.

Procédant d'une « légitimation par la performance », d'une autojustification en action et par l'action, *ArtFacts.Net* s'appuie sur une promotion constante de son caractère innovant, cela sur au moins deux plans. Le premier, plutôt classique chez les agrégateurs du Web, concerne le principe de « scalabilité », à savoir la capacité à s'adapter à l'augmentation exponentielle des données, impliquant un traitement toujours plus étendu et poussé de ces données. *ArtFacts.Net* donne l'impression de n'avoir aucune limite dans sa capacité de traitement et d'agrégation. Le second plan relève d'une administration quantitative de la preuve : la multiplication des données témoigne de leur objectivité, ce qui recoupe à la fois la véracité, la neutralité et la « justesse » des données. Ces deux plans se trouvent souvent interreliés dans le discours : « Contrairement aux systèmes de classements traditionnels des artistes, celui d'*ArtFacts.Net*<sup>™</sup> représente une innovation en termes de portée et d'impartialité, offrant aux professionnels de l'art un outil permettant de suivre plus efficacement et plus précisément la carrière d'un artiste, tout en fournissant un aperçu des tendances esthétiques du monde de l'art à l'échelle mondiale » (*ArtFacts.Net*, nous soulignons). Autrement dit, la valeur d'*ArtFacts.Net* semble tenir tout entière dans sa capacité à suivre fidèlement l'évolution de la valeur dans le milieu artistique, en lien à celle de la visibilité réputationnelle des artistes.

La volonté de suivre fidèlement l'évolution du milieu implique par ailleurs une adaptation constante de l'instrument, et de ses paramètres. À cet égard, le problème est identique à celui de l'ensemble des plateformes Web : la nécessité de modifier périodiquement les paramètres de calcul a un impact sur les résultats de l'algorithme. Le travail dynamique de la plateforme procède de la sorte d'une objectivation relative plutôt que d'une objectivité absolue et comporte une bonne part d'incertitudes et d'imprécisions. Le promoteur de la plateforme fait lui-même cette mise en garde :

Notre classement est bon à connaître, mais *il ne doit pas être suivi aveuglément*. [...] L'ordinateur n'est pas snob, il ne sait pas ce qu'est le Tate Modern et n'a pas de préjugés défavorables aux galeries d'Afrique ; la machine gère tout de la même

---

<sup>2</sup> Pour une description détaillée de la méthodologie et des critères de classement voir *ArtFacts.Net* 2005.

manière. C'est pourquoi *artfacts.net* est *un argument*. 20 000 personnes l'utilisent plus de 200 fois par semaine, plusieurs professionnels en prennent connaissance, de nombreuses foires utilisent nos données (Periferic, 2008, nous soulignons).

Au final, la plateforme se présente donc avant tout comme un « argument ». Elle relève d'une logique discursive. Proche d'une logique bourdieusienne, sa légitimité tiendrait alors à la confiance que lui accordent ses utilisateurs réels ou potentiels, à la croyance partagée par les milieux culturels en la valeur de l'instrument. Qu'en est-il alors de ceux qui « suivent » ou pourraient suivre *ArtFacts.Net* ?

### III. ETHNOGRAPHIE EXPLORATOIRE DANS LE MILIEU DE L'ART CONTEMPORAIN MONTRÉALAIS

À l'été 2017, nous avons procédé à une série d'entretiens auprès d'un échantillon exploratoire d'informateurs-clés du milieu de l'art contemporain à Montréal. Quatre entretiens semi-directifs ont été menés avec une commissaire indépendante, un artiste, un galeriste et son assistante et une gestionnaire de collections, alors que les propos d'une conservatrice en institution muséale ont été obtenus par courriel. L'échantillon a permis de recueillir les perspectives contrastées d'acteurs occupant des positions différentes dans le monde de l'art contemporain à Montréal, avec pour objectif d'évaluer leur perception d'*ArtFacts.Net* et d'autres instances de visibilité en ligne. Le guide d'entretien abordait quatre thématiques : la perception des outils de classification en ligne ; leur influence sur la réputation des artistes ; l'importance de la visibilité en ligne dans le développement des carrières ; les rapports entre visibilité en ligne et hors-ligne.

Force est de constater que ce site demeure peu connu au sein de l'échantillon. En effet, une seule des personnes interrogées avait fréquenté le site, à une seule occasion. De fait, aucun de ces professionnels ne suit de palmarès ou de systèmes de hiérarchisation des productions artistiques, que ce soit les palmarès traditionnels publiés par les magazines d'art ou des palmarès électroniques comme ceux d'*ArtFacts.Net* ou *Artprice*. Plusieurs se montrent d'ailleurs critiques de cette pratique, la jugeant contraire aux logiques du monde de l'art. L'une des répondantes l'affirme à sa manière : « je défends des carrières, je ne défends pas des *rankings* ! ».

Tous les répondants identifient par ailleurs un certain nombre d'erreurs ou d'omissions portant sur les artistes avec lesquels ils travaillent régulièrement : des listes d'expositions incomplètes et des erreurs quant à la galerie représentant l'artiste affectent la crédibilité de l'outil et conduit à mettre en doute l'ensemble de la base de données. Certains s'interrogent en outre sur la neutralité du système de collecte et de hiérarchisation des productions, et suggèrent l'action de moyens financiers ou technologiques pour augmenter la visibilité d'un artiste : « J'ai beaucoup de difficulté à sortir le vrai du faux » nous confie cet artiste rencontré. « Qu'est-ce que je peux prendre là-dedans qui est vraiment intéressant ? Je pense qu'il y a moyen d'augmenter tout ça, la visibilité, [pour] manipuler les infos ».

Par ailleurs, les répondants expriment un niveau élevé de scepticisme face à la capacité de la technologie à comprendre et systématiser la complexité du développement des réputations en art contemporain. Selon eux, aucun algorithme, aussi perfectionné soit-il, ne peut remplacer une connaissance fine du milieu de l'art. L'échelle de l'entreprise ajoute à ce scepticisme, la visée internationale apparaissant inapte à saisir les particularités du contexte québécois et canadien, avec ses instances propres de confirmation de la qualité artistique. De plus, fait-on valoir, la réputation ne tient pas tant au poids de sa liste de lieux d'exposition qu'à l'équilibre entre différents types d'institutions et à la circulation de l'œuvre dans différents cercles de l'art contemporain, des dimensions qui échappent à *ArtFact.Net*. Aussi préfèrent-ils s'en remettre à leurs propres analyses, affirmant ne pas avoir besoin d'un tel instrument pour faire le travail. Plusieurs informateurs

contestent d'ailleurs le classement attribué à certains artistes. Ces spécialistes jugent généralement leurs analyses plus justes parce qu'elles prennent en compte un ensemble de facteurs importants, quoiqu'imprécis. L'un de ces critères centraux est le développement dans le temps d'une production artistique. Plusieurs affirment « suivre » des artistes afin d'être en mesure de juger l'évolution de sa « proposition esthétique » au fil du temps.

Le discours des personnes rencontrées pourrait par ailleurs s'inscrire en faux contre la philosophie du « *facts over gossips* » promu par *ArtFact.Net*. Le développement de la réputation dans le monde de l'art contemporain ne repose pas en effet sur une liste de faits ou d'accomplissements s'additionnant pour attribuer un score, mais plutôt sur un ensemble de perceptions, de discours et de rencontres non quantifiables. Ces spécialistes de l'art contemporain ne semblent pas fonder leurs analyses, et ultimement leurs choix professionnels, sur un ensemble de faits, mais davantage sur leurs convictions intimes, et l'expérience empirique : « Je n'ai pas besoin d'un site web qui va me dire le *ranking* d'un artiste. Je vais faire l'analyse moi-même » affirme la gestionnaire de collection. Et pour qui est à la recherche de faits, la liste des prix de vente d'*Artprice* ou d'*Artnet* constitue encore une base de données plus « objective » que celle de l'attention obtenue auprès du milieu de l'art international. Le prix ne sert quant à lui qu'à nourrir une analyse qui se veut beaucoup plus large et plus complexe. En somme, ces spécialistes doutent de l'utilité professionnelle de l'outil, le site étant d'abord perçu comme une curiosité. Si plusieurs affirment qu'ils y reviendront pour vérifier des changements aux profils d'artistes avec lesquels ils travaillent, aucun n'envisage d'en faire un outil de travail au quotidien.

La visibilité en ligne n'en est pas moins devenue une préoccupation constante. Tous les répondants reconnaissent l'importance d'être visible dans l'environnement numérique. L'artiste rencontré souligne à ce titre la pression exercée par le milieu de l'art : « [...] à un moment donné, il va falloir que je m'assoie et que je prenne du temps pour ça. Parce que ça a une réelle importance. [...] Pour une visibilité plus large, pour sortir du Québec, éventuellement, plus que je le fais là. Pour avoir une visibilité internationale. » Cette visibilité en ligne est désormais perçue comme un facteur majeur du développement des carrières, menant à des propositions d'expositions, à des ventes d'œuvres, à des recommandations. Des sites comme *ArtFacts.Net* ou *Artprice* ne semblent toutefois tenir qu'un rôle marginal sur ce plan, d'autres lieux de visibilité en ligne s'avérant plus déterminants. Aucun des répondants n'envisage dès lors corriger ou compléter les informations les concernant sur ces plateformes. Ils préfèrent placer l'effort sur des lieux destinés au grand public : les sites web des galeries et les sites personnels des artistes demeurent des lieux privilégiés, alors que les réseaux sociaux – notamment *Instagram* et *Facebook* – prennent de plus en plus d'importance sur le plan des stratégies de visibilité et de valorisation.

## CONCLUSION

Le cas d'*ArtFacts.Net* ne dissipe donc pas toute ambiguïté quant à l'influence réelle de ce nouveau type d'intermédiaire culturel. Il souligne néanmoins l'intrusion au sein des mondes de l'art d'un principe d'évaluation et de valorisation informatisée ou programmée des œuvres et des artistes qui, largement inspiré du fonctionnement du PageRank de *Google*, confronte cet univers à la gestion algorithmique des données massives. L'agrégateur en tire à la fois sa force et sa vulnérabilité. Quel rôle un palmarès automatisé peut-il tenir dans la structuration de la notoriété et de la réputation ? Quelle est sa légitimité en tant qu'instance de valorisation ? À qui s'adresse l'instrument ? Sa force tient sans doute au fait de produire une représentation, ou un artefact, d'une réalité macroscopique, mondialisée, en constante évolution, compte tenu de la visibilité relative des artistes au regard de leurs expositions. L'évolution du monde de l'art, qui contraint l'agrégateur à modifier périodiquement son mode de calcul, risque cependant d'en révéler tout l'arbitraire. Cette

perspective macroscopique semble aussi intéresser davantage les sociologues que les professionnels du milieu de l'art qui n'y voient qu'une curiosité sans utilité professionnelle. L'absence de Québécois au Top 100 n'est sans doute pas étrangère à ce désintérêt : l'instrument conçu en Allemagne apparaît à ce titre relativement biaisé en faveur des artistes de ce pays. Mais la réticence ou la méfiance envers la plateforme tient aussi plus globalement à la remise en cause des fondements d'une expertise traditionnellement basée sur la relation personnelle, empirique et locale avec les artistes et les œuvres. De ce point de vue, la réticence n'est pas tant liée au Web, et à la visibilité élargie qu'il promet (les acteurs rencontrés sont tous disposés à s'y montrer). Elle tient davantage au refus des palmarès, informatisés ou non. Il s'agit de ce point de vue non pas de refuser la nouveauté – les palmarès existent en art contemporain depuis longtemps déjà –, mais d'éloigner un bruit, ou une amplification, celle de l'extension continue dans ce secteur de pointe de la haute culture savante d'une logique de palmarès que l'on croit réservée à tort ou à raison à la culture de masse. *ArtFacts.Net*, plutôt que d'innover, n'amplifierait-il pas de la sorte une tendance déjà culturellement bien ancrée ?

## BIBLIOGRAPHIE

- ARTFACTS.NET, 13 janvier 2005, *Artist Ranking. Explanation of the system*, Londres, ArtFacts.Net Ltd., 14 p. [En ligne : <http://faculty.georgetown.edu/irvinem/visualarts/ArtMarket/ArtFacts-ArtistRanking-Formula-2005.pdf>]
- CARDON D., 2013, « Dans l'esprit du PageRank », *Réseaux*, 1(177), p. 63-95.
- FRANK G., 2014 [1993], « Économie de l'attention », dans Yves Citton (éd.), *L'économie de l'attention*, Paris : La Découverte, p. 55-72.
- HEINICH N., 2014, *Le paradigme de l'art contemporain. Structure d'une révolution artistique*, Paris : Gallimard.
- JEANPIERRE L., ROUEFF O. (éds.) (2014) *La culture et ses intermédiaires. Dans les arts, le numérique et les industries créatives*, Paris : Éditions des archives contemporaines.
- LASH S., 2007, « Power after Hegemony: Cultural Studies in Mutation? », *Theory, Culture and Society*, 24 (3), p. 55-78
- LIZÉ W., NAUDIER D., SOFIO S., (éds.), 2014, *Les stratégies de la notoriété. Intermédiaires et consécration dans les univers artistiques*, Paris : Éditions des archives contemporaines.
- MACKENZIE D., 2006, *An Engine, not a Camera: How Financial Models Shape the Market*, Cambridge : MIT Press.
- MENGER P.-M., 2013, « Valeurs incertaines, marché aux puces, ventes en ligne : comment s'assurer de la qualité ? », *Communications*, vol. 2, no. 93 : 147-172.
- MOOR L., 2012, « Beyond Cultural Intermediaries? A Socio-Technical Perspective on the Market for Interventions », *European Journal of Cultural Studies*, vol. 15, no. 5: 563-580.
- QUEMIN A., 2015, « Qui détient le pouvoir en art contemporain? », *Sociologie et Sociétés*, vol. 47, no. 2 : 39-64.



ROBERGE J., 2011, « The Aesthetic Public Sphere and the Transformation of Criticism », *Social Semiotics*, vol. 21, no. 3, p. 435-453.

ROBERGE J., SEYFERT R., 2016, « What are Algorithmic Cultures? », dans R. Seyfert, et J. Roberge (dirs), *Algorithmic Cultures. Essays on Meaning, Performance and New Technologies*, London : Routledge, p. 1-25.

SMITH MAGUIRE J., MATTHEWS J. (éds.), 2014, *The Cultural Intermediaries Reader*, London : Sage.

### **Sites Web**

*ArtFacts.net* : <https://www.artfacts.net/fr/> (consulté entre le 22 juin et 12 juillet 2017)

*Periferic* : <https://perifericbiennial.wordpress.com/2008/10/20/interview-with-with-marek-claassen-the-director-of-artfactsnet/> (consulté le 28 juin 2017)