

Les transformations du travail culturel à l'ère de l'intelligence artificielle. Revue de la littérature actuelle en sciences humaines et sociales

Maxime Harvey

Contexte et problématique

Il y a, depuis plusieurs mois au Québec, une prolifération de consultations, de débats et de manifestations publiques sur la capacité des IA à s'immiscer dans le monde des arts et de la culture. De ChatGPT (textes et images) à Sora 2 (vidéos) en passant par Suno (musique) et Eleven Labs (voix), l'IA dite générative soulève de nombreux enjeux : souveraineté culturelle, biais et dépendance, impacts environnementaux, désinformation, prolifération de contenus de piètre qualité (*AI slop*), etc. En particulier, l'IA est liée à une remise en question *structurelle* et de *bout en bout* du travail culturel, de la formation aux conditions de pratique, jusqu'à la rémunération. S'agit-il alors d'une forme de remplacement, d'une déqualification ou plutôt d'un processus d'augmentation du travail porteur de nouvelles opportunités ? Le problème est que peu de données permettent d'attester avec certitude de ces multiples possibilités. Chose certaine, la déferlante de l'IA générative dans les secteurs des arts et de la culture prend les allures d'un problème pernicieux (*wicked problem*) du moment où, comme le note Joelle Farchy, ses résultats « [...] concurrencent directement les créations humaines ayant servi à leur élaboration » (Farchy et Blain, 2025). Cette note de recherche vise à évaluer l'état de cette problématique à partir d'une revue de la littérature en sciences humaines et sociales, examinant comment l'IA générative remodèle le travail culturel à la fois comme activité significative (vocation et agentivité professionnelle) et comme chaîne de valeur économique (emplois, salaires, redistribution des rentes, etc.).

L'incertitude induite aujourd'hui par l'automatisation/ia-isation du secteur culturel s'inscrit dans un état relativement connu de la littérature scientifique, tant à l'échelle de la pratique individuelle qu'au niveau institutionnel. En France, par exemple, le sociologue Pierre-Michel Menger (2009) a fait de cette incertitude le moteur du travail créatif ; en effet, la valorisation de l'originalité et de l'innovation en culture conduit à explorer des chemins ambigus plutôt qu'à privilégier la productivité et l'efficacité. Aux États-Unis, Alison Gerber (2017) a décrit comment l'idée de la création comme « travail » a tendanciellement institutionnalisé la valeur monétaire des objets artistiques et des heures passées à les produire, et ce, dans un contexte plus large d'industrie et de capitalisme culturels où « nobody knows anything » (Goldman, 1983). Ce que cette littérature permet ainsi de comprendre, c'est comment l'évolution historique du travail créatif est inséparable de multiples formes de normalisation de l'incertitude et d'adaptations circonstanciées, y compris quant à la force perturbatrice de la technologie (Banks *et al.*, 2013 ; Mirrlees, 2025). Si parfois les outils d'IA servent à faire face à l'incertitude, par exemple grâce à leurs algorithmes de prédiction et de recommandation (Chow, 2020), il importe aussi de noter l'ensemble des effets délétères de l'IA, qui amènent notamment les artistes à réfléchir et à critiquer les transformations induites (Feher, 2025).

Afin de situer ce moment d'incertitude technologique ici et maintenant et de montrer comment la problématique de la perturbation, de la redistribution et de l'adaptation de la chaîne de valeur en culture s'organise au Québec aujourd'hui, trois thèmes ont été identifiés dans la littérature scientifique. Tour à tour, il s'agira de voir comment les enjeux de *l'après-industrialisation de la création*, de *la datafication des pratiques créatives* et de *la globalisation des industries créatives* y sont traités.

État de la littérature en sciences humaines et sociales

L'IA et l'après-industrialisation de la création

La question première, celle qui anime toutes les recherches analysées, tient à ceci : que peut venir *faire* l'IA en art et en culture ? Quelle peut être sa part d'agentivité dans le travail créatif et comment, de fait, cette dernière notion en vient-elle à être fondamentalement chamboulée ? Des chercheurs comme Garcia, par exemple, resituent aujourd'hui la « créativité » au sein d'un complexe *hybride* de travail créatif (2024), alors que d'autres parlent de « travail augmenté » (Bender, 2025). La créativité est ainsi reconceptualisée pour passer d'un état de capacité *individuelle*, propre à une définition humaniste, à une *pratique sociale et technique*, à la fois désincarnée et distribuée. Cette nouvelle conception a un double effet sur la relation humain-machine. D'un côté, la créativité de l'esprit humain semble perdre de sa superbe pour ne devenir qu'un maillon dans une chaîne plus longue et complexe. De l'autre, les technologies d'IA semblent se perfectionner ou « s'humaniser » en apprenant à interagir avec la musique, le cinéma, la littérature, etc. La création avec l'IA amène ainsi à un nouvel « assemblage créatif » qui est à questionner, entre autres, parce que les algorithmes y sont resitués comme artefacts culturels dans un contexte de production et d'usage (Shelby *et al.*, 2024).

En décrivant différents types de production culturelle en tant que « co-création », l'enjeu de la créativité devient le point focal de l'organisation de tout travail avec l'IA (Grilli et Pedota, 2024 ; Wingström *et al.*, 2024). Pour la culture, cette redéfinition du travail créatif resitue l'artiste et l'artisan par rapport aux institutions culturelles. Et puisque le plus souvent les IA sont propriétaires, cela fait en sorte de changer en profondeur la trame économique des « industries créatives » (Celis Bueno *et al.*, 2024). En effet, la création assistée par l'IA redéfinit les rapports entre le travail (*labour*) et le capital (propriété intellectuelle et investissement) ; il ne s'agit plus d'accumuler le capital grâce à la standardisation et à la routinisation des processus, mais en spéculant sur la valeur des *outputs* et sur la capacité des uns et des autres d'accaparer cette valeur. Pour les travailleurs de ces industries, de nouvelles manières de faire émergent : chercher et apprendre à utiliser de nouveaux outils pour gagner du temps, changer d'emplois plus souvent et tenter de comprendre les enjeux stratégiques de ce nouveau monde (Mårtensson et Norma, 2025). Paradoxalement, si plusieurs types de travail deviennent « créatifs » et demandent au travailleur de penser « hors de la boîte », l'automatisation de la création engendre également de nouvelles formes de division du travail où plusieurs travailleurs culturels sont amenés à privilégier un travail clérical, non créatif (Lee, 2022).

Alors que la valorisation de la création est rejouée à chaque phase d'innovation technologique (Gaudreault et Marion, 2023), les travaux relatifs à l'IA soulignent la prépondérance des enjeux de propriété intellectuelle et de droit d'auteur, en particulier lors de l'entraînement des modèles d'IA. Quelle est la différence entre s'inspirer, reproduire et copier ? Pour les promoteurs du *fair use*, l'IA générative n'offre pas de copie de l'œuvre des artistes, mais, plus abstraitement, de leur style (Kaye *et al.*, 2025). L'incertitude quant au droit d'auteur mène ainsi à reconsidérer fondamentalement des formes de protection des travailleurs et de l'usufruit de leur travail ; certes, les droits et la propriété des œuvres culturelles en tant que capital pour les artistes sont remis en question, mais il existe aussi un effort visant à trouver de nouvelles formes de revenus et de monétisation de leur travail (Duffy *et al.*, 2019). Des chercheurs appellent, par exemple, à évaluer la quantité de travail liée à la rédaction de *prompts* et à la curation des contenus afin que le droit d'auteur s'applique aux œuvres générées par l'IA (Glenster *et al.*, 2025). D'autres explorent la conception d'ententes ou encore de licences entre entreprises technologiques et culturelles, s'appuyant sur le principe des 4C (*consent, control, compensation, et credit*) ou A.R.T. (autorisation, rémunération et transparence), non pas pour combattre la mise en données inhérente à la conception des outils d'IA, mais comme moyen de résistance à la précarité des travailleurs culturels en leur accordant une plus grande agentivité (Berg *et al.*, 2025 ; Lee *et al.*, 2024).

Si l'ensemble des conditions de pratique et de propriété change avec l'incursion de l'IA générative dans les industries créatives, ce changement de bout en bout affecte jusqu'aux enjeux de formation et de représentation des travailleurs culturels. En amont, la question de la formation est ambivalente et incertaine, dans la mesure où une valse-hésitation entre l'enseignement des savoirs techniques et ceux davantage réflexifs se dessine (Hall et Kunze, 2024). En effet, les transformations sectorielles induites par l'IA favorisent la passation de nouvelles compétences transversales, telles que la créativité, l'esprit critique et la résolution de problèmes (Bae-Dimitriadis, 2024 ; Heaton, 2025). En design graphique, par exemple, l'enseignement porte de plus en plus sur l'analyse des tendances et la narration graphique (Hwang et Wu, 2025), sur des compétences relationnelles telles que la négociation et la facilitation (Matthews *et al.*, 2023), ainsi que sur l'acquisition de compétences « createch », transversales à la création et à la technologie (Bakhshi *et al.*, 2019).

Avec la formation en continu, le partage de connaissances n'est plus uniquement une affaire scolaire. Plusieurs chercheurs proposent ainsi de renforcer l'éducation par les pairs, notamment au sein des organisations, par un apprentissage entre les employés (Frost et Vargas, 2024 ; Tyni *et al.*, 2025). Il existe cependant une inégalité dans le transfert organisationnel des connaissances entre les grandes firmes et les PME, d'où la mise en œuvre d'autres tactiques visant à favoriser la diffusion de la connaissance dans le secteur culturel, telles que la collaboration entre institutions culturelles et technologiques (Bureau du cinéma et de la télévision du Québec, 2021 ; Jin, 2024). Deux types d'hybridation de l'éducation sont aussi proposés : par les communautés en ligne (Heigl, 2025 ; Kim *et al.*, 2025) et par le co-enseignement avec l'IA elle-même (Heaton, 2025 ; Mollick, 2024). Dans une version mineure, pragmatique, l'IA est un moyen de personnaliser l'enseignement (Kim, 2024 ; Pavlik et Pavlik, 2024). Dans sa version majeure, l'IA est intégrée à une révision radicale de l'enseignement des métiers créatifs, notamment en la combinant à la réalité virtuelle ou augmentée (Manitsaris *et al.*, 2025 ; Mollick, 2024). Dans sa version mitoyenne, enfin, certains appellent à une éducation hybride entre l'enseignement par la machine (*generativism*) et par les pairs (*intelligent communities*) (Pratschke, 2024).

La question de ce qui advient en aval n'est pas moins compliquée, là où des enjeux de nature éthique et politique peuvent être soulevés (dite question politique qui sera également discutée à la fin du présent document). Au sujet de l'application de l'« IA responsable » à la BBC, Cools a par exemple constaté un écart entre ce principe et les valeurs universelles qu'il charrie, d'une part, et les pratiques au jour le jour des travailleurs de l'organisation, de l'autre ; Cools soutient par ailleurs que cet écart ne peut être comblé que par une définition claire des rôles et des responsabilités de chacun (2025). Idem au Québec, l'exemple de l'« art est humain » (L'Art est humain - Manifeste pour la défense de la création authentique, 2025), montre certes une volonté d'équité et de mise en avant de la valeur du travail des créateurs, mais défendre ce principe face à la redistribution de la créativité entre l'humain et l'IA semble ne pouvoir se faire sans revoir les rôles et responsabilités des travailleurs culturels qui utilisent cette technologie dans leur pratique.

L'IA et la datafication des pratiques créatives

Une grande partie de la littérature traitant des liens entre l'industrie de l'IA et les industries créatives relève de l'économie politique et s'intéresse principalement aux enjeux de pouvoir et de contrôle. Dans les études sur les plateformes et la *datafication*, par exemple, plusieurs abordent le problème de la concentration des ressources en capital (Alexander, 2025), en infrastructures matérielles (van der Vlist *et al.*, 2024) et en données (Valdivia, 2025) par les entreprises de la *tech*, notamment les GAFAM. Pour le dire succinctement, ces entreprises agissent aujourd'hui en tant que « master switch » (Wu, 2011) ou gare de tri de tous les contenus, y compris les contenus culturels québécois. La prescription ia-isée est ainsi une affaire de concentration économique de la découvrabilité ; dite concentration exerçant un contrôle symbolique sur ce qui est mis en visibilité, accessible en ligne et prêt à être monétisé (Valtysson, 2022).

Du travail de classification des données (Romele et Severo, 2023) jusqu'aux usages de l'IA générative par le *prompt engineering* (Vainikka *et al.*, 2025), de nouvelles formes de travail numérique et créatif émergent qui demeurent toujours dans une certaine dépendance par rapport aux industries de l'IA. Des chercheurs se penchent, par exemple, sur l'opérationnalisation sociotechnique de cette boucle de rétroaction algorithmique (l'évolution rapide des différentes versions de modèles) et ses effets sur les travailleurs culturels, notamment sur l'absence d'explication des mécanismes de l'IA et sur son caractère de « boîte noire » (Eriksson *et al.*, 2019). D'autres chercheurs s'intéressent, quant à eux, à la production de sens par les usagers, à la fois sur ce qu'ils créent et sur ce qu'ils imaginent être le fonctionnement des outils, modèles et plateformes ia-isées (Kofler *et al.*, 2024). Se profile ainsi une *nouvelle forme de critique*, traitant des conditions économiques de l'art et de la culture, entre l'individualisation des créateurs en compétition et la collectivisation de la résistance face à ces plateformes, alliant la précarisation des créateurs à, justement, ce qui pourrait être leur émancipation conjointe (Duffy *et al.*, 2019).

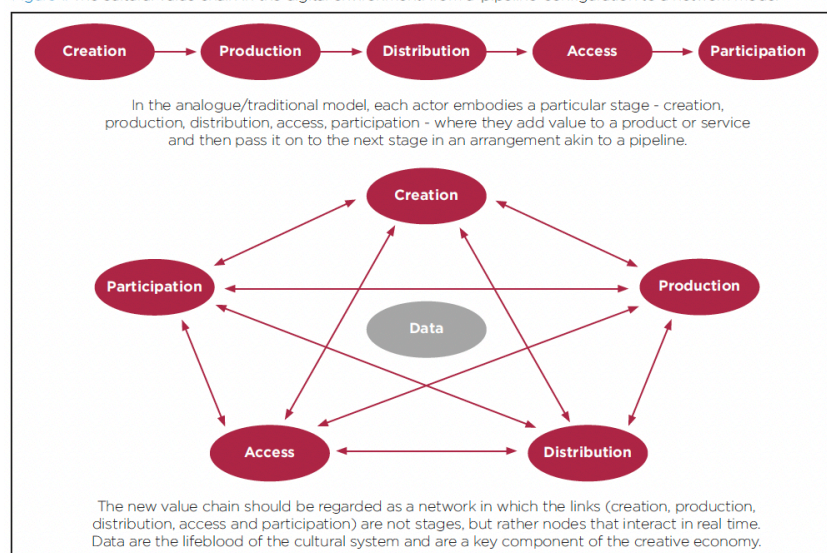
Mirrlees (2025) conceptualise l'IA générative comme une « technologie d'économie de main-d'œuvre » (labor-saving technology) au sein d'une longue chaîne de technologies similaires intégrées par le passé aux industries culturelles. Selon lui, l'intégration de ce type d'outil dans un système capitaliste aurait toujours les mêmes effets sur le travailleur : déqualification, dépendance aux outils, déplacement du travail, dépression et développement obligé par le perfectionnement ou la requalification. S'il est possible de réduire la main-d'œuvre dans la gestion macrosectorielle de la culture avec l'IA, Chow et Celis Bueno (2025) ajoutent que son usage entraîne généralement davantage de travail pour ceux qui demeurent à l'emploi, souvent invisible et peu rémunéré. Encore ici, un certain *plan d'incertitude* réapparaît quant à la *valeur du travail*. Toute cette question de l'automatisation du travail créatif est ainsi liée à une évaluation et une classification constantes des tâches comme « significatives » et des postes comme « remplaçables » ou non pour telle ou telle organisation culturelle, ainsi que ce qui est catégorisé comme un « artiste » ou un « travailleur » aux yeux des institutions culturelles. Le défi est de trouver des modèles d'organisation du travail où l'IA ne remplace ni ne déplace le travailleur quant aux tâches catégorisées comme « significatives » pour la création. Il s'agit soit d'augmenter le travail en bonifiant les compétences (Bender, 2025 ; Caballero et Sora-Domenjó, 2024), soit, plus abruptement, de le sauver de l'aliénation. D'où justement cette autre valse-hésitation entre espoir et inquiétude : la peur de l'IA chez les travailleurs culturels n'est pas seulement liée à la possibilité de pertes d'emploi dues à l'automatisation, mais aussi à la perte de contrôle sur l'expression créative dans la production de contenus culturels (AbuMusab, 2024).

La littérature sur les usages des plateformes collaboratives est, quant à elle, plus positive. De nombreux outils d'IA générative permettant de voir la génération de contenus par d'autres usagers impliquent également une *mise en visibilité* de ces usages. C'est le cas notamment dans une infrastructure de la connaissance participative comme Wikipédia (avec les citations et l'historique, par exemple), alors que c'est moins le cas avec les LLM intégrés à des agents conversationnels, fournissant des sources vagues ou même trompeuses et peu d'explications réflexives sur le processus de génération (Geiger *et al.*, 2024 ; McDowell, 2024). Cette inscription de la visibilité des usages a et continuera d'avoir un impact sur la représentation des travailleurs culturels. Par exemple, Mike Ananny s'est intéressé au journalisme et à l'édition littéraire en décrivant l'enjeu de la publicisation du travail exercé par les humains et par la machine : qui signe quoi avec quel crédit et quelle mention (2024). Reynolds et Hallinan, pour leur part, ont étudié l'engagement des créateurs en tant que parties prenantes de la gouvernance algorithmique et comment ceux-ci peuvent coordonner des actions pour attirer l'attention sur des préoccupations publiques (Reynolds et Hallinan, 2024).

L'IA et la globalisation des industries créatives

Poursuivant l'idée d'une cartographie globale de la chaîne de production de l'IA (Crawford, 2022), des chercheuses proposent d'appliquer cette approche au travail créatif en passe d'ia-isation (Arora, 2024 ; Natale *et al.*, 2025). Cette cartographie permettrait de visualiser un ensemble de problèmes liés à la globalisation, notamment l'homogénéisation des pratiques créatives. En effet, un récent rapport d'un groupe d'experts indépendants mandatés par l'UNESCO souligne la concomitance de trois phénomènes : la démocratisation de la création est liée à une iniquité grandissante entre créateurs; l'efficacité de la production et de la distribution est liée à une consolidation des moyens de création, de même l'abondance d'opportunités d'accès à la culture et à la participation culturelle est liée à une uniformisation-américanisation culturelle (Independent Expert Group on AI and Culture, 2025, p. 32). Ces enjeux viendraient ainsi avec une reconfiguration importante de la chaîne de valeur culturelle, passant d'un modèle de pipeline unidirectionnel à une configuration plus complexe et réseautique (voir à ce propos la figure 1 ci-bas). En s'inscrivant au sein d'un nouveau type d'oligopole, les données et l'IA ne sont plus seulement des outils, mais forment une infrastructure épistémique intégrant une asymétrie de pouvoir structurelle au sein d'un écosystème mondialisé. La production et la curation algorithmiques soulèvent alors des enjeux importants liés à la souveraineté, au pluralisme et à la démocratisation de la culture (Jin, 2024).

Figure 1. The cultural value chain in the digital environment: from a 'pipeline' configuration to a network model



UNESCO. 2025. Rapport du groupe d'experts indépendants sur l'intelligence artificielle et la culture

Pour différentes autrices issues de perspectives décoloniales, féministes et anti-capacitistes, l'établissement de standards entre les cultures n'est possible qu'à condition de reconnaître et de récompenser le travail créatif issu de la diversité culturelle et de la majorité globale (Arora et Natale, 2025 ; Chateau *et al.*, 2025). De plus, la globalisation appelle à un regard critique sur les logiques algorithmiques des plateformes qui modèlent la représentation des races, des genres et des identités invisibilisés à partir de biais historiques naturalisés dans les données (Elam, 2022 ; Gillespie, 2024). Ajoutant aux biais algorithmiques la question de l'exploitation des travailleurs du clic, c'est bien une multitude d'enjeux qui sont contestés par la critique de l'IA, qu'elle soit d'origine intellectuelle ou artistique (Allard, 2021 ; Guèvremeont et Brin, 2024).

Certains chercheurs voient dans l'IA générative une nouvelle ère de transformations médiatiques et sociales à l'échelle globale, en continuité avec la radio et la télévision, qui ont permis une communication de masse en direct, et avec Internet et les médias sociaux numériques, qui ont démocratisé la création et la diffusion de contenus. Cette nouvelle ère médiatique touche particulièrement la création et défie les notions d'auteur et de propriété (Mishra *et al.*, 2024). Une cartographie de l'économie politique globalisée souligne particulièrement les inégalités entre les travailleurs face à la technologie, mais aussi quant à la valorisation de la création : au Sud, l'apport en autonomie des travailleurs culturels, soi-disant facilitée par l'automatisation de tâches complexes par l'IA, risque fort probablement de demeurer indissociable de leur précarité; au Nord, la flexibilisation du travail culturel construit comme « cool » risque aussi de garder les marques d'un désavantage lorsque lié à la marchandisation du travail réalisé par des créateurs autonomes qui ne sont pas protégés par des avantages sociaux offerts par leur employeur ou qui travaillent dans des petites entreprises délocalisées afin de contourner les conventions collectives locales (Erickson, 2024). *In fine*, les travailleurs culturels, intégrés à des écosystèmes organisationnellement et géographiquement dispersés, ne partageant ni les mêmes valeurs ni les mêmes besoins de régulation aux niveaux national et international, peinent encore à former une coalition globale (Garcia Leiva, 2024).

Sommaire et enjeux à surveiller

Si l'évaluation du travail est normalisée dans les pratiques courantes des individus, organisations et institutions culturelles, l'IA est discutée comme une source d'incertitude hors de l'ordinaire dans les multiples consultations qui ont lieu actuellement au Québec: elle menace de concurrencer les créateurs sur leur propre terrain, alors que les dépenses pour son utilisation augmentent sans que les revenus et les gains en productivité pour ceux qui en font usage ne suivent nécessairement ces investissements. À la lumière de la littérature, la réévaluation actuelle du travail culturel à l'aube de l'ia-isation de la création s'inscrit et pousse à de nouvelles limites trois processus qui se développent depuis des années :

Premièrement, *l'après-industrialisation de la création*, est incarnée aujourd'hui dans ce que tous appellent et critiquent les « industries créatives et culturelles ». S'y trouve une redéfinition, d'un côté, de la créativité par rapport à la relation humain-machine et, de l'autre, de la création par rapport à la relation travailleur-institution culturelle. Avec l'IA, l'artiste est moins auteur de son œuvre que co-créateur d'un produit intellectuel et, en tant que travailleur, doit être flexible, adaptable et entrepreneur, sachant valoriser son art grâce à ses compétences relationnelles plutôt qu'à ses compétences techniques.

Deuxièmement, la *datafication* des pratiques créatives concentre les moyens de production, des données jusqu'aux infrastructures de calcul, chez quelques géants des technologies, ce qui a un effet direct sur le travail des créateurs : d'abord sur ce qu'ils s'imaginent pouvoir faire de l'IA générative, mais surtout, ensuite, sur la mise en visibilité de leur travail, c'est-à-dire la possibilité de le diffuser et de le monétiser.

Troisièmement, la *globalisation des industries créatives* réorganise la chaîne de valeur en culture, renforçant les inégalités des travailleurs à travers le monde et l'homogénéisation des productions culturelles. À la hiérarchisation conventionnelle en culture entre l'au-dessus (les producteurs et créateurs) et l'en-dessous (les techniciens) de la ligne de production (Mayer, 2011) s'ajoute une nouvelle couche inférieure, constituée des travailleurs du clic et d'autres contributeurs faisant des systèmes d'IA de soi-disant machines à automatisation.

Au final, ces trois processus de réévaluation de la chaîne de valeur du travail culturel, exacerbés par l'IA, constituent un enjeu majeur pour la représentation et la mobilisation des créateurs. Une approche de la gouvernance de l'IA « par le bas » montre comment les travailleurs culturels négocient collectivement les changements technologiques en inscrivant l'IA dans le cadre des ententes collectives, tout en déployant leur pouvoir discursif par le slogan et l'usage stratégique des médias sociaux – notamment pendant la grève d'Hollywood en 2023 (Ertan *et al.*, 2021 ; Grohmann *et al.*, 2025). Les débats sur la ratification des ententes collectives et l'appui à de nouvelles politiques publiques illustrent cependant que les syndicats ne constituent jamais une unité homogène (p. ex. stars vs figurants, Thomas, 2024). Il s'y joue donc de multiples tensions autour de la représentation des travailleurs, des intérêts patronaux et de l'intervention législative issue de la redéfinition du travail créatif dans cette nouvelle ère technologique (Molina *et al.*, 2023 ; Press, 2024).

L'enjeu qui doit être abordé aujourd'hui n'est pas tant de savoir comment former une coalition de tous les travailleurs, de tous les secteurs et de tous les pays confondus, que de garantir une représentation adéquate : une représentation culturelle, politique, mais aussi juridique, axée sur la reconnaissance et la propriété du travail créatif, sur l'expression et sa valorisation, ainsi que sur l'agentivité de l'artiste (Crawford et Schultz, 2024). Face à l'*après-industrialisation*, à la *datafication* et à la *globalisation du travail créatif*, prise avec tous les effets de l'IA, de la formation aux transformations de la chaîne de valeur en culture jusqu'à la rémunération des travailleurs culturels, cette représentation est essentielle pour valoriser le travail accompli au Québec par une diversité d'artistes et d'artisans.

Bibliographie

- AbuMusab, S. (2024). Generative AI and human labor: who is replaceable? *AI & SOCIETY*, 39(6), 3051-3053. <https://doi.org/10.1007/s00146-023-01773-3>
- Alexander, A. W. (2025). Data and AI mystification: Ownership, control, and financialization in the platform. *Big Data & Society*, 12(3), 20539517251355617. <https://doi.org/10.1177/20539517251355617>
- Allard, L. (2021). L'art peut-il résister aux robots et à l'intelligence artificielle ? *NECTART*, 12(1), 146-153. <https://doi.org/10.3917/nect.012.0146>
- Ananny, M. (2024). Making Generative Artificial Intelligence a Public Problem. Seeing Publics and Sociotechnical Problem-Making in Three Scenes of AI Failure. *Javnost - The Public*, 31(1), 89-105.
- Arora, P. (2024). Creative data justice: a decolonial and indigenous framework to assess creativity and artificial intelligence. *Information, Communication & Society*, 0(0), 1-17. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2420041>
- Arora, P. et Natale, S. (2025). Situating AI: Global media approaches to artificial intelligence. *Media, Culture & Society*, 47(5), 1007-1011. <https://doi.org/10.1177/01634437251341702>
- Bae-Dimitriadis, M. (2024). Teaching Visual Culture in the New Digital Mediascape: Generative Artificial Intelligence. *Art Education*, 77(4), 4-7. <https://doi.org/10.1080/00043125.2024.2362119>
- Bakhshi, H., Djumalieva, J. et Easton, E. (2019). *The Creative Digital Skills Revolution*.
- Banks, M., Gill, R. et Taylor, S. (dir.). (2013). *Theorizing Cultural Work: Labour, Continuity and Change in the Cultural and Creative Industries*. Routledge.
- Bender, S. (2025). Generative-AI, the media industries, and the disappearance of human creative labour. *Media Practice and Education*, 26(2), 200-217. <https://doi.org/10.1080/25741136.2024.2355597>
- Berg, J., Gmyrek, P., Licata, M., Gwonyaya, T. et Sánchez, F., Scaiano, Martín. (2025). Generative AI and the media and culture industry. ILO. <https://doi.org/10.54394/FOSL3256>
- Bureau du cinéma et de la télévision du Québec. (2021). Impact de l'Intelligence Artificielle sur la main d'oeuvre en effets visuels et en animation. https://bctq.ca/wp-content/uploads/2022/02/BCTQ_Impact-de-lIA-sur-la-MO-en-VFX-Animation-Etat-des-lieux-et-plan-daction-Fevrier-2022.pdf
- Caballero, J. et Sora-Domenjó, C. (2024). Automation and creativity in AI-driven film editing: the view from the professional documentary sector. *Communication & Society*, 201-218. <https://doi.org/10.15581/003.37.3.201-218>
- Celis Bueno, C., Chow, P.-S. et Popowicz, A. (2024). Not "What", But "Where is Creativity?": Towards a Relational-materialist Approach to Generative AI. *AI & Society*. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01921-3>
- Chateau, L., Arora, P. et Herman, L. (2025). Cross-cultural approaches to creative media content in the age of AI. *Media, Culture & Society*, 47(5), 1012-1027. <https://doi.org/10.1177/01634437251328188>
- Chow, P.-S. (2020). Ghost in the (Hollywood) Machine: Emergent Applications of Artificial Intelligence in the Film Industry. *NECSUS European Journal of Media Studies*, 9(1), 193-214.
- Chow, P.-S. et Celis Bueno, C. (2025). The cloak of creativity: AI imaginaries and creative labour in media production. *European Journal of Cultural Studies*, 1-10. <https://doi.org/10.1177/13675494251322991>
- Cools, H. (2025). Navigating the responsible AI landscape: unraveling the principles-to-practices gap of transparency and explainability at the BBC. *Information, Communication & Society*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2025.2553382>
- Crawford, K. (2022). *Atlas of AI: Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence*. Yale University Press.
- Crawford, K. et Schultz, J. (2024). The Work of Copyright Law in the Age of Generative AI. *Grey Room*, (94), 56-62. https://doi.org/10.1162/grey_a_00389
- Duffy, B. E., Poell, T. et Nieborg, D. B. (2019). Platform Practices in the Cultural Industries: Creativity, Labor, and Citizenship. *Social Media + Society*, 5(4), 2056305119879672. <https://doi.org/10.1177/2056305119879672>
- Elam, M. (2022). Signs Taken for Wonders: AI, Art & the Matter of Race. *Daedalus*, 151(2), 198-217. https://doi.org/10.1162/daed_a_01910
- Erickson, K. (2024). AI and work in the creative industries: digital continuity or discontinuity? *Creative Industries Journal*, 0(0), 1-21. <https://doi.org/10.1080/17510694.2024.2421135>
- Eriksson, M., Fleischer, R., Johansson, A., Snickars, P. et Vonderau, P. (2019). *Spotify Teardown: Inside the Black Box of Streaming Music (Illustrated edition)*. The MIT Press.
- Ertan, G., Siciliano, M. D., McGrath, E. C. et McGrath, M. (2021). Social Networks and Strike Participation: A Dynamic Analysis of the Hollywood Writers Strike. *British Journal of Industrial Relations*, 59(4), 1108-1130. <https://doi.org/10.1111/bjir.12584>
- Farchy, J. et Blain, B. (2025). Rapport de mission sur la rémunération des contenus culturels utilisés par les systèmes d'IA - Volet économique. Ministère de la Culture. <https://www.culture.gouv.fr/nous-connaître/organisation-du-ministere/Conseil-superieur-de-la-proprete-litteraire-et-artistique-CSPLA/travaux-et-publications-du-cspla/missions-du-cspla/le-cspla-publie-le-rapport-de-mission-relative-a-la-remuneration-des-contenus-culturels-utilises-par-les-systemes-d-intelligence-artificielle>
- Feher, K. (2025). *Generative AI, Media, and Society*. Routledge.
- Frost, S. et Vargas, L. (2024). Cultural work, wellbeing, and AI. *European Journal of Cultural Management and Policy*, 14, 12825. <https://doi.org/10.3389/ejcmp.2024.12825>
- Garcia Leiva, M. T. (2024). Audiovisual prominence and discoverability in Europe: Stakeholders' alliances under construction. *Convergence*, 13548565241260490. <https://doi.org/10.1177/13548565241260490>
- Garcia, M. B. (2024). The Paradox of Artificial Creativity: Challenges and Opportunities of Generative AI Artistry. *Creativity Research Journal*, 0(0), 1-14. <https://doi.org/10.1080/10400419.2024.2354622>
- Gaudreault, A. et Marion, P. (2023). *Cinéma et numérique : les avatars d'une révolution*. Création Collective au Cinéma, (7), 17-50.
- Geiger, R. S. (2017). Beyond Opening up the Black Box: Investigating the Role of Algorithmic Systems in Wikipedian Organizational Culture. *Big Data & Society*, 4(2), 2053951717730735. <https://doi.org/10.1177/2053951717730735>
- Geiger, R. S., Tandon, U., Gakhokidze, A., Song, L. et Irani, L. (2024). Making Algorithms Public: Reimagining Auditing from Matters of Fact to Matters of Concern. *International Journal of Communication*, (188), 634-655.
- Gerber, A. (2017). *The Work of Art: Value in Creative Careers*. Stanford University Press. <https://doi.org/10.1515/9781503604032>
- Gillespie, T. (2024). Generative AI and the Politics of Visibility. *Big Data & Society*, 11(2), 20539517241252131. <https://doi.org/10.1177/20539517241252131>
- Glenster, A. K., Hampton, L., Neff, G. et Lacy, T. (2025). AI, Copyright, and Productivity in the Creative Industries. *Minderoo Centre for Technology and Democracy*.
- Goldman, W. (1983). *Adventures in the screen trade: a personal view of Hollywood and screenwriting*. Warner Books.
- Grilli, L. et Pedota, M. (2024). Creativity and artificial intelligence: A multilevel perspective. *Creativity and Innovation Management*, caim.12580. <https://doi.org/10.1111/caim.12580>

Grohmann, R., Rocha, Andre Campos et and Guilherme, G. (2025). Worker-led AI governance: Hollywood writers' strikes and the worker power. *Information, Communication & Society*, 0(0), 1-19. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2025.2521375>

Guèvremont, V. et Brin, C. (2024). Intelligence artificielle, culture et médias. Presses de l'Université Laval. <https://doi.org/10.1515/9782763758787>

Hall, K. et Kunze, P. C. (2024). Teaching with/around AI. *The Journal of Cinema and Media Studies*, 63(8). <https://doi.org/10.3998/jcms.18261332.0063.801>

Heaton, R. (2025). Making Peace with Artificial Intelligence (AI) in Art Education. *International Journal of Art & Design Education*, n/a(n/a). <https://doi.org/10.1111/jade.12614>

Heigl, R. (2025). Generative artificial intelligence in creative contexts: a systematic review and future research agenda. *Management Review Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/s11301-025-00494-9>

Hwang, Y. et Wu, Y. (2025). Graphic Design Education in the Era of Text-to-Image Generation: Transitioning to Contents Creator. *International Journal of Art & Design Education*, 44(1), 239-253. <https://doi.org/10.1111/jade.12558>

Independent Expert Group on Artificial Intelligence and Culture. CULTAI_Report of the Independent Expert Group on Artificial Intelligence and Culture (final online version) 1. 2025.

Jin, D. Y. (2024). AI in cultural production in the Korean cultural industries. *Telematics and Informatics Reports*, 13, 100113. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100113>

Kaye, D. B. V., Pappalardo, K. et Gray, J. (2025). In the style of: exploring industry, creator and legal implications of copying style through generative AI. *Information, Communication & Society*, 0(0), 1-17. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2025.2496905>

Kim, S., Di Novo, S., Lee, H.-K. et Warner, K. (2025, janvier). Public Engagement with Culture Online and Generative AI.

Kim, S. J. (2024). Generative Artificial Intelligence in Collaborative Ideation: Educational Insight From Fashion Students. *IEEE Access*, 12, 49261-49274. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2024.3382194>

Kofler, I., Moussaoui, M. E. et Jamet, R. (2024). AI's influence on the Creative and Cultural Industries. *Im@go. A Journal of the Social Imaginary*, (23), 291-312. <https://doi.org/10.7413/2281813819601>

L'Art est humain - Manifeste pour la défense de la création authentique. (s. d.). Récupéré le 10 septembre 2025 de <https://lartesthumain.com/>

Lee, H.-K. (2022). Rethinking Creativity: Creative Industries, AI and Everyday Creativity. *Media, Culture & Society*, 44(3), 601-612. <https://doi.org/10.1177/01634437221077009>

Lee, H.-K., Bertolini, J., Terui, T. et Kawashima, N. (2024, septembre). Copyright and generative AI.

Manitsaris, S., Glushkova, A., Spyridonos, A. et Senteri, G. (2025). Working with AI in Cultural and Creative Industries. <https://hal.science/hal-05016368>

Mårtensson, F. et Norma, S. (2025). The Rise of Generative AI in Creative Agencies: An Examination of Opportunities, Challenges, and Threats. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:mau:diva-7811>

Matthews, B., Shannon, B. et Roxburgh, M. (2023). Destroy All Humans: The Dematerialisation of the Designer in an Age of Automation and its Impact on Graphic Design—A Literature Review. *International Journal of Art & Design Education*, 42(3), 367-383. <https://doi.org/10.1111/jade.12460>

Mayer, V. (2011). *Below the Line: Producers and Production Studies in the New Television Economy*. Duke University Press.

McDowell, Z. J. (2024). Wikipedia and AI: Access, representation, and advocacy in the age of large language models. *Convergence*, 30(2), 751-767. <https://doi.org/10.1177/13548565241238924>

Menger, P.-M. (2009). *Le Travail créateur: S'accomplir dans l'incertain*. Seuil.

Mirrlees, T. (2025). *Work in the Digital Media and Entertainment Industries: A Critical Introduction*. Routledge.

Mishra, P., Oster, N. et Henriksen, D. (2024). To Thine Own Mind Be True: Understanding Cultural Technologies, From Cave Walls to ChatGPT. *TechTrends*, 68(6), 975-982. <https://doi.org/10.1007/s11528-024-01011-7>

Molina, D., Butollo, F., Makó, C., Godino, A., Holtgrewe, U., Illsoe, A., Junte, S., Larsen, T. P., Illésy, M., Pap, J. et Wotschack, P. (2023). It takes two to code: a comparative analysis of collective bargaining and artificial intelligence. *Transfer: European Review of Labour and Research*, 29(1), 87-104. <https://doi.org/10.1177/10242589231156515>

Mollick, E. (2024). *Co-Intelligence: Living and Working with AI*. Portfolio.

Natale, S., Biggio, F., Arora, P., Downey, J., Fassone, R., Grohmann, R., Guzman, A., Keightley, E., Ji, D., Obia, V., Przegalińska, A., Raman, U., Ricaurte, P. et Villanueva-Mansilla, E. (2025). *Global AI Cultures*. Commun. ACM. <https://doi.org/10.1145/3722547>

Pavlik, J. V. et Pavlik, D. M. (2024). Art Education and Generative AI: An Exploratory Study in Constructivist Learning and Visualization Automation for the Classroom. *Creative Education*, 15(4), 601-616. <https://doi.org/10.4236/ce.2024.154037>

Pratschke, B. M. (2024). *Generative AI and Education: Digital Pedagogies, Teaching Innovation and Learning Design*. Springer Nature Switzerland. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-67991-9>

Press, A. (2024). How the U.S. Labor Movement Is Confronting AI. *New Labor Forum*, 33(3), 15-22. <https://doi.org/10.1177/10957960241276516>

Reynolds, C. et Hallinan, B. (2024). User-generated accountability: Public participation in algorithmic governance on YouTube. *New Media & Society*, 26(9), 5107-5129. <https://doi.org/10.1177/14614448241251791>

Romele, A. et Severo, M. (2023). Microstock images of artificial intelligence: How AI creates its own conditions of possibility. *Convergence*, 29(5), 1226-1242. <https://doi.org/10.1177/13548565231199982>

Shelby, R., Srinivasan, R., Burgdorf, K., Lena, J. C. et Rostamzadeh, N. (2024). Creative ML Assemblages: The Interactive Politics of People, Processes, and Products. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 8(CSCW1), 1-30. <https://doi.org/10.1145/3637315>

Thomas, S. (2024). "Somebodies" and "Nobodies": Generative AI and Audiovisual Performer Labor. *The Velvet Light Trap*, 94(1), 64-75.

Tyni, H., Sotamaa, D. et Myöhänen, T. (2025). Understanding game data work. *Big Data & Society*, 12(1), 20539517241309892. <https://doi.org/10.1177/20539517241309892>

Vainikka, E., Soronen, A. et Kallio, S.-M. (2025). Is prompt engineering the future of screenwriting? Views of professional screenwriters and commissioners about the impact of AI technologies on their profession. *Critical Studies in Television*, 20(1), 54-72. <https://doi.org/10.1177/17496020241269277>

Valdivia, A. (2025). The supply chain capitalism of AI: a call to (re)think algorithmic harms and resistance through environmental lens. *Information, Communication & Society*, 28(12), 2118-2134. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2420021>

Valtysson, B. (2022). The platformisation of culture: challenges to cultural policy. *International Journal of Cultural Policy*, 28(7), 786-798. <https://doi.org/10.1080/10286632.2022.2137150>

van der Vlist, F., Helmond, A. et Ferrari, F. (2024). Big AI: Cloud infrastructure dependence and the industrialisation of artificial intelligence. *Big Data & Society*, 11(1), 20539517241232630. <https://doi.org/10.1177/20539517241232630>

Wingström, R., Hautala, J. et Lundman, R. (2024). Redefining Creativity in the Era of AI? Perspectives of Computer Scientists and New Media Artists. *Creativity Research Journal*, 36(2), 177-193. <https://doi.org/10.1080/10400419.2022.2107850>

Wu, T. (2011). *The Master Switch: The Rise and Fall of Information Empires*. Vintage.