



Recherche / Archives :
numériser les images, et après ?

18 / 19 / 20 novembre 09

Research/Archives:
Digitizing images, then what?

TROP DE DONNÉES TUE L'INFORMATION

Amateurs et professionnels à l'heure du numérique

Patrice FLICHY,
Université Paris Est.

Parler des amateurs dans le cœur des grandes institutions culturelles peut paraître étrange. Comme il s'agit d'un thème sur lequel je travaille, Marc et Isabelle m'ont demandé cette intervention un peu décalée pour prendre un peu de temps avant de rentrer dans le cœur de vos réflexions. Pour démarrer, je vous rappellerai la couverture du magazine *Time* de 2006. Chaque année, le magazine, dans son dernier numéro de l'année, choisit une personnalité comme l'homme de l'année. En 2006, *Time* vous a choisi, chacun d'entre vous. *You* était le mot qui apparaissait sur la couverture. Vous les internautes, vous étiez les héros de l'année 2006 pour le *Time*.

Nous allons trouver l'année suivante un écho de cette couverture dans un livre d'Andrew Keen appelé *Le culte de l'amateur*, portant comme sous-titre *Comment Internet détruit notre culture*. La thèse de Keen est que finalement les *users generated contents*, les contenus créés par les utilisateurs sont en train de remplacer la culture légitime. Un scénario catastrophe est en train d'apparaître. Le *peer-to-peer* a déjà commencé à tuer le disque. Il va bientôt tuer le cinéma. Les blogs ont tué la presse. Les encyclopédies sont remplacées par *Wikipédia* et les films vont être remplacés par les productions diffusées par YouTube ou Dailymotion. A mon avis, cette thèse signale bien la montée des amateurs. Par contre, je crois que son analyse est tout à fait erronée dans la mesure où elle laisserait entendre que ces amateurs veulent se substituer aux professionnels. Je pense que ce n'est pas le cas. Effectivement, nous observons une montée des amateurs comme le montrent bien les différentes études sur les pratiques culturelles du ministère de la Culture. Ceci ne menace pas les professionnels dans la mesure où leur objectif n'est pas de les remplacer. Les amateurs souhaitent plutôt cohabiter avec les professionnels dans des espaces virtuels communs où ils peuvent se croiser, et parfois se rencontrer.

Qu'est ce que l'amateur ? Souvent, on considère que l'amateur est une sorte de besogneux incompetent. Comme le dit joliment Antoine Hennion dans le livre *Les figures de l'amateur*. Ce serait ce cousin de province, un peu ridicule qui s'obstine à souffler dans son tuba. Je crois que non. Pour bien comprendre, revenons à la définition étymologique de l'amateur, c'est celui qui aime, qui a du goût pour telle ou telle activité. Avant tout, l'amateur a deux caractéristiques : choisir son domaine d'activité et agir pour le plaisir.

A l'heure du numérique, l'amateur possède de nouveaux atouts. Il peut accéder à des outils de création qui lui permettent de diffuser ses productions. L'activité des amateurs, qui était souvent traditionnellement collective, prend une nouvelle dimension collective en s'organisant en réseau. Cette mise en réseau des amateurs est un élément fondamentalement nouveau.

Au cours de cet exposé, je voudrais vous parler de deux types d'amateurs : l'amateur tel qu'on l'entend classiquement dans le monde culturel, celui qui crée ou qui interprète des œuvres, et un autre amateur qui a souvent moins bonne presse, appelé le « fan » qui lit et reçoit un certain nombre de biens culturels, mais de façon créatrice. Tout d'abord, quelques chiffres très courts pour cadrer le phénomène des amateurs. Les enquêtes sur les pratiques culturelles du ministère de la Culture montrent que, de 1980 à 1997, nous avons eu une croissance considérable des activités amateurs, en passant d'environ un dixième à un quart de la population qui au moins une fois par an s'était livré à une pratique amateur. Cette augmentation est très importante. Si nous regardons les deux dernières enquêtes (1997 à 2008), nous nous apercevons que cette croissance continue, mais grâce au numérique.

Olivier Donat montre que la pratique de l'image animée a été multipliée par deux en onze ans du fait de la webcam. Dans les activités de musique (production de musique), la part de la musique créée sur ordinateur est importante, elle fait presque le quart (22 %) de l'ensemble. Dans les activités plastiques ou graphiques, la part est encore plus importante avec près de 40 %. L'ordinateur est au cœur de ces pratiques amateurs.

J'évoquerai quelques-unes de ces pratiques en parlant de musique, de photographie et de multimédia. Dans ce dernier domaine, nous sommes au croisement des pratiques de l'écrit et de l'image. Si vous le voulez bien, partons de la musique électronique non informatique à base de mix, plus ancienne, le résultat de ces enchaînements de morceaux issus des collections de disques des DJ. C'est un bon exemple d'une pratique musicale accessible à des amateurs qui finalement acquièrent par la pratique et par la confrontation collective des modes de faire nécessaires à cette activité. L'ordinateur va systématiser ces habitudes d'emprunt de plages musicales à des enregistrements existants, de développer cette esthétique du braconnage qui est la caractéristique du DJ. L'informatique va permettre de développer une pratique amateur sans avoir reçu une formation. Elle permet de se mettre immédiatement en situation de création.

L'informatique musicale apparaît plus facile à apprendre qu'un instrument traditionnel. Le rapport à la musique est plus immédiat. L'amateur prélève des sons, le *sampling*, il les recompose, les mixe selon une procédure de copier-coller musical puis les transforme, les intègre pour créer une musique qui devient complètement originale et dont on ne peut plus reconnaître les composantes.

Autre caractéristique de l'amateur, il est plus libre que le professionnel. Il n'a pas à subir les contraintes d'un éditeur ou celles du marché. Ceci ne veut pas dire pour autant que l'amateur ne compose que pour lui. Comme le dit l'un d'entre eux : « *C'est à la fois très solitaire et en même temps très connecté* », Internet étant l'outil de cette connexion, grâce notamment aux différents sites de partage. L'amateur de l'ère numérique occupe ainsi un nouveau rôle sur la scène musicale. Ce n'est plus le gentil obstiné de musique classique qui ne pourra jamais se comparer aux professionnels. Non seulement grâce à son Home studio il dispose souvent d'un outil technique comparable à celui des professionnels, mais surtout en composant il peut finalement s'inscrire dans un certain nombre de mouvements artistiques et même éventuellement se situer proche de l'avant-garde.

Parlons maintenant des pratiques collectives de ces groupes musicaux. Nous empruntons au ministère de la Culture, ce drôle de mot de « musique amplifiée ». Nous recensons environ 40 000 groupes de musique amplifiée en France, c'est-à-dire une population de 150 000 personnes. Cette activité est importante. Internet est devenu aujourd'hui le facteur de diffusion de ce type de musique, à travers différents sites, comme MySpace, le site au cœur de cette nouvelle activité musicale aujourd'hui. MySpace représente 9 millions de créateurs de musique au niveau international, environ 130 000 au niveau français. On peut donc considérer que la plupart des musiciens amateurs, ainsi que leurs groupes, ont leur page MySpace en France. MySpace est très étonnant, il mélange réseau de professionnels et réseau d'amateurs. Le réseau des professionnels se ramifie entre le réseau des stars dont les pages vont être les plus consultées, les plus vendues et qui sont éditées par les *Majors*, mais aussi les indépendants édités par des labels indépendants. Nous pouvons remarquer que si nous regardons les groupes qui sont les plus cités dans la liste des meilleurs amis,

ce sont plutôt les indépendants que les stars. Par ailleurs, nous trouvons également les amateurs. Pour eux, l'intérêt du site est qu'ils peuvent se classer dans toute une série de genres musicaux, environ une centaine, leur permettant de trouver des personnes qui pratiquent la même musique qu'eux.

MySpace n'abolit pas la séparation entre les amateurs et les professionnels, mais il les associe sur une même plate-forme, quel que soit leur statut. Symboliquement, la cohabitation de tous apparaît de façon particulièrement explicite dans la présentation du classement des artistes en fonction de l'audience qui se fait dans trois colonnes : les stars, les indépendants et les amateurs. L'existence du hit-parade s'impose finalement comme une règle commune, la qualité musicale se mesurerait à l'audience. Les écarts entre les stars dont les visites se comptent par millions et les amateurs dont les visites se comptent en milliers, parfois en centaines, font que ce classement n'a pas vraiment de sens mais il s'est imposé.

Si nous regardons, maintenant, la pratique photographique. Les sites de photographie tels que Flickr, le plus connu, hébergeaient à la fin de l'année dernière 3 milliards de photos. Aux États-Unis, il recevait plus de 30 millions de visiteurs uniques par mois. Au contraire, dans ces sites, la logique du hit-parade n'existe pas. Pour le site Flickr, les photos sont en accès public par défaut, vous pouvez éventuellement cocher « interdire l'accès », la règle de base est de les rendre publiques. Ceci est bien le signe d'une transformation complète de l'activité de la photographie, si on compare ce que décrivait Pierre Bourdieu dans *l'Art moyen*, quand il allait interviewer les paysans du Béarn où la photographie était quelque chose de tout à fait exceptionnel. Aujourd'hui, la photographie est une activité quotidienne qui permet de prolonger les rencontres en conservant le souvenir. À l'ère du numérique, elles circulent en permanence sur un réseau social comme Facebook, 10 milliards de photos sont accessibles à ses relations.

La photo est aussi une pratique expressive. Ce soir, si vous avez le temps, allez faire un tour sur Flickr, c'est absolument passionnant, vous verrez tous ces clubs amateurs qui se constituent avec des règles très strictes. J'aime beaucoup la règle du groupe des amateurs de plateaux-repas d'avion. Vous faites une photo de votre plateau-repas, vous mettez votre ticket d'avion à côté et vous devez poster votre photographie moins de 24 heures après votre arrivée. Il existe comme cela des milliers de groupes où chacun se constitue ses règles.

La façon dont s'est organisée la base de données sur Flickr devrait beaucoup vous intéresser, notamment Isabelle. Comment indexer des milliards de photos ? Plutôt que ce soit l'éditeur qui propose sa propre taxinomie, on laisse les utilisateurs indexer les photos comme ils le veulent, en associant des tags à chacune des images en liaison avec le sujet, le pseudo de l'auteur, la localisation. A la taxinomie savante s'oppose la folksonomie, la classification par le peuple. Ces tags permettent à l'auteur de retrouver sa photo et aussi aux visiteurs de retrouver les images qu'ils cherchent. Voilà donc une véritable pratique amateur de classement qu'il est intéressant de noter.

La pratique amateur des blogs, notamment des blogs adolescents, est la dernière pratique amateur que j'évoquerai. Skyblog héberge 13 millions de blogs dont une partie n'est pas active. Skyblog se vante du fait que la France serait un des premiers pays au monde dans la pratique du blog. Ce qui est très frappant dans ces blogs, c'est qu'ils sont multimédias. L'auteur associe à un texte souvent très court des photos, de la vidéo et de la musique. On a une très belle illustration de ce que la sociologue des blogs Laurence Allard appelle « l'individualisme expressif ». Le travail expressif des adolescents est souvent très sophistiqué. Ils sont capables de manier avec dextérité des logiciels graphiques de mise en page, type Photoshop, que personne ne leur a appris à utiliser. Nous sommes, là aussi, dans une esthétique du couper-coller. Si certaines photos ont été prises par le blogueur, d'autres éléments visuels ou sonores ont été prélevés sur le Web. Ils sont alors intégrés dans une mise en page originale. Ils permettent également de situer l'auteur dans ses goûts musicaux ou cinématographiques parmi son réseau social. Pour ces adolescents, la production de soi, comme celle de leur blog, est un long travail de collecte et d'assemblage qui joue sur les affinités de leur réseau social.

Ceci nous amène au deuxième point que je voulais aborder dans cet exposé : la question des fans. À première vue, le fan n'a pas grand-chose à voir avec l'amateur. Le fan est du côté de la réception alors que les amateurs que j'ai évoqués jusqu'à maintenant sont du côté de la production. La réception du fan est intensive. Celui-ci sélectionne dans le champ des cultures populaires un domaine qu'il regarde, ou qu'il lit intensément, il en devient le spécialiste. Il intègre le média dans sa vie quotidienne. Il y associe ses émotions, ses plaisirs. Il souhaite aussi prolonger, s'approprier, détourner les productions dont il est fanatique. Par cette activité de détournement, d'appropriation, le fan se rapproche, semble-t-il, de l'amateur. Toutefois, un autre élément les distingue, le rapport à la culture légitime.

L'amateur adopte deux positions radicalement opposées. Il peut être dans une position de vassalité vis-à-vis des interprètes, des créateurs professionnels (c'est souvent le cas dans la musique classique), mais il peut se situer ailleurs et sa production est alors réalisée uniquement pour son plaisir et celui de ses proches. Il ne recherche ni une reconnaissance plus large, ni à satisfaire aux règles de la production légitime. L'art brut en serait probablement le meilleur exemple.

Le fan ne respecte pas les hiérarchies culturelles, mais il n'est pas ailleurs, il est à côté. Sa fascination pour les grands produits culturels dans la masse est fondamentalement subversive. Il cherche à les détourner, ou plutôt à les retourner vers lui. Le fan a un point commun avec l'amateur, son activité s'inscrit dans cette construction identitaire, comme nos blogueurs de tout à l'heure. Il cherche à se distinguer par son attachement à certains produits culturels. Il vit de façon intense avec ses images, ses productions et les productions de ses idoles. Enfin, il souhaite se réunir avec des amis dans des communautés quasiment fusionnelles.

Tout un courant de la sociologie de la culture, appelé la sociologie de la réception, notamment aux États-Unis, a réhabilité les fans. Dans la filiation intellectuelle des travaux de Michel de Certeau sur le lecteur comme braconnier, le fan n'apparaît plus comme une sorte de récepteur aliéné à des produits les plus médiocres de la culture populaire, mais comme l'acteur d'une communauté d'interprétation. Pour reprendre l'expression de Michel de Certeau, pour pouvoir braconner dans les domaines de la culture populaire, le fan doit d'abord être un excellent connaisseur des chansons, des textes, des séries qu'il regarde de nombreuses fois. En sélectionner des éléments, il peut alors les associer, les retravailler pour se constituer ce monde imaginaire, qu'il appelle son *fandom*, mot venant de fan et de *kingdom*, le royaume de fans. À l'intensité de cette réception correspond une intensité émotionnelle considérable. Mais en même temps, le fan n'est jamais dupe, il est toujours conscient que la fiction est une construction, et souvent il en a fort bien repéré les règles.

Les communautés de fans composent des communautés d'interprétation qui, pour les fans de ma génération, produisaient plutôt des fanzines. Les fans d'aujourd'hui ont changé de média et utilisent Internet. Pour vous donner juste un chiffre de l'intense production des fans : sur le site FanFiction, on a repéré 400 000 *Potterfictions* (des fictions dérivées de *Harry Potter*) dont 20 000 en France.

Cette activité des fans a d'autant pu se diversifier que les nouveaux produits culturels sont intégrés dans un univers multimédia. J'aurais voulu vous citer, mais je ne vais pas le faire, quelques exemples de l'activité de sous-titrage des fans qui est très importante. Les fans font circuler les premiers un certain nombre de fictions, notamment télévisuelles japonaises. Ce travail de sous-titrage amateur serait intéressant à présenter. Éventuellement, nous pourrions en débattre plus tard.

Pour conclure, je vais vous montrer qu'amateurs et fans se retrouvent malgré leur diversité, notamment dans les plates-formes de partage vidéo, telles que YouTube et Dailymotion. YouTube propose chaque jour 100 millions de vidéos de moins de 10 minutes. Plus de 70 000 vidéos par jour sont déposées sur ce site. On estime que 80 % de ces contenus ont été créés par les internautes, et que 15 % sont des *remix* ou des *remakes*. Ces plates-formes ne se substituent pas à la télévision. Pour les fans, il s'agit d'un moyen de faire connaître un film, une série télévisée, en en proposant un extrait, d'accroître la notoriété d'un groupe musical qu'ils ont filmé lors de leur concert. Ils peuvent également poster des *remix*, des clips qu'ils ont réalisés en chantant en *playback* la chanson de leur artiste favori.

De leur côté, les musiciens amateurs présentent un extrait vidéo de leurs concerts. Les vidéastes amateurs y proposent leurs productions. Les témoins des grands événements postent la vidéo de la scène à laquelle ils ont assisté. Des individus ordinaires présentent aussi leurs vacances, leurs enfants, leurs animaux de compagnie.

Ces plates-formes mélangent donc le monde des médias réapproprié par les fans, celui des amateurs et celui des vidéastes ordinaires. Ce croisement entre différents mondes apparaît dans la mise à l'écran. Dès que l'internaute clique sur une vidéo apparaît à gauche de l'écran la liste des vidéos sur le même thème ou réalisées par le même acteur.

À cette grande hétérogénéité des contenus correspond une diversité du public. Dans certains cas, il peut atteindre quelques dizaines de millions, et se limiter à quelques centaines dans d'autres. Les grands succès peuvent être bien sûr, des clips des stars, des bandes-annonces de films, mais peuvent aussi être le spectacle des fans, comme un spectacle sur des marionnettes, inspiré de *Harry Potter* qui a eu un succès considérable. A l'inverse, les vidéos familiales ne sont destinées qu'à un tout petit public.

Pour conclure, je dirais que ces plates-formes portent bien leur nom de plates-formes de partage. Elles sont des lieux d'échanges entre plusieurs mondes, celui des médias et celui de la vie quotidienne. L'individu y associe de façon spécifique ses différents intérêts. Les fans peuvent y diffuser les résultats de leur réception créatrice, les amateurs leur production et les individus les spectacles de leur vie quotidienne. Cet échange entre la création des fans et les médias peut être fait de façon conflictuelle, les médias essayant d'imposer leurs programmes, leurs codes culturels à des fans qui veulent prendre leurs distances. Beaucoup de ces vidéos ne sont destinées qu'à quelques amis, parfois elles rencontrent un large public. Les frontières entre production et réception s'effacent ainsi que les frontières entre le spectacle et la vie. Merci.

* * * * *

Suivi éditorial : Lorraine Pereira – chargée de mission pour le patrimoine cinématographique / INP.