

The image is a poster with a background of horizontal rainbow-colored stripes. The stripes, from top to bottom, are: grey, yellow-green, magenta, cyan, orange, purple, light grey, green, yellow, blue, and red. Centered on the yellow stripe is the text 'THE REVOLUTION WILL NOT BE TELEvised' in a bold, black, sans-serif font. Below this, also centered, is the text 'Vidéos amateur de 8 mm à 2.0' in a smaller, black, sans-serif font.

THE REVOLUTION WILL NOT BE TELEvised

Vidéos amateur de 8 mm à 2.0

THE REVOLUTION WILL NOT BE TELEVISED

Vidéos amateur de 8 mm à 2.0

En 2010, 35 heures de vidéos sont ajoutées sur *YouTube* chaque minute. La moitié de ces vidéos sont commentées, évaluées ou recommandées par les utilisateurs. En 2007 déjà, 87% des propriétaires de téléphones portables équipés d'une caméra déclaraient utiliser cette fonction.

Bien plus que le simple reflet d'une évolution technique, ces chiffres témoignent d'un changement fondamental : la division entre producteurs et consommateurs d'images en mouvement est remise en cause et une nouvelle figure émerge, celle du *prosumer*.

Il est de plus en plus difficile de séparer image professionnelle et image amateur et la circulation des vidéos est de plus en plus complexe. La chronologie ci-après ne présente pas la vidéo amateur comme un champ fermé et statique mais expose ses liens avec le cinéma, les médias traditionnels, la politique...

Si les téléphones portables et les caméras numériques nous laissent saisir de manière ludique des images de nos vies quotidiennes, ils permettent également de documenter des événements ignorés par la presse écrite et audiovisuelle, ou de dénoncer des situations politiques intolérables, comme nous avons pu l'observer encore récemment lors du Printemps arabe. En 1970, pointant du doigt les médias de masse qui ignoraient la dégradation des conditions de vie dans les quartiers pauvres, Gil Scott Heron écrivait la chanson : "The Revolution Will Not Be Televised".

Cette publication présente la recherche menée sur la vidéo amateur, entre 2009 et 2011, dans le cadre des projets de médiation du Centre d'Art Contemporain Genève, par Helen Bauman, Lea Fröhlicher, Christina Gasser et le collectif microsillons, en collaboration avec un groupe d'étudiants du Master en sciences de la communication et des médias du département de sociologie de l'Université de Genève et leur enseignante, Katharina Niemeyer.

Cette recherche – qui a été présentée fin 2010 sous la forme d'une installation au Centre, dans l'exposition "Image – Mouvement" – prend également la forme d'un site Internet (www.therevolutionwillnotbetelevised.ch) regroupant des exemples de vidéos amateur sélectionnés et commentés par huit groupes, entre 2009 et 2011. Après une introduction sur la vidéo amateur, les participants ont sélectionné sur l'Internet des exemples illustrant une série de catégories définies ensemble. Ils ont ensuite commenté leurs choix. Le site est évolutif et consultable en ligne.

Le repas de bébé

En 1895, les frères Auguste et Louis Lumière mettent au point une caméra capable d'enregistrer et de projeter des images animées, utilisant une pellicule 35 mm.

Pendant l'été 1895, pour tester son invention, Louis Lumière tourne de courtes séquences qui présentent des vues de sa famille et de ses proches, comme *Le repas de bébé*, qui consiste en un plan montrant Auguste Lumière et sa femme, en compagnie de leur fille qui prend son déjeuner.

Ainsi, les premières images filmées ont pour sujet des scènes similaires à celles qui seront au centre des films amateur pendant des décennies.

Contexte d'émergence du film amateur

Si le film amateur se décline aujourd'hui en sujets très variés, il s'est longtemps confondu avec le film de famille. Eloigné de toute forme de critique ou d'émancipation, il répondait alors aux normes sociales de valorisation de la famille nucléaire.

A la fin du XIXe, aux USA, on assiste à un changement radical dans la manière d'aborder le travail. La rationalisation de son mode d'organisation permet aux classes moyennes de tirer parti de la transformation de leur quotidien et de découvrir le temps des loisirs.

Peu après, l'avènement du 16 mm puis du 8 mm rend possible, pour les plus aisés, la captation sur film de ce nouveau mode de vie. Cette nouvelle pratique se définit autant en termes sociaux et économiques qu'en termes technologiques ou esthétiques.

Quelques fabricants d'équipement ont monopolisé le marché, standardisé les formats et progressivement établi le 35 mm comme le format professionnel et les 16 et 8 mm comme les formats amateur.

Ce mouvement a aussi mené à un système de distribution qui dicte des normes professionnelles et qui définit ainsi ce qu'est un produit professionnel, méritant une audience nationale.

1891

Kodak démarre la production des caméras 35 mm.

1923

Apparition du 16 mm.

L'enfant comme sujet

(1920-1930)

Beaucoup de séquences montrant des enfants ont comme principe "le premier" : les premiers pas d'un enfant, sa première coupe de cheveux, son premier anniversaire, etc. Dans les années 1930, la documentation et la mise en scène des jouets d'enfants est aussi un important sujet. Celui-ci perd cependant de son importance au fil du temps.

Les enfants en bas âge sont rarement seuls devant la caméra. Souvent, l'enfant est, pour ainsi dire, présenté par un adulte à la caméra. Dès que les enfants ont dépassé le stade de nourrisson, l'important n'est pas seulement de les amener devant la caméra, mais aussi de les y garder. Des enfants sont ainsi présentés dans des parcs pour bébé ou dans des chaises hautes. Les enfants qui sont déjà capables de suivre des instructions sont souvent filmés immobiles.

Les scènes les plus prisées sont celles dans lesquelles les enfants font une petite action, comme montrer quelque chose, chanter une chanson ou saluer de la main. Dès qu'ils sont en âge de comprendre le film comme situation de spectacle, ils peuvent se conduire en "star", se mettre en scène ou être mis en scène. Dans ces "séquences de stars", les enfants participent activement. L'enfant est ainsi pleinement reconnu comme sujet filmique.

Gestes et poses typiques dans le film de famille

Il existe deux mouvements de main récurrents dans les films de famille.

Le premier est un signe de "bonjour" de la main. Agiter sa main de gauche à droite semble être un geste inévitable dans le film de famille, comme si, lorsque la caméra est en marche, il y avait une sorte de "contrainte à se dire bonjour". Ce geste est non seulement destiné au caméraman, mais aussi au public.

Le deuxième est un geste qui consiste à désigner (le plus souvent avec l'index tendu) un objet que la caméra devrait filmer : de belles fleurs, un panorama ou des animaux. Ces gestes ne sont que rarement dirigés vers quelqu'un. Ces deux gestes typiques attirent les regards et réclament l'attention du spectateur.

Dans le film de famille des années 1930, les poses font surtout référence au théâtre, au long-métrage ou à la pantomime. La pose favorite du film de famille de l'époque était la pose dite "de photographie", où le sujet se tenait immobile devant la caméra, dans une posture rappelant des images existantes. Par ailleurs, très vite, être filmé semble être mis en relation avec la possibilité de devenir célèbre. C'est ce qu'illustre l'exemple de la publicité *Kodak*, parue dans le *Zürcher Illustrierten* en 1930, qui disait : "Trouvez la star de cinéma dans votre famille !"

1923

Fondation de la première association de film amateur en Angleterre. Très tôt, les réalisateurs de films amateur se regroupent dans des clubs et des associations.

1932

Apparition du 8 mm et de son système de projection.

Le film de famille dans les années 1930

Dans les années 1930, ce sont surtout les familles bourgeoises qui possèdent une caméra. Les personnes filmées font, en général, partie du cercle des proches. La majorité de ces films sont produits durant le temps des loisirs, avant tout par les pères de famille. Certaines activités quotidiennes, comme le ménage ou le travail rémunéré, sont rarement filmées.

Les sujets favoris du film de famille étaient, et sont toujours, les enfants et les vacances. Le film de famille sert à conserver les moments dont on aimerait se souvenir. Ce sont surtout des moments heureux et insoucians qui sont filmés. Il y a une série de sujets qui n'apparaissent quasiment jamais, comme les tensions, le malheur, la séparation et la mort. Certaines situations ou gestes peuvent cependant suggérer des conflits, comme par exemple un enfant qui pleure ou quelqu'un qui se détourne brusquement de la caméra.

La vidéo amateur et le *Found Footage*

La méthode du *Found Footage*, qui consiste à assembler des extraits de films de différentes sources pour en créer un nouveau, n'est pas nouvelle. Initialement créés à partir de matériel analogique, ces films sont de nos jours constitués principalement de matériel digital. Les plateformes virtuelles de vidéo comme *YouTube* sont une source d'emprunt pour les cinéastes et les artistes.

Depuis les débuts du cinéma, les pellicules de film s'assemblent par montage. Dans les années 1920 et 1930, au temps du dadaïsme, les artistes ont beaucoup expérimenté en faisant des assemblages inhabituels d'images et de films, sortant les extraits de leur contexte initial. Du nouveau montage issu de ces différents extraits (tirés de longs-métrages, d'émissions télé, d'archives ainsi que de films d'amateurs) sont nés des rapports novateurs entre forme et contenu. Le fait que les cinéastes et les artistes réarrangent du matériel vidéo déjà existant a également contribué à une redéfinition de la notion d'auteur.

Au XX^e siècle, à l'ère du Web 2.0, les films utilisant la technique du *Found Footage* sont de plus en plus souvent réalisés à partir de vidéos amateur privées et anonymes. Les plateformes virtuelles comme *YouTube* donnent aux cinéastes et artistes un accès facile et gratuit à un matériel varié provenant du monde entier. Par ces pratiques, de nouveaux dialogues entre vidéo amateur, oeuvre d'art et cinéma s'établissent.

1934

Le premier club suisse de film amateur est fondé à Zurich.

Oliver Stone, *JFK* (1991)

Dans son film *JFK*, Oliver Stone insère le film d'amateur de Abraham Zapruder, unique film montrant l'assassinat de John F. Kennedy. *JFK* raconte la tentative du juge Jim Garrison de clarifier les circonstances de l'assassinat du président américain en 1963. Le scénario s'appuie sur le livre de Garrison et sur sa théorie selon laquelle Lee Harvey Oswald n'aurait pas agi seul mais n'aurait été qu'un pion dans un vaste complot contre l'Etat.

1963

L'assassinat de J. F. Kennedy est filmé par un amateur. Les images font le tour du monde.

Quand la télé devient télé-réalité

Loft Story, *Secret Story*, *Star Academy*, toutes ces émissions de télé-réalité qui inondent actuellement le paysage audio-visuel ne sont pas arrivées du jour au lendemain sur nos écrans. De 1967 à 2010, ce genre a beaucoup évolué et il a progressivement conquis les télévisions du monde entier. La télé-réalité s'est même imposée comme un moyen de garantir une importante audience et donc, un gain économique conséquent.

C'est en 1967 que la télé-réalité débute. L'émission allemande *Aktenzeichen XY... Ungelöst* propose au public de jouer les détectives et de résoudre des affaires. Mais là où la télé-réalité rejoint la vidéo amateur, c'est dans le principe même de filmer des individus, le plus souvent anonymes, dans leur quotidien. En 1973, les américains peuvent par exemple assister au divorce d'une famille californienne grâce à l'émission *An American Family*. La vie de famille a d'ailleurs souvent été le sujet de la télé-réalité, jusqu'à aujourd'hui avec *The Osbornes* ou *Hogan Knows Best*.

En 1999, *Big Brother* franchit une étape supplémentaire en enfermant des participants volontaires dans un lieu et en les filmant 24 heures sur 24. Le concept est un tel succès qu'il est exporté dans 70 pays et l'émission devient la référence de ce genre télévisuel. *Secret Story*, *Loft Story*, ou encore *Dilemme* en sont de simples dérivés. Et selon les dernières mesures d'audience, la télé-réalité a encore de beaux jours devant elle.



1965

Kodak lance le Super 8 qui devient rapidement le format de prédilection des cinéastes amateurs.

1967

Sony commercialise le Portapak, la première caméra portable permettant à un utilisateur seul de réaliser des enregistrements en extérieur.

Familienkino (1978)

En 1978, à la télévision allemande, apparaît une émission nommée *Familienkino*. Durant deux ans, Alfred Behrens et Michael Kuball ont rassemblé pour les chaînes *NDR* et *WDR* plus de 100'000 mètres de pellicule provenant de films privés d'amateurs des années 1900 à 1960. A partir de ce matériel, ils ont réalisé les sept épisodes de l'émission *Familienkino*, diffusés entre décembre 1978 et janvier 1979.

A la suite de cette diffusion, une publication qui a pour titre *Familienkino – Geschichte des Amateurfilms in Deutschland* (Cinéma de famille. L'histoire du film amateur en Allemagne), a été produite.

Krzysztof Kieslowski, *L'amateur* (*Camera Buff*) (1979)

Le héros du film *L'amateur* de Krzysztof Kieslowski, Filip Mosz, s'achète une caméra 8 mm pour filmer son bébé. Fasciné par sa nouvelle acquisition, son intérêt se porte ensuite sur des personnes en dehors du cadre familial. Dans l'usine où il travaille, son patron saisit l'occasion et le nomme chroniqueur officiel. Ses productions gagnent des prix dans des concours de films amateur. Ses compétences se développent, ainsi que son désir de filmer la réalité telle qu'elle est et non comme elle lui est dictée. Il se retrouve confronté à la censure et son supérieur est renvoyé à cause de ses films.

Rodney King

Le 3 mars 1991, Rodney Glen King, un afro-américain, roulant en état d'ébriété au-delà des vitesses autorisées, est arrêté par des policiers du Los Angeles Police Department. Il refuse de coopérer et agresse les policiers présents. Ne réussissant pas à le maîtriser, ces derniers le rouent de coups. Le tabassage, qui dure presque deux minutes, est d'une rare violence. Il est filmé par George Holliday, un habitant du quartier.

Holliday fait d'abord part de ces images à la police, mais, face au désintérêt des forces de l'ordre, il les envoie à une chaîne de télévision locale. Elles seront reprises par les chaînes du monde entier, provoquant une indignation générale.

Les quatre policiers seront poursuivis par la justice et acquittés par un jury majoritairement composé de blancs, le 29 avril 1992. Ce verdict déclenchera les plus importantes émeutes raciales du XXe siècle aux Etats-Unis, émeutes qui feront 52 morts.

1983

Entre 1981 et 1983,
le nombre de foyers
américains possédant une
caméra passe de 6% à
28%.

Catégorie "film personnel"

(1984, *FIAF*)

En 1984 apparaît au sein de la *FIAF* – L'Association Internationale du Film d'Archives – une nouvelle catégorie de films nommée "film personnel". Ce genre regroupe, selon la *FIAF*: "(...) des films produits non pas par une équipe mais entièrement réalisés par une seule personne. Il peut s'agir d'œuvres d'art, de travaux de recherche, de documents privés, d'imitations de films industriels, de journaux, de messages filmés, de films faits par des enfants, etc."

America's Funniest Home Videos (AFHV)

L'humour a également sa place dans la vidéo amateur. Les années 1980 voient ainsi l'émergence d'émissions à contenu humoristique. C'est une émission japonaise, *Fun with Ken and Kato Chan*, produite par *Tokyo Broadcasting Company*, qui, la première, invitera les téléspectateurs à envoyer leurs propres vidéos à caractère humoristique. Dès lors, on observe un renversement : le consommateur de télévision devient producteur.

Véritable carton, le programme est repris aux Etats-Unis, en 1990, par la chaîne *ABC*, sous la forme d'un concours : le *America's Funniest Home Videos (AFHV)*. Chaque semaine, trois vidéos amateur étaient en compétition et 10'000 dollars en jeu. Le public de l'émission faisait office de jury et désignait le vainqueur. L'originalité et la fantaisie étant les critères clés, on assistait à une ribambelle de chutes, farces et fous rires. *AFHV* va alors connaître un boom retentissant : l'audience et le taux de participation au programme atteignent des sommets. Bien plus, l'émission américaine ne manque pas de faire des émules : *You've been Framed* en Angleterre, *Drôle de vidéo* au Canada et bien sûr, le cultissime *Vidéo Gag* en France. Autant de programmes qui, au début des 90's, ont conforté le statut de la vidéo amateur comme véritable art populaire.

1995

Apparition des premières caméras numériques.

The Real World

Créée en 1992, *The Real World* est l'émission de télé-réalité la plus longue de l'histoire : elle ne compte pas moins de 24 saisons (436 épisodes). Le principe sur lequel est construit le programme est simple : laisser à ses participants une totale liberté d'action, autant dans l'appartement qu'ils partagent qu'à l'extérieur. Les téléspectateurs peuvent constater l'immaturité de certains candidats et assister à des scènes plus ou moins mouvementées.

L'émission connaît un véritable succès et plus particulièrement la saison 3, *The Real World: San Francisco* (1994), grâce à la participation du candidat Pedro Zamora, l'une des premières personnes à revendiquer son homosexualité et à parler du SIDA dans un média populaire.

Le *Dogme95*: une arme anti-Hollywood

Lancé en 1995 sous l'impulsion des cinéastes danois Lars von Trier et Thomas Vinterberg, le *Dogme95* se définit comme un mouvement cinématographique d'avant-garde. Le 13 mars de cette même année, les deux hommes publient *Le Manifeste du Dogme95*, ouvrage dans lequel ils se positionnent contre l'esthétisme du cinéma hollywoodien qu'ils jugent impersonnel et formaté.

Ensemble, Von Trier et Vinterberg établissent dix règles s'appliquant à un cinéma plus réaliste, sans artifices techniques, qu'ils nomment "vœux de chasteté". Deux nouveaux réalisateurs danois rejoindront le *Dogme95* par la suite, Soeren Kragh-Jacobsen et Kristian Levrig. Le collectif tente ainsi d'appliquer les "dix commandements" dans leurs propres œuvres et s'engagent notamment à respecter les règles suivantes :

La caméra doit être tenue à l'épaule. Tout mouvement ou immobilité faisable à l'épaule est autorisé. Le tournage doit avoir lieu là où le film a lieu. Le film doit être en couleur. L'éclairage spécial n'est pas acceptable. S'il y a trop peu de lumière, la scène doit être coupée, ou bien il faut monter une seule lampe sur la caméra. Les détournements temporels et géographiques sont interdits, tout comme les trucages et filtres.

Enfin, chaque film qui répond suffisamment à ces normes est estampillé d'un label officiel. Le mouvement prend fin en 2005, suite au retrait de ses deux fondateurs. *Les Idiots*, réalisé et tourné en vidéo par Lars Von Trier en 1998, figure parmi les œuvres les plus emblématiques du *Dogme95*, tout comme *Festen* (1998) de Thomas Vinterberg et *Lovers* (1999) de Jean-Marc Barr.

1996

La télévision tessinoise collecte et diffuse, depuis 1996, des films amateur.

***The Blair Witch Project* (1999)**

"21 octobre 1994. Trois cinéastes en herbe se réunissent un week-end pour tourner un documentaire sur une vieille histoire de sorcellerie, qui circule dans un coin perdu du Maryland..." A l'heure de sa sortie en salle, pour le public, le film a commencé depuis plusieurs mois déjà. En effet, dès 1998, de nombreuses rumeurs relatant la disparition de trois apprentis réalisateurs dans la forêt de Blair courent sur l'Internet. Selon ces rumeurs, les caméras des disparus auraient été retrouvées par hasard et auraient donné lieu au film *The Blair Witch Project*.

La prétendue authenticité des images a suscité une impressionnante curiosité auprès des spectateurs, faisant de ce film à petit budget (35'000 dollars) un succès du box office. Les réalisateurs ont voulu tirer le meilleur parti de cette contrainte financière, jouant avec une impression de réel, renforcée par les techniques employées lors du tournage. Equipés d'une caméra 16 mm noir-blanc et d'un caméscope couleur, les acteurs se filment eux-mêmes en suivant une feuille de route pré-établie. Durant le tournage, ils avancent seuls dans les bois, caméra à l'épaule et réagissent de manière quasi naturelle et spontanée aux événements et bruitages imposés par les réalisateurs. La caméra subjective et les plans très "amateurs" entraînent le spectateur dans un périple toujours plus sombre et inquiétant. Ainsi, sans effets spéciaux particuliers et à moindres frais, le sentiment de réel a suffi à créer une peur panique chez le spectateur.



Revolutionary Association of Women of Afghanistan (RAWA) ■■■■■

La *Revolutionary Association of Women of Afghanistan* est une organisation féminine de résistance qui promeut le droit des femmes et dénonce les exactions commises sur les Afghanes. Depuis 1977, l'organisation s'implique politiquement et socialement, par des actions non-violentes, dans la lutte pour le respect des droits humains dans le contexte afghan. Depuis les années 2000, la *RAWA* filme en secret des tortures et des exécutions, pour alerter l'opinion internationale sur la situation des femmes sous le régime taliban. A partir de ces images, des films documentaires sont réalisés et diffusés sur des grandes chaînes de télévision occidentales.

“Don’t try this at home” ■■■■■

La phrase “don’t try this at home” est fréquemment utilisée par les médias audiovisuels pour dissuader le public d’imiter des gestes dangereux qu’ils diffusent. Cette mise en garde est souvent liée à des images ayant une esthétique rappelant des images amateurs, comme si l’aspect “fait maison” incitait à la reproduction des faits et gestes présentés. L’émission archétypale du “don’t try this at home” est certainement *Jackass* (diffusée sur MTV entre 2000 et 2002, puis adaptée pour le grand écran), un programme où les protagonistes se mettent en danger dans des cascades souvent ridicules, allant jusqu’à se blesser volontairement. Des messages appelant les spectateurs à ne pas tenter d’imiter ce qu’ils voient sont affichés non seulement au début et à la fin des émissions, mais également dans un bandeau défilant pendant le programme. Malgré cela, *Jackass* a été évoqué dans de nombreux cas où l’on a estimé que l’émission avait servi de source d’inspiration à de jeunes gens pour recréer des cascades qui avaient mené à des blessures, voire à des décès. On peut noter que *Jackass* est fortement imprégné de l’esthétique et de l’humour de la culture skate et que les skateurs ont depuis de nombreuses années utilisé la vidéo pour échanger leurs *tricks*, témoigner de leur maîtrise technique, présenter des manières inédites d’utiliser l’espace public, etc.

Indymedia

Un *Independent Media Center* est une plateforme Internet sur laquelle des informations (textes, images, vidéos...) sont données par les utilisateurs, en temps réel, aux sympathisants des mouvements altermondialistes. Cette plateforme est basée sur l'idée d'une contribution de toutes et de tous, ainsi que sur un principe de copyleft et d'anonymat.

Le premier *Independent Media Center* est créé en 1999, autour des protestations contre l'OMC à Seattle. De nombreuses villes et régions se doteront ensuite de leur *IMC*, en lien avec des manifestations d'abord, puis de manière permanente.

Indymedia forme actuellement un réseau international qu'aucune société ne possède, qu'aucun gouvernement n'influence et qu'aucun donateur principal ne finance.

Indymedia entend couvrir les protestations anticapitalistes d'une meilleure manière que les journalistes traditionnels. Faisant partie d'un mouvement plus large de critique radicale de la presse professionnelle, de nombreuses personnes impliquées au début d'*Indymedia* ne cherchaient pas à être un contrepoint des médias de masse mais visaient à les remplacer.

2000

Pour la première fois, une vidéo est postée sur un blog.

2001

Les événements du 11-Septembre sont documentés par de nombreux amateurs se trouvant sur les lieux du drame.

Journalisme citoyen

Le journalisme citoyen – ou *Citizen Journalism* – est un terme qui désigne la pratique du journalisme par des personnes sans formation spécifique à cette activité. On peut voir les pamphlétaires des XVIIIe et XIXe, ou les producteurs de fanzines et de radios pirates, comme des précurseurs du journalisme citoyen. Avec la démocratisation de l'Internet, cette pratique s'est développée de manière exponentielle.

En 1999, à la suite des manifestations contre l'OMC à Seattle, la plateforme *Indymedia* est créée (voir ci-avant). En 2004, lors des grandes conventions politiques aux Etats-Unis, des blogueurs se voient pour la première fois accrédités comme des journalistes. Différentes pratiques – visant à proposer une vision alternative à celle des *mass media* sur un événement ou à couvrir des événements ignorés par la presse – sont rassemblées sous le nom de *Citizen Journalism*. Ce terme est critiqué par de nombreux journalistes professionnels, qui pensent que seul un apprentissage rigoureux des codes déontologiques de la profession peut garantir une information valide qui mérite le nom de "journalisme". Il est également parfois contesté par ceux-là même qui sont qualifiés de "journalistes citoyens", qui notent l'imprécision du terme. Peut-on, par exemple, parler de "journalisme citoyen" lorsqu'un événement est filmé par hasard par des amateurs ? Alors que les médias de masse utilisent de nombreuses images filmées par des amateurs et que des journalistes amateur commentent des informations provenant des médias officiels, une analyse dépassant une opposition binaire amateur/professionnel et présentant de manière plus complexe la circulation des images semble être nécessaire.

2003

Les premiers téléphones portables avec une fonction caméra arrivent sur le marché.

Médias professionnels et images amateur

Avec la possibilité de diffuser quasi instantanément des images et des vidéos sur des blogs ou des sites Web, tout un chacun peut désormais rendre public ses images quand bon lui semble. Jusqu'alors, les images d'amateurs n'étaient, en général, rendues publiques qu'en cas de carence de la presse. En l'absence de photographes professionnels, ces documents, parfois maladroits, valaient par la force de leur témoignage.

Avant l'avènement de l'Internet, il était rarissime que soit ébranlé le monopole des journalistes sur l'information. Avec la multiplication des documents amateurs, c'est une petite révolution qui s'impose aux médias et, aujourd'hui, chaque événement majeur est documenté et commenté par des personnes présentes sur place, professionnelles ou non. Lors du tsunami dans le Sud-Est asiatique, des centaines de vidéos et de photographies d'amateurs ont afflué vers les rédactions. La *BBC* recevra plusieurs milliers de courriers électroniques contenant des témoignages dans les semaines qui suivront. C'est ainsi que naîtra l'idée de développer, pour la première fois, une rédaction spécialisée pour gérer ces contenus générés par les utilisateurs.

2004

Le tsunami qui frappe les côtes de l'Océan Indien est filmé par de nombreux touristes.

Cyber-Bullying : Ghyslain Raza, *The Star Wars Kid* (2003)

Les vidéos dites virales désignent des films qui atteignent rapidement une grande popularité sur l'Internet en étant diffusés sur des plateformes de vidéo ou sur des réseaux sociaux. La plupart du temps, elles véhiculent des contenus comiques et inoffensifs. L'exemple de Ghyslain Raza, connu comme le "Star Wars Kid", montre que les vidéos virales peuvent aussi avoir de graves répercussions sur la vie d'un être humain. En novembre 2002, ce Canadien de 15 ans se filme en train d'exécuter une chorégraphie de combat avec un sabre-laser *Star Wars* qu'il a bricolé. La vidéo est initialement réalisée pour un projet d'école, mais Ghyslain décide de ne pas la montrer en classe. La vidéo est alors volée par un camarade de classe qui la montre à trois autres élèves. Elle est ensuite digitalisée et mise à disposition sur l'Internet en avril 2003. Dans les mois suivants, la vidéo du *Star Wars Kid* est téléchargée des millions de fois et commentée avec des propos souvent humiliants. Elle est parodiée jusque dans des séries télévisées comme *South Park* ou *American Dad*. À cause de sa célébrité involontaire, le jeune homme doit quitter l'école et suivre un traitement psychologique. Sa famille porte plainte contre les quatre camarades de classe. Malgré l'obtention d'un arrangement qui assure un dédommagement à la famille, la vidéo du *Star Wars Kid* est toujours visible sur le Net, rappelant que les cybertraces sont difficilement effaçables.



Le procès de Milosevic

Dans de nombreux cas, la vidéo amateur vient illustrer une nouvelle ou révéler un fait. Dans certaines situations, elle peut également servir de preuve à une cour. Lors du procès de Slobodan Milosevic et des haut-gradés de son régime, au *Tribunal pénal international pour l'ex-Yougoslavie*, des images vidéo ont été utilisées quasiment à chaque audience. Certains généraux serbes ont été reconnus coupables de crimes contre l'humanité sur la base de vidéos.

Milosevic et ses partisans contesteront la légitimité de ces preuves et Nico Varkevisser, vice-président du *International Committee to Defend Slobodan Milosevic* dira: "le fait que les images jouent un si grand rôle vient du fait que l'accusation s'est basée sur des images... réelles ou composées."

2005

YouTube est fondé par trois anciens employés de *PayPal*.

Abigail Child, *The future is behind you* (2004)

The Future is Behind You est une fiction créée à partir de films de famille anonymes des années 1930 en Europe. Le film présente l'histoire de deux sœurs qui grandissent dans le spectre de l'histoire à venir. Abigail Child recherche dans le matériel récolté les histoires dans l'Histoire.



Playback-Cyber-Star : Gary Brolsma

The Numa Numa Guy (2004-2005)

Pendant l'été 2004, le morceau dance *Dragostea din tei*, du boys band moldave *O-Zone*, était en tête des charts européens. En décembre 2004, le jeune Gary Brolsma, du New Jersey, se filme avec une webcam alors qu'il interprète le hit en dansant et en bougeant les lèvres de manière synchronisée.

La vidéo du *playback* est d'abord publiée sur une page Internet puis distribuée comme pièce-jointe à des emails. Avec la création de *YouTube*, le téléversement et le téléchargement de vidéos est techniquement simplifié. Lorsque la vidéo de Brolsma arrive sur cette plateforme, la fièvre du *Numa Numa* (extrait des paroles du refrain) commence réellement. Brolsma, qui était déjà connu comme "Numa Numa Guy", déclenche avec sa performance un flot d'imitations et rend le genre du *playback* populaire dans les premières années de *YouTube*. On peut considérer ce phénomène comme une joyeuse célébration commune des nouveaux moyens de communication.

La série *South Park* proposera sa propre imitation de Brolsma et les magazines d'information américains parleront de ce phénomène Internet. Brolsma lui-même deviendra ainsi l'une des premières cyberstars.

2005

Suite aux attentats du 7 juillet, mise sur pied par la *BBC* du projet “Soyez nos yeux”, afin de récolter des images amateur – seules disponibles – des attentats dans le métro.

2006

YouTube est racheté par *Google* pour 1,65 milliards de dollars.

Les attentats de Londres vus au travers d’images amateur

Le 7 juillet 2005 à Londres, quatre explosions ont touché les transports publics de la ville, faisant 56 morts et 700 blessés. Trois explosions ont eu lieu dans le métro, dans un intervalle de 30 secondes, à 8h50, tandis que la quatrième a eu lieu dans un bus à 9h47. Ces attentats ont été commis le lendemain de la désignation de Londres pour les Jeux olympiques d’été de 2012 et le jour de l’ouverture du sommet du G8 en Ecosse.

Alors que la matinée s’écoule et que la compréhension des événements se précise, les images transmises par les télévisions se concentrent sur les témoins et les blessés. Mais, l’accès au métro étant bloqué, les journalistes sont conscients des limites imposées à leur capacité d’illustrer les explosions souterraines. C’est pourquoi la *BBC* prend rapidement la décision de mettre en ligne sur son site un appel aux contributions amateur, avec les mentions : “We want you to be our eyes” (soyez nos yeux) ou : “We want your pictures” (nous voulons vos images). La première photographie prise à l’intérieur du métro est diffusée à la télévision. Il s’agit bien d’une image d’amateur, mais celle-ci n’a pas suivi le canal ouvert par la *BBC*. Prise à 9h25, elle est envoyée sous forme de message électronique à plusieurs destinataires.

Frappantes et sinistres, avec leur halo de lumière trouant l’obscurité, ces premières images de l’évacuation du métro seront choisies le lendemain pour la une de plusieurs journaux, dont le *New York Times* et le *Washington Post*.

Real Fake : le blog *Lonelygirl15* (2006)

Le célèbre cartoon publié en 1993 par *The New Yorker*, qui portait la mention “on the Internet nobody knows you’re a dog” avait déjà pointé le problème de l’identité sur l’Internet. En juin 2006, à peine 13 ans plus tard, aucun internaute n’a soupçonné l’existence d’une équipe professionnelle derrière le journal intime vidéo de la blogueuse *Lonelygirl15*. Dans ses vidéos, Bree raconte d’une manière très touchante sa vie d’adolescente et ses conflits avec des parents très croyants. Elle est rapidement mondialement connue et acquiert un statut proche de celui d’idole de série TV. Les fans envoient plusieurs centaines de vidéos en réponse aux trente vidéos postées par *Lonelygirl15* entre juin et septembre. Cependant, assez rapidement, certains détails, comme la qualité cinématographique croissante des entrées, mettent la puce à l’oreille de quelques internautes qui seront à la source d’un large mouvement de scepticisme quant à l’authenticité du blog. On soupçonne *Lonelygirl15* d’être un produit de marketing d’une agence publicitaire et les vidéos envoyées en réponse de faire partie de cette stratégie publicitaire.

En septembre 2006, le vrai nom de *Lonelygirl15* est révélé, après que des blogueurs et des journalistes ont fait le rapprochement avec l’actrice néo-zélandaise de 19 ans Jessica Lee Rose. On apprend alors que le blog était un projet de trois jeunes cinéastes, qui ont connu un succès aussi immense qu’inattendu.

A la demande des fans, le blog a continué à fonctionner jusqu’en 2008, démontrant que le besoin de divertissement est parfois supérieur à celui de vérité.

Person of the Year : YOU (2006)

En 2006, le magazine *TIME* choisit comme personne de l’année “You”, désignant ainsi les millions d’internautes inconnus qui, par l’apport de leurs propres contenus, participent à l’utilisation commune et au progrès de sites comme *Wikipedia*, *MySpace*, *Facebook* et *YouTube*, mais aussi de systèmes d’exploitation libres comme *Linux*.

La page de titre montre un écran d’ordinateur sur laquelle est ouverte une fenêtre vidéo ressemblant à celle de *YouTube*. A l’emplacement où devrait se trouver la vidéo est collé un papier miroitant. “You” signifie tout le monde, le lecteur, les cinéastes amateurs... Depuis 1927, la personne de l’année est l’une des couvertures favorites du *TIME*, désignant celui ou celle qui a été le ou la plus influente au cours de l’année. En 1982, l’ordinateur personnel avait été élu “machine de l’année”, remplaçant la “personne de l’année”.

La vidéo amateur devient œuvre d'art

Le phénomène *YouTube* et les aspects démocratiques et collectifs liés aux nouveaux médias sont analysés de manière critique dans différentes œuvres contemporaines. De nombreux artistes se servent directement dans les plateformes virtuelles et recyclent les vidéos d'amateurs pour créer des films et des installations. Le recyclage de ces vidéos amateur trouvées sur le Net s'achève lorsque les résultats – les nouveaux montages – sont eux-mêmes rendus publics et mis à disposition sur ces plateformes. Aux côtés des musées, des galeries et de l'espace public, le cyberspace se révèle de plus en plus comme un nouvel espace de monstration pour l'art contemporain.

Chris Follows, par exemple, montre ses vidéos dans des galeries, mais aussi sur *YouTube*. Dans *71 Ranelagh Road* (2006), il transforme un ensemble de vidéos d'amateurs du monde entier, qui présentent toutes des espaces privés, en un intérieur étrange, inquiétant et global.

Hello World! Or: How I learned to stop listening and love the noise (2006) est une installation audiovisuelle de Christopher Baker qui connecte des vidéo-blogueurs des quatre coins du monde et mène une réflexion sur les médias démocratiques et participatifs, ainsi que sur le besoin élémentaire d'être entendu.

Matt, héros de publicité

Where the hell is Matt ? Cela vous dit quelque chose ? Un jeune américain, Matt Harding, crée le buzz en dansant partout dans le monde. Sa première vidéo, en 2005, est visionnée des millions de fois grâce au phénomène de bouche à oreille. Le jeune homme, inconnu jusqu'alors, devient une star de l'Internet. Une marque de chewing-gum, *Stridegum*, lui propose de financer un nouveau voyage. Lancée en 2006, la deuxième vidéo de Matt Harding prend ainsi la forme d'un outil de marketing. La publicité s'empare de la vidéo amateur.

From Zero to Hero

La vidéo amateur à la base d'une carrière

Il n'est pas rare que des personnes ordinaires deviennent d'un jour à l'autre connues grâce à la vidéo, *YouTube* et la communauté Internet. La plupart des cyberstars doivent leur célébrité à un objet précis et sont vite oubliées. Il existe cependant des exemples où une vidéo amateur montrée sur l'Internet a été la première étape d'une longue carrière professionnelle. La chanteuse new-yorkaise Terra Naomi est la première à être parvenue à obtenir un contrat avec une maison de disques, après s'être fait connaître grâce à *YouTube*. Pendant l'été 2006, elle réalise une "tournée" *online* en publiant chaque jour une nouvelle vidéo musicale. Avec sa chanson *Say it's possible*, elle crée un hit qui déclenche une vague d'euphorie de par le monde ; les fans adaptent la chanson en sept langues et remettent ces différentes versions sur le Web. Terra Naomi devient célèbre et gagne, en plus d'un contrat avec une maison de disques, le premier *YouTube Award* pour la *Best Music Vidéo 2006*.

De même, la percée internationale de la hollandaise Esmée Denter a eu lieu grâce à *YouTube*. Encouragée par les vidéos musicales d'amateurs, elle commence en 2006, à 17 ans, à enregistrer ses performances avec une webcam et à publier ses vidéos dans l'intention de recevoir des commentaires. Ses vidéos, dans lesquelles elle reprend des chansons pop et soul connues, deviennent des succès. En neuf mois, elle atteint plus de 21 millions de clics. S'ensuivent des invitations pour des émissions de télévision, des enregistrements studio en Europe et en Amérique ainsi que des rencontres et duos avec beaucoup d'artistes renommés comme Justin Timberlake. En 2007, Esmée fait la première partie de la tournée européenne de Timberlake, devant 70'000 spectateurs.



2007

87% des propriétaires de téléphones portables munis d'une fonction caméra l'utilisent.

L'exécution de Saddam Hussein

Fin 2003, Saddam Hussein est arrêté afin d'être jugé pour crime contre l'humanité. La sentence est annoncée par le Tribunal Pénal irakien le 5 novembre 2006. Saddam Hussein est condamné à mort par pendaison. Son exécution a lieu le 30 décembre 2006. Sur place, sa mise à mort est filmée par un témoin. On suppose que la vidéo, qui circule sur le net et qui a été diffusée sur plusieurs chaînes de télévision du monde entier, provient d'un téléphone portable.

Cette vidéo a suscité beaucoup de réactions, notamment de la Fédération internationale des ligues des droits de l'Homme qui a qualifié cette mise à mort de "réponse à la barbarie par la barbarie". La vidéo, de qualité médiocre, montre le visage du condamné détendu avant de s'égarer dans le décor des escaliers. Les dernières secondes zooment sur le visage de Saddam Hussein, déjà mort. Sur la toile, près de 2'500 vidéos répondent à l'appellation "Saddam Hussein".



Révolution safran

Aux mois d'août et de septembre 2007, le gouvernement birman augmente brutalement le coût de plusieurs énergies : essence, diesel et gaz. Des manifestations pacifiques contre cette décision sont organisées et les bonzes – dans leurs habits couleur safran – participent au mouvement.

Aucun journaliste étranger n'étant autorisé à entrer dans le pays et l'information étant contrôlée par les médias gouvernementaux, des journalistes anonymes entreprennent de couvrir les événements de l'intérieur, illégalement.

L'utilisation de petites caméras digitales et de l'Internet comme un relais de diffusion a permis à un relativement petit nombre de citoyens birmans d'avoir un impact très grand sur l'opinion publique internationale.

Peu de Birmans ont accès à l'Internet dans leur pays et les autorités ont rendu inopérante une partie du réseau après les répressions violentes du 29 septembre 2007. Le Web a tout de même joué un rôle important dans la diffusion de l'information, notamment vers l'extérieur du pays.

Un organisme nommé *Democratic Voice of Burma*, dont la mission est de diffuser une information impartiale et indépendante a notamment réalisé, grâce à ces images tournées en secret, des reportages qui présentent à la fois la situation dans le pays et le quotidien des journalistes qui risquent torture et prison pour rapporter des faits. Sortis clandestinement du pays, ces reportages ont ensuite été proposés sur l'Internet et diffusés par satellite, d'Oslo vers les postes de télévision de Birmanie.

A quoi je sers ?

Mademoiselle K, c'est du rock et c'est français. 2008 attend le second opus. Il est là. Prêt. Tellement prêt que pendant la diffusion du premier simple, on réaliserait volontiers un clip pour *Maman XY*, un autre titre sûrement moins médiagénique mais plébiscité par les fans. Seulement voilà, pour ça il faut une équipe de tournage, du matériel, du temps et... des fonds. Sauf qu'en ligne plus de 20'000 adhérents à la page officielle du réseau social bleu et blanc se pressent au portillon, qu'ils ont l'envie, quelques moyens rudimentaires et un peu de temps à tuer. Alors public, tu me le réalises ce clip ? Et il l'a fait ! 15 jours et un peu plus de 40'000 vues plus tard, 211 visions différentes sont publiées, prêtes à être sélectionnées, décortiquées et remontées avant une première projection à l'Olympia puis une mise en ligne officielle. Le cas n'est pas isolé : de plus en plus de professionnels font appel aux vidéastes amateurs, que ce soit pour réaliser leurs clips (Radiohead, Nine Inch Nails) ou des campagnes publicitaires. Souci économique, fidélisation des fans ou phénomène de société ? La question se pose légitimement. Les légendes punks rechignaient à apprendre la musique, tant que l'attitude y était et qu'un message émergeait de leur son. Il semble que ce soit un esprit qui tende à renaître de ces nouvelles pratiques où des amateurs œuvrent pour les professionnels. Les raisons ne sont plus les mêmes mais fi de la technique, ici seule la créativité paie !

Kutiman, *ThruYou* (2009)

Le projet de musique et de film *ThruYou*, du musicien israélien Ohpir Kutiel, alias Kutiman, fait sensation dans le monde de la nuit. Durant deux mois, Kutiman a choisi sur *YouTube* des vidéos amateur qui montrent différentes personnes en train de faire de la musique, de rapper, de chanter et d'improviser. Il a ensuite rassemblé fictivement ces différentes personnes, qui ne se connaissent pas, pour former un groupe. Le résultat est un album *mashup* de sept chansons. Les instruments jouant la mélodie sont présentés dans le film. Les coupures entre les différentes séquences produisent un rythme visuel qui accompagne le *beat*. Lorsque Kutiel a publié *ThruYou* sur son site Internet, celui-ci n'a pas supporté le trop grand nombre de visiteurs. Certains fans ont cependant enregistré ses vidéos et les ont téléversées sur d'autres sites, dont *YouTube*. *ThruYou* y a atteint plus d'un million de clics en moins d'une semaine. Kutiman rend hommage aux séquences qu'il cite, en indiquant explicitement dans son projet le lien vers les vidéos d'origine. Ainsi, le réalisateur ne se met pas en avant comme seul artiste mais renvoie aux vraies stars de son projet : les musiciens et les vidéastes amateurs.

Happy Slapping

Si la démocratisation de la caméra et des plateformes de diffusion de vidéo a permis à des citoyens muselés par des dictatures de communiquer avec l'extérieur ou à des femmes opprimées de parler de leur situation, elle a également engendré des dérives inquiétantes. Ainsi, le *Happy Slapping* (ou "vidéolynchage"), une pratique qui consiste à filmer l'agression physique d'une personne et dont les victimes sont loin de percevoir l'aspect "joyeux" présent dans la dénomination anglaise.

Cette pratique est apparue en Angleterre en 2005 et s'est ensuite répandue en Europe et en Amérique du Nord. En 2005 à Londres, deux jeunes immolent un homme pendant une séance de *Happy Slapping*. La même année en Irlande du Nord, des groupes de jeunes filment des attaques contre des équipes de pompiers. En 2006, dans les Yvelines, l'agression d'une enseignante est filmée avec un téléphone portable. En 2009, en Angleterre, un retraité est tué par deux jeunes qui filment la scène.

On peut légitimement se demander quel rôle joue la vidéo dans ces violences ; quand est-elle un moteur qui mène à des agressions et quand vient-elle se greffer à des attaques qui suivent un schéma déjà connu ?

Chatroulette

Avec la généralisation des webcams et des connexions Internet à haut débit, le chat sur le Web fait aujourd'hui la part belle à la vidéo. Parmi les multiples interfaces existantes, l'exemple de *Chatroulette* est singulier.

Un étudiant russe de 17 ans a l'idée de créer ce site Web qui met en contact deux utilisateurs, au hasard, par vidéo. Le principe connaît un succès extrêmement rapide, à ses débuts en novembre 2009. Trois mois plus tard, le site enregistre 800'000 connexions journalières.

Malgré le nombre très élevé d'utilisateurs conjointement en ligne, l'utilisateur est très souvent mis en contact avec des personnes pratiquant des activités exhibitionnistes. Le site témoigne par là-même des limites d'une structure totalement ouverte, quasiment sans modération.

De nombreuses vidéos, présentant toute sorte d'utilisations de *Chatroulette*, ont été réalisées et sont accessibles sur des sites de partage de vidéos.

2010

Le contenu de *YouTube* représente 10% du volume total de données sur l'Internet.

2010

50% des vidéos de *YouTube* sont commentées, évaluées ou recommandées.

La vidéo amateur dans la publicité

Avec la montée en puissance des sites de partage comme *YouTube*, et des réseaux sociaux tel que *Facebook*, les vidéos peuvent très rapidement être visionnées des millions de fois. On parle alors de "buzz" (voir ci-après). La publicité cherche à obtenir les mêmes résultats, parfois en utilisant des vidéos amateur, comme plusieurs exemples présentés ici en attestent.

Cependant, sur l'Internet, on ne peut pas tout maîtriser. Par exemple, le PDG de *Coca Cola* a annoncé qu'il ne contrôlait plus sa marque ni son image, lorsque des vidéos amateur montrant une réaction chimique créée par le mélange des bonbons *Mentos* avec la célèbre boisson provoquaient un buzz.

La vidéo amateur est devenue la cible des publicitaires, pour son aspect souvent original et intrigant, mais aussi parce qu'elle permet de toucher un public extrêmement large. Les agences de publicité se sont donc réapproprié l'esthétique de ces vidéos, jouant avec les consommateurs selon un principe de connivence et développant des campagnes basées sur un principe de *teasing*, où la marque reste inconnue, créant le *buzz* avant de se révéler.

2010

Chaque minute, plus de 35 heures de vidéos supplémentaires sont téléversées sur YouTube.

Le sexe amateur à l'ère du Web 2.0

Depuis vingt-cinq ans, la vidéo amateur s'est imposée comme la force motrice de l'industrie pornographique. Récusant l'univers ultra-codifié du X traditionnel, de ses performances fictionnelles, de ses corps taillés au scalpel, le "porno amateur" se veut d'abord une représentation du réel, une vision plus authentique.

Boosté par l'avènement du Web 2.0, le cybersexe est désormais accessible à tous, en tout temps et partout. Avec 80% de parts de marché, l'amateur y est roi. Mais si l'Internet a popularisé le genre, il ne peut revendiquer sa paternité. Bien avant que les ébats de Paris Hilton ne fleurissent sur la toile, Marilyn Monroe enregistrerait déjà ses prouesses érotiques dans les années 1950.

Les célébrités le savent mieux que quiconque : exposer sa sexualité en public, c'est avant tout se mettre en scène, se signifier au monde à travers ce que Rosalind Krauss appelle une "clôture narcissique". La médiatisation totale du soi, intentionnelle ou non, abolit la frontière entre public et privé et offre à l'observateur une immixtion privilégiée dans l'intimité de l'Autre.

Eloignée du monde fictionnel, la pornographie amateur comporte des éléments assimilables à la vie de tous les jours ; des éléments de décor domestique, des protagonistes aux corps imparfaits, le tout filmé avec une qualité d'image souvent médiocre. Libérée des carcans du professionnalisme, elle permet au spectateur de s'identifier au spectacle qui lui est donné. Un spectacle d'autant plus attrayant pour le témoin qu'il ne lui est, dans certains cas, pas destiné.

2010

Il faudrait plus de 1700 ans pour regarder toutes les vidéos disponibles sur YouTube.

Buzz

Le mot “buzz” (en français “bourdonnement”) est utilisé par les anglophones dès le XVII^e siècle pour désigner une rumeur bruyante. Aujourd’hui, le terme est fréquemment lié au contexte du marketing. Faire un *buzz* consiste à engendrer un grand bruit autour d’un produit ou d’un événement, en un temps très court. La technique consiste à transformer le consommateur en vecteur du message, en lui faisant relayer l’information.

Par extension, le terme s’applique non seulement à une technique de marketing, mais aussi au visionnage d’un contenu précis par énormément de personnes sur un court laps de temps.

La révolution de l’Internet 2.0 a ouvert la possibilité de faire un *buzz* à tout utilisateur, que cela soit à des fins commerciales, auto-promotionnelles ou par simple plaisir. Avec l’arrivée de la vidéo numérique pour tous et de plateformes de diffusion comme *YouTube*, l’image en mouvement est devenue un format privilégié du *buzz*. Dépasant le bouche-à-oreille classique, le *buzz* circule aujourd’hui sur les réseaux sociaux et les blogs, accélérant sa diffusion et augmentant considérablement son volume sonore. De nombreux médias traditionnels se sont réapproprié le concept. Un bon exemple est *La Tribune de Genève* qui propose une section “buzz” sur son site Internet.

Projets collectifs liés à la vidéo amateur

Des projets cinématographiques comme *Life in a Day* (2010) de Kevin Macdonald (réalisateur) et Ridley Scott (producteur) demandent la participation active des amateurs. Le contenu complet de ce film est produit par les utilisateurs, qui sont invités à documenter un jour sur la planète. Le 24 juillet 2010 plus de 80’000 personnes venant de 197 pays différents ont filmé un bref aperçu de leur vie quotidienne et téléchargé la séquence sur *YouTube*. Pendant qu’un groupe de professionnels s’occupe de monter les différentes séquences en vue d’un long-métrage, les contributions peuvent être visionnées en parallèle sur le Net. Une fois le long métrage achevé, il sera présenté, en janvier 2011, au *Sundance Film Festival* ainsi que sur *YouTube*.

2010

Le 17 décembre, des manifestations à Sidi Bouzid, en Tunisie, marquent le début du printemps arabe, dans lequel la diffusion de vidéos amateur jouera un rôle central.

2011

Le 22 octobre, peu après la mort de Kadhafi, des vidéos amateur montrant les derniers instants du dictateur circulent et sont diffusées rapidement par Al Jazeera. Ces images de déchéance semblent répondre aux années de propagande du régime.

Fermeture des réseaux Internet et téléphone en Égypte

Le 27 janvier 2011, deux jours seulement après les manifestations qui marquent le début de la Révolution Égyptienne, le gouvernement prend la décision de couper l'ensemble des réseaux de téléphonie mobile et de l'Internet. Si d'autres gouvernements avaient auparavant bloqué l'accès à certains sites – notamment les réseaux sociaux – dans des périodes de troubles, c'est la première fois que l'on assiste à un acte aussi radical de censure.

Le gouvernement égyptien tente ainsi d'empêcher la circulation d'informations sur les événements, qu'il s'agisse d'éléments permettant leur organisation et facilitant le ralliement du plus grand nombre, ou de vidéos témoignant de la violence de la répression et de l'ampleur des manifestations.

Si les réseaux sociaux ont pu favoriser la répression dans certains cas (les autorités égyptiennes ont notamment réalisé des opérations de *fishing* sur des profils d'utilisateurs *Facebook* et *Twitter* pour tenter d'obtenir des renseignements sur les protestataires), la décision de fermer l'ensemble du réseau témoigne de la crainte des régimes autoritaires à l'égard des technologies informatiques, attestant de leur potentiel révolutionnaire. Blogs et réseaux sociaux ont permis de diffuser de l'information, notamment par le biais de vidéos amateur, avec une rapidité et une efficacité qui faisaient défaut aux médias traditionnels. Dans un reportage sur le rôle des nouveaux médias dans les révolutions arabes, la chaîne de télévision *Al Jazeera* dira : "alors que les informations et vidéos sur les protestations se répandaient comme un virus par le biais de *Twitter*, qu'une révolution se mettait en marche, les médias dominants commençaient à peine à rattraper leur retard".

Les réseaux sociaux, de par leur dimension virale – incontrôlable, fulgurante et sans frontières géopolitiques – ont fonctionné comme un important facilitateur des révolutions arabes.

***The Birds* – France 24**

Pendant la révolution de jasmin, la chaîne d'information *France 24* – qui a pour ambition de devenir une “CNN française” – voit ses audiences monter fortement dans les pays arabes. Pendant cette période, la chaîne a une présence très forte sur *Twitter*, se mettant en lien avec les vidéos amateur documentant les événements (notamment celles marquées du *hashtag* “#SidiBouزيد”). Pour célébrer la réussite, au niveau de l'audimat et de la politique, de l'alliance des médias traditionnels et des nouvelles technologies (fonctionnant comme une puissante alternative dans les pays où la presse officielle est muselée), *France 24* fait produire un film d'animation. Inspiré des *Oiseaux* de Hitchcock et du dessin animé *Le Roi et l'Oiseau* de Grimault, *The Birds* met en scène la chute des dictateurs tunisien, égyptien et libyen, attaqués par des oiseaux bleus évoquant le logo de *Twitter*.

Chine: une vidéo amène une remise en question sociétale et politique

C'est une scène insoutenable, choquante. Le 13 octobre 2011, une caméra de surveillance filme un marché dans la ville de Foshan, en Chine. On voit une fillette se faire doublement écraser par une fourgonnette puis, dans l'indifférence générale, se vider de son sang avant d'être de nouveau écrasée par un véhicule pour finalement être traînée sur le côté de la route par une femme. Une vingtaine de personnes auront contourné la petite fille agonisante avant cette intervention. Yue Yue, la fillette, décèdera la semaine suivante à l'hôpital. Du premier chauffeur – qui admettra avoir roulé deux fois sur la fillette dans l'espoir de la tuer car cela lui coûterait moins cher que de devoir payer les indemnités d'une enfant vivante mais handicapée – aux passants indifférents, comment comprendre qu'un tel fait puisse se produire? Au-delà du drame personnel de cette fillette et de sa famille, la diffusion de cette vidéo sur l'Internet a suscité une prise de conscience de nombreux chinois sur les dysfonctionnements de leur société. Les prises de parole se sont multipliées pour dénoncer une montée de l'individualisme, mais aussi une justice arbitraire, qui accuse parfois les personnes se portant au secours d'autrui d'être responsables de leur infortune, les condamnant parfois au versement de lourdes indemnités. C'est bien la peur et non l'indifférence qui empêcherait la solidarité de s'exprimer. Suite à cet événement, une loi est à l'étude pour pénaliser la non-assistance à personne en danger.

Pourtant, dans ce dramatique accident, c'est bien la responsabilité des politiciens qui est mise en cause par un grand nombre d'intellectuels, de journalistes et de blogueurs. Ils dénoncent un régime qui, privant le peuple de tout pouvoir, l'exempte également d'avoir des devoirs et une conscience sociale. A travers les images de la petite Yue Yue et des débats nourris qu'elles ont suscités sur la toile, ce sont peut-être les droits de l'Homme qui vont progresser en Chine.

Bibliographie sélective

Beißwenger, Achim, *YouTube und seine Kinder: Wie Online-Video, Web TV und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen revolutionieren*, Nomos, 2010.

Buckingham, David et Rebekah Willett, *Video Cultures: Media Technology and Everyday Creativity*, Palgrave Macmillan, 2009.

Cayrol, Roland, *Médias et démocratie: la dérive*, La bibliothèque du citoyen, Presses de Sciences Po, Paris, 1997.

Gillmor, Dan, *We the media. Grassroots Journalism by the People, for the People*, O'Reilly, 2004. Entièrement consultable gratuitement en ligne à l'adresse suivante : <http://oreilly.com/openbook/wemedia/book/index.html>

Howe, Jeff, *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business*, Crown Business, 2008.

Ishizuka, Karen L. et Patricia R. Zimmermann, *Mining the Home Movie: Excavations in Histories and Memories*, University of California Press, 2007.

Juhasz, Alexandra, "Learning the Five Lessons of YouTube: After Trying to Teach There, I Don't Believe the Hype", in : *Cinema Journal* 48 (2), 2009, pp. 145-150.

Keen, Andrew, *The Cult of the Amateur: How Today's Internet is Killing Our Culture*, Crown Business, 2007.

Mesch, Gustavo et Ilan Talmud, *Wired Youth*, Routledge, New York, 2010.

Park, Jane, "An anthropological introduction to YouTube", <http://kiranyum.blogspot.com/2008/10/anthropological-introduction-to-youtube.html>, 2008.

Rosenberry, Jack et Burton St John, *Public Journalism 2.0: The Promise and Reality of a Citizen-Engaged Press*, Routledge, New York, 2010.

Ruoff, Jeffre (ed.), *Virtual voyages : cinema and travel*, Duke University Press, Durham, 2006.

Salvato, Nick, "Out of Hand: YouTube Amateurs and Professionals", in : *TDR: The Drama Review* 53 (3), 2009, pp. 67-83.

Schneider, Alexandra, *Die Stars sind wir*, Schueren Presseverlag Gmb, 2004.

Stuart, Allan, *Citizen Journalism: Global Perspectives. Global crises and the media vol. 1*, P. Lang, New York, 2009.

Zimmermann, Patricia Rodden, *Reel families: a social history of amateur film*, Indiana University Press, 1995.

Impressum

Conception et réalisation du projet

microsilons, Helen Baumann, Lea Fröhlicher, Christina Gasser.

Alimentation de la base de données

- Enfants du Foyer Frank-Thomas, invités par La Maison de Quartier des Eaux-Vives. Avec Barbara San-Antonio, animatrice.
- Classe de l'école de commerce Aimée-Stielmann. Avec Sarah Girard, enseignante en arts plastiques.
- Étudiants du Master en sciences de la communication et des médias, département de sociologie, Université de Genève. Avec Katharina Niemeyer, enseignante.
- Classes 4aM et 4bM, Kantonsschule Solothurn. Avec Patricia Schneider et Ulrich Schneider, enseignants.
- Classes 3a et 3bm, Bezirksschule Biberist. Avec Filiz Bildik, enseignante.
- Jungendtreff Bronx (maison de quartier) / Jugendarbeit Länggasse Bern, groupe de filles et groupe de garçons. Avec Andrea Graziano, Florian Binder et Thomas Neuenschwander, animateurs.

Réalisation de l'interface de la base de donnée

Emmanuel Piguet, Pablo Lavalley (graphisme)

Rédaction des textes

Helen Bauman, Lea Fröhlicher, Christina Gasser, microsilons, Tamara Chavent ("L'exécution de Saddam Hussein"), Maxence Garin ("America's Funniest Home Videos"), Benjamin Keller ("Le sexe amateur à l'ère du Web 2.0"), Laura Maschio ("A quoi je sers ?"), Christophe Mettral ("Le Dogme95: une arme anti-Hollywood"), Yasmina Monteiro ("Quand la télé devient télé-réalité" et "The Real World"), Patrick Philippoz ("L'utilisation de la vidéo amateur dans la publicité" et "Matt, héros de publicité"), Julia Portier ("The Blair Witch Project").

Édition

microsilons

Remerciements

Barbara Bader et la Haute école des arts de Berne, Carmen Mörsch, German Silveira.

Le projet s'inscrit dans la recherche "Kunstvermittlung in Transformation", soutenue par le Fonds DORE (DO REsearch) du Fonds national suisse (FNS) de la recherche scientifique.

Publication réalisée dans le cadre des projets de médiation du Centre d'Art Contemporain Genève.

Avec le soutien du Fonds d'art contemporain de la Ville de Genève.

