

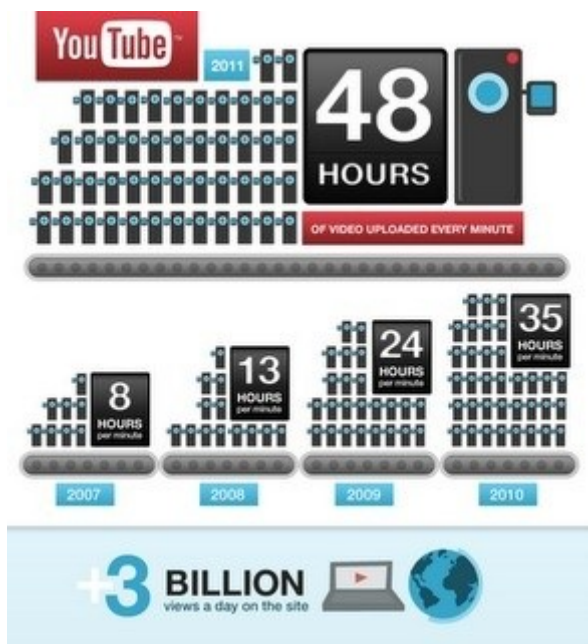
# De la conversation créative. Mashup, remix, détournement: nouveaux usages des images sur les réseaux sociaux.

Laurence Allard, MCF Université Lille 3 et chercheuse associée à l'IRCAV de Paris 3. Conférence donnée le 25 juin 2011 au Forum des Images dans le cadre du *Mashup Film Festival*.

## A-La culture du mashup vidéo

### 1-Pourquoi le mashup vidéo?

La vidéo demeure une expérience centrale du web. Ainsi, 85% sites d'information proposent des vidéos. Youtube en est le service emblématique : 48 h de vidéos envoyées chaque minute sur Youtube et 3 milliards de pages vues par jour. 62% des vidéos *user generated content*



### 2-Ce que n'est pas la culture du mashup vidéo.

Nous allons documenter ici culture du mashup vidéo en mixant internautes ordinaires et artistes-remixeurs. Nous insistons sur le fait que les exemples présentés ici ne relèvent pas tous d'une intention artistique. Nous parlerons de façon générique de membres créatifs du public à l'origine en grande partie des contenus du web. Il s'agit de ce pas céder à la folklorisation des pratiques ordinaires et muséifier par avance les enjeux sociaux des pratiques expressives basées sur le remix. Il s'agit également de veiller à ne pas réifier un statut spécifique d'« amateur de mashup » à l'âge de la « réversibilité culturelle » qui n'amènerait qu'à faire du surplace descriptif.

### 3-Les conditions socio-économiques de la culture du mashup vidéo sur internet

« Le changement essentiel que l'Internet a apporté est la décentralisation radicale des moyens élémentaires de production de l'information, du savoir et de la culture (traitement, stockage, communication, localisation et détection) qui sont distribués dans l'ensemble de la population. Donc, pour la première fois depuis le début de la révolution industrielle, les moyens élémentaires de production, et les apports fondamentaux (sens de l'humain, sociabilité, créativité) ainsi que les moyens matériels sont entre les mains de la majorité de la population. »Yoshai Benkler, *La richesse des réseaux*, PUL, 2009, p.34-35.)

Posons comme repère historique : Napster en 1999 et la possibilité d'échanger titre par titre en pairsP2P comme technologie de la singularisation culturelle, de l'appropriation personnelle pop culture et des flux médiatiques. La conséquence socio-culturelle en a été une forme de réversibilité des rôles culturels mettant fin à la tripartition issue de la modernité esthétique entre auteur/critique/spectateur-public. Ce qui donne lieu sur Internet à des pratiques culturelles en lecture/écriture dite *Read/Write Culture* (Lawrence Lessig) ou encore une *Participatory Culture* (Henry Jenkins). Une étude a tenté de quantifier cette réversibilité des rôles en sept.2010, Forester a proposé cette répartition quantitative : 52% lecteurs, 19% commentateurs, 11%auteurs.

#### *4. Les origines sociologiques de la culture du mashup vidéo sur internet.*

Rappelons le contexte sociétal contemporain de l'individualisme réflexif expressif. Cela renvoie à la possibilité à minima de réfléchir à qui l'on veut être. Internet peut être considéré comme un espace de réflexivité voire d'exploration/expérimentation dans la formation de son identité personnelle et sociale. A travers les expressions de soi digitales, se crée un moi cubiste, une identité à facettes. Comme l'illustre par exemple la possibilité même d'avoir plusieurs comptes sur réseaux sociaux (5 skyblogs en moyenne) ; d'inventer plusieurs pseudos en fonctions de sites visités et centres d'intérêts explorés ou s'imaginer être une blogueuse syrienne lesbienne quand on est un américain blanc et marié. Est ici pointée la performativité du Je comme signe : agir par l'intermédiaire du langage sur soi avec les autres via images, textes, sons. Nous reprenons le sens de «s'exprimer» suivant Charles Taylor (1999) qui a décrit l'expressivisme comme l'une des sources du moi moderne : s'auto-formuler à travers une forme. Internet peut ainsi être défini comme une « technologie du soi », c'est-à-dire « une des « procédures, comme il en existe sans doute dans toute civilisation, qui sont proposées ou prescrites aux individus pour fixer leur identité, la maintenir ou la transformer en un certain nombre de fins » (Michel Foucault, « Subjectivité et vérité » in *Dits et Ecrits* 1981, Gallimard, 2001, p.304)

### **B- Les conversations créatives sur internet**

Mais nul ne s'exprime dans le vide. Sur internet on s'exprime et on interagit à travers des contenus venus d'autrui - amis famille ou sites de confiance – que l'on a fait sien, que l'on s'approprie symboliquement par exemple en les partageant. Ce qu'on peut désigner comme des « conversations créatives.»

#### *1-Quelques chiffres.*

On peut citer cette étude de Nielsen/AOL (mai 2011) pour quantifier cette observation aux USA : L'ensemble des internautes dit partager des contenus en ligne mais particulièrement chez les 25-34 ans qui représentent près d'un quart des "partageurs" mais aussi les femmes qui

forment 62 % des "partageurs de contenus". C'est entre amis ou avec la famille que sont échangés des liens vers des contenus autour d'informations touchant d'abord à la pop culture (35%). En France, plus de 5,5 millions de personnes qui consultent des vidéos sur internet les ont déjà partagées sur un blog, un réseau social ou un site de partage de vidéo (Médiamétrie, juin 2010)

## 2-Quelques procédés standardisés de la conversation créative.

Sur Internet donc, on s'exprime et on interagit par l'intermédiaire de contenus que l'on s'approprie symboliquement. Les internautes s'approprient symboliquement ces contenus par différents procédés plus ou moins standardisés et la plupart du temps sans les transformer matériellement. Par exemple, il est possible de liker/partager sur ses comptes de réseaux sociaux/retweeter/embeder/commenter



## C- La remixabilité profonde comme matière de l'expression sur Internet

Par conséquent, si ces « conversations créatives » sont constituées de contenus pré-existants appropriés selon différents procédés plus ou moins standardisés, le web est tramé dans une remixabilité profonde qui va des images au code informatique (cf le *code embed*).

### 1-Qu'est-ce que la remixabilité profonde ?

Lev Manovich, théoricien des nouveaux médias, estime que la « remixabilité » est devenue le principe même de construction de l'univers des médias digitaux. La « remixabilité profonde » ne concerne plus seulement les professionnels mais

également les amateurs qui n'ont pas seulement en mains les moyens de production de leurs propres contenus mais ont également accès aux contenus des professionnels dans la mainstream database que représente Internet (Lev Manovich, *Software takes commands*, 2008). En bref, chaque internaute fait du mashup sans le savoir comme Mr Jourdain faisait de la prose

## *2-Poïétique ordinaire du copier-coller : du skyblog à la poop culture*

Une remixabilité profonde à œuvre dans pratiques d'expression digitales et conversations créatives. D'une part, il peut s'agir de la poïétique ordinaire du copier-coller comme le fait de confectionner lers blogs avec des photos de petits chats, des codes embed de clips vidéos, des commentaires d'amis. Sont ainsi formés des agencements de contenus, montages de différents textes issus de différentes sources. D'autre part, il existe des pratiques d'appropriations transformatives de contenus. On peut mentionner le genre «*Poop*» qui consiste en un tronçonnage d'émissions de télévision ou dessins animés ou de jeux vidéos (Super Mario, Zelda, Tintin) mixés en petites unités montées : l'ultime mashup comme son nom l'indique...On pourra compter désormais sur e genre «*mashup film festival*» que le Forum des Images aura impulsé avec les compétitions qui ont lieu ici. Une étude en perspective.



## **D-Le Videoprotest : S'exprimer pour commenter ou raconter autrement.**

Il existe donc des appropriations transformatives de second degré par rapport au copier-coller ordinaire. Ce qu'on désigne par remix, mashup et détournement parodique et qui suppose différents procédés de transformations : Retitrer/Recatégoriser/Resonoriser/Recadrer/Remonter/Mixer de petites unités ou Mashuper des contenus intégraux/Re-crée. Ces appropriations transformatives qui font écho à la politique du montage de Vertov reprise par les situationnistes : produire un discours par le montage dépassant le sens interne de chaque image. Nous allons présenter ici un corpus de politisations du mashup vidéo : exprimer et partager une protestation via des contenus initiaux que l'on a transformés à travers différents procédés

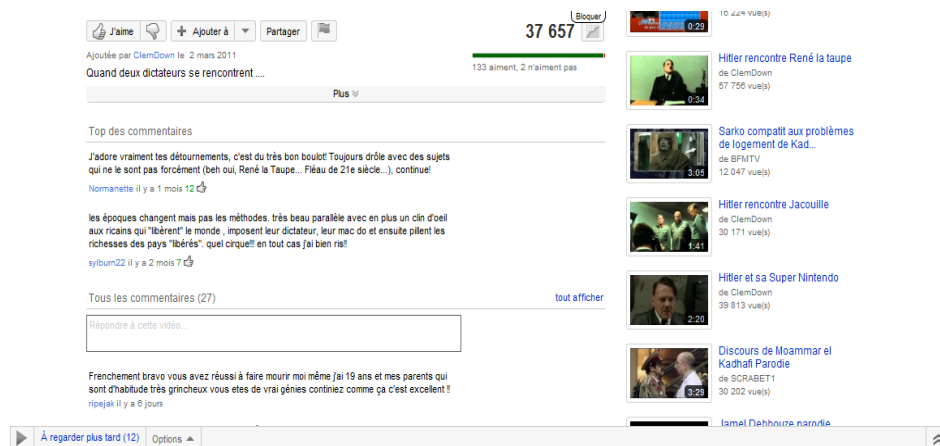
### *1-Mashup Vidéo protest 1 : Emeutes de banlieue en novembre/décembre 2005.*

Comment les jeunes de banlieue se sont réappropriés le flux télévisuel et le commentent à leur façon mixant chansons rap et extraits de J.T. Ainsi par exemple «Tueries de Lascars», Eikichi, 2005. Certains iront jusqu'à recréer en machinimale fil des événements avec un logiciel qui permet de réaliser des séquences cinématiques sur la base d'images de synthèse. C'est l'exemple bien connu de « French Democracy », Alex Chan, 2005.



## *2-Mashupvideoprotect 2 : des patterns narratifs universaux.*

Il existe une série importante de mashups de « La chute » Oliver Hirschbiegel, 2004. Le film est traité comme un pattern narratif universel qui devient toile de fond permettant de re-décrire des événements en tout genre. Ce pattern narratif universel est celui du Mal vaincu



Le film « Avatar » de James Cameron (2009) se prête également à la réécriture avec son patterne de la lutte des faibles contre les forts. Deux exemples ici viennent illustrer ce mouvement : des palestiniens chassés de leurs terres (film rejoué IRL et posté sur YouTube) et des parents d'élèves du Havre protestant contre la fermeture d'une classe.



### **E-Aux origines artistiques du mashup vidéo politisé : le détournement filmique situationniste.**

Il nous faut ici citer «La dialectique peut-elle casser des briques », René Viennet (1973), qui a proposé un re-doublage intégral du film chinois « Crush » de Kuang chi-Tu. Brièvement rappelons que les situationnistes, suite à l'échec des avant-gardes des années 20, vont tenter à nouveau de chercher à politiser l'art en détournant notamment la culture populaire – cinéma, bande-dessinée ou publicité – afin de subvertir son discours au profit d'un propos politique de gauche radicale. Comme l'écrivent Guy-Ernest Debord et Gil J. Wolman, « Dans son ensemble, l'héritage littéraire et artistique de l'humanité doit être utilisé à des fins de propagande partisane » (Guy-Ernest Debord et Gil J. Wolman , « Mode d'emploi du détournement » in Les lèvres nues, n°8, mai 1956).





## F-Mashup vidéo et Cultural Jamming et droit de citer

Le mashup vidéoprotestaire sur internet prend ses sources dans le détournement filmique situationniste et participe maintenant d'un ensemble plus large désigné comme le "cultural jamming" (que l'on peut traduire par "sabotage culturel").

### 1-Le Cultural Jamming.

Suivant Mark Dherby dans son célèbre article, "Cultural Jamming: Hacking, Slashing and Sniping in the Empire of Signs" (de 1997), le terme *cultural jamming* a été utilisé pour la première fois aux USA par le collage band Negativland pour décrire le sabotage des médias afin de résister à l'envahissement des flux des médias de masse. Le studio du *cultural jammer* est le monde entier. C'est une catégorie élastique qui recouvre une multitude de pratiques sousculturelles. Le *hacking* contre les géants de l'informatique, le *slashing* ou les détournements pornographiques de Star Trek publiés dans les fanzines. J'ai repris ce terme pour toutes les formes de brouillage de la consommation de masse. Les piratages radios et télévisés, la contre-surveillance vidéo, les détournements publicitaires sont les modes opératoires du cultural jamming. Il faut savoir que Negativland est un groupe de musiciens expérimentaux créé en 1979 en Californie, qui par le biais du mashup vidéo revendique le droit de s'approprier matériellement des matériaux préexistants.

### 2-Sous le mashup vidéo, la cause du droit d'auteur.

Negativland plaide le «droit de citation». D'après leur argumentation : «comme l'a montré Duchamp, l'acte de sélectionner peut être une forme d'inspiration aussi originale et significative que n'importe quelle autre» (in *Libres enfants du savoir numérique*, sous la dir. de Olivier Blondeau et Florent Latrive, ed. L'Eclat, 2000). Nous pouvons repérer le rôle traditionnel dévolu à la critique artiste de mise en forme d'un problème public par différents procédés de discours ou de mises en scène. C'est le cas avec la projection des détournements filmiques en 2003 lors d'une performance des activistes du copyright intitulée "WIPO vs WSIS". Sur la façade de l'OMPI furent projetés "Little Mermaid" de Negativland et Tim Maloney (2002) ainsi que "The Artwork in the Age of its Mechanical Reproducibility by Walter Benjamin as told to Keith Sanborn", de Keith Sanborn (1996).



## **G- Du cultural jamming au crowdsourcing (1997-2011).**

### *1-La participatory culture : droits d'auteurs vs droits du public*

Comme le résume Henry Jenkins, « ces dix dernières années, le web a fait passer ces consommateurs qui se tenaient aux marges de l'industrie des médias sur le devant de la scène. Et les lecteurs voyous sont devenus des « consommateurs d'inspiration » selon le mot de Kevin Robert. La participation est considérée comme l'un des modes opératoires normaux des médias et l'on débat désormais des conditions dans lesquelles cette participation peut s'accomplir (Henry Jenkins « La convergence culturelle à l'âge digital », trad. In *Cultural Studies, Anthologie*, 2008). C'est l'une des sources du conflit actuel autour des droits d'auteur qui semblent s'opposer aux droits du public. Ce « public à qui on a donné le pouvoir grâce à ces nouvelles technologies et qui occupe désormais un espace à l'intersection des anciens et des nouveaux médias exige de participer à cette nouvelle culture. Les créateurs qui ne parviendront pas à aller au rythme de cette nouvelle *participatory culture* verront leur public et leurs bénéfices décliner. Les luttes et les compromis qui en résulteront définiront la culture publique de demain » (Henry Jenkins, *Convergence Culture*, 2006, NYUP, trad française in MM 21. « 2.0 ? Culture Numérique, Cultures Expressives, INA-Armand Colin, 2007)

### *2-Quand remix et mashup font l'audience : l'audienciation.*



Nous voudrions conclure en soulevant la problématique de la légitimité socio-culturelle et du caractère juridiquement loyal de ces pratiques expressives transformatives. Car *de facto*, elles nourrissent le modèle d'affaire du web 2.0 dit crowdsourcing, c'est-à-dire l'alimentation du web en contenus par les internautes eux-mêmes. Le *crowdsourcing* a été défini ainsi : « Toutes les sociétés qui ont grandi à l'âge d'Internet ont compris les avantages d'un monde connecté. Mais maintenant, le potentiel productif de millions d'enthousiastes pluggués attire l'attention du monde des affaires plus ancien. Pendant des décennies, des entreprises sont allées chercher du côté de l'Inde ou de la Chine, des travailleurs bon marché. Mais maintenant, l'important n'est plus où se trouvent les travailleurs, qu'importe qu'ils soient en Indonésie ou dans l'immeuble d'à côté, pourvu qu'ils soient connectés au réseau. » (Jeff Howe, Wired, 2006).

Un aspect méconnu du crowdsourcing peut être délimité par la notion d'audienciation. L'audienciation vient signifier ce mouvement d'une audience qui se co-produit elle-même à travers les différents procédés de la conversation créative (liker, partager; commenter) et des pratiques transformatives de remix/mashup/détournement parodique. A travers ces pratiques d'audienciation, les contenus du web sont diffusés, promus et popularisés gracieusement de par les expressions et interactions des internautes. L'audienciation constitue l'un des piliers du marketing 2.0 de la pop culture qui par ailleurs soutient une loi de « protection pénale de la propriété intellectuelle » (dite Hadopi). Rendons ici hommage à Lady Gaga qui applique les leçons de l'audienciation de façon magistrale

### *3-Quand remix et mashup font l'audience : Lady Gaga Branding.*

Pour la sortie de « Born thisway », Lady Gaga a proposé aux fans français de créer, sur une minute de la chanson, une vidéo « montrant pourquoi ils sont uniques » (sic) La vidéo doit être mise en ligne et chacun devra promouvoir sa vidéo afin d'augmenter le nombre de vues. Les 25 « LittleMonsters » dont les vidéos auront été les plus vues seront conviés le 15 juin à assister aux « Little Monsters Vidéo Awards » en présence de Lady Gaga et les 125 autres gagnent albums dédicacés ou t-shirts etc.



Ajoutée par oxugene13 le 9 mai 2011

Cliquez sur Partager! Merci!

Push the Share button! Thanks! Pulse el botón Compartir! Gracias!

Premere il pulsante Condividi! Grazie!

Drücken Sie die Teilen-Taste! Vielen Dank!

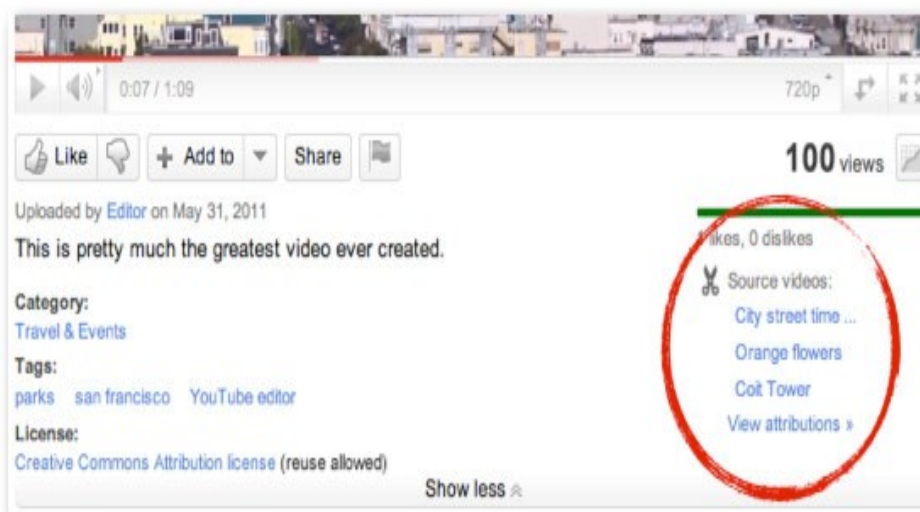
And if you like, you'll like this : <http://www.youtube.com/watch?v=iuEoWH1XlFY>

80 aiment, 31 n'aiment pas

## Conclusion : Plaidoyer pour un usage loyal par et pour les publics.

Aux USA, depuis le 1er juin 2011, Youtube intègre dans son éditeur de montage embarqué la possibilité de choisir de mettre sa vidéo sous licence Créative Commons By 3.0 (autorisation des remixes où sont mentionnés les sources et les auteurs avec possibilité d'usages commerciaux). Nous nous trouvons en face ici de l'économie peu connue du mashup sur Youtube qui finance le montage de sociétés par des Youtubers stars comme les Gregory Brothers, créateurs de la chaîne "Auto-Tune the News" comme *Bed Intruder Song* (remix de témoignages sur un violeur via le logiciel correcteur de fausses notes baptisé Auto Tune).

Il existe une notion plaudable d'usage loyal dite *Fair Use* pour ces pratiques expressives de mashup. Le *Fair Use* concerne les usages transformatifs qui servent un propos et dont la nature supplétive enrichit le matériel utilisé. (Copyright Act, 1976, articles 108-122). Depuis Juillet 2010 aux USA, le *Fair Use* est reconnu pour les remixeurs et créateurs amateurs qui utilisent des extraits de DVD pour créer de nouveaux travaux non commerciaux dans un but de critique ou de commentaire si ce procédé est nécessaire à leur propos.



Il est possible de plaider pour un usage loyal par et pour les publics en Europe et en France. Dans un rapport de l'OCDE, il était indiqué la nécessité de faire la distinction entre un remix créatif et une atteinte aux droits d'auteur de type contrefaçon à l'ère du web participatif (Rapport 2006 de l'OCDE sur le web participatif). Ce rapport en appelait à la problématique du *Fair Use* dans le droit européen et établissait la légitimité de remixes, où des contenus copyrightés sont transformés (*derivative works*) et postés sur des plates-formes de partage vidéo en fonction de trois points : un contenu accessible sur Internet, un contenu qui reflète un effort créatif et créé hors des routines professionnelles. La convention de Berne et les accords ADPIC, dans l'article 9.2, stipule également la légalité de telles pratiques si elles portent sur des usages précis, ne compromettent pas l'exploitation normales de l'œuvre et ne portent pas préjudice aux intérêts légitimes des auteurs. Le chantier reste donc en immense.