

**UNIVERSITE GALATASARAY  
INSTITUT DES SCIENCES SOCIALES  
DEPARTEMENT DE RADIO, TELEVISION ET CINEMA**

**LES VIDEOBLOGUES: DEMOCRATISATION OU  
DEGRADATION DE L'IMAGE**

**THESE DE MASTER RECHERCHE**

**Ece VİTRİNEL**

**Directrice de Recherche: Doç. Dr. Hülya UĞUR TANRIÖVER**

**SEPTEMBRE 2008**

## **REMERCIEMENTS**

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont permis et facilité la réalisation de ce travail.

Plus particulièrement, je tiens à remercier Doç. Dr. Hülya UĞUR TANRIÖVER qui a accepté de m'encadrer dans la réalisation de cette étude et m'a aidé tout au long de ce parcours avec ses conseils avisés et sa lecture attentive.

Je remercie également Prof. Dr. Özden CANKAYA, Yrd. Doç. Dr. Nazlı AYTUNA et Yrd. Doç. Dr. Banu BASKAN KARSAK qui n'ont pas seulement accepté de lire et d'évaluer ce travail, mais m'ont apporté leur soutien.

Enfin, je remercie ma famille et mes amis pour leur soutien et surtout par leur patience.

## TABLE DES MATIERES

RESUME.....	v
ABSTRACT .....	xi
ÖZET .....	xvi
INTRODUCTION .....	1
I) VERS UNE CIVILISATION DE L'IMAGE .....	10
A) L'UNIVERS DES IMAGES .....	11
1) Le rapport de l'image au réel.....	13
a) L'image comme signe .....	14
b) La domination des images .....	15
c) Les fonctions de l'image.....	17
2) L'art et l'image .....	18
a) L'esthétique.....	20
b) La technique.....	22
c) L'arbitraire.....	24
B) LA PHOTOGRAPHIE : UN DEVELOPPEMENT TECHNOLOGIQUE ET SOCIAL .....	26
1) La photographie et l'aura .....	27
a) La perte de l'aura.....	27
b) L'aura de l'art photographie .....	29
2) L'image à la portée de tous .....	32
a) Un moyen d'expression des masses .....	33
b) Critiques .....	35
C) LE CINEMA : IMAGE COMME ART, IMAGE COMME INDUSTRIE.....	36
1) Septième art comme une industrie du spectacle .....	38
a) La naissance du cinématographe.....	38
b) Les aspects socio-économiques .....	40
2) Septième art comme un nouveau langage .....	42
a) L'héritier des autres arts .....	42
b) La création d'un langage propre .....	44
D) LA VIDEO : USAGE AMATEUR.....	47
1) Une nouvelle espèce de l'image, des nouveaux usages .....	48
a) L'image vidéographique.....	48
b) Les domaines de l'usage.....	49
2) La vidéo amateur et le film de famille .....	51
a) L'esthétique du film de famille.....	53
b) La fonction sociale du film de famille .....	56
II) LES NTICS, L'INTERNET ET LA DEMOCRATIE.....	59
A) INTERNET : DEFINITION, STRUCTURE ET FONCTIONS .....	60
1) Les principes de base et un aperçu historique .....	61
2) L'usage.....	64

B) BLOGUES: DES NOUVEAUX MOYENS DE L'EXPRESSION DE SOI ...	67
1) Définition, perspectif, portée .....	68
a) Des pages personnelles aux blogues .....	69
b) Un concept clé: Web 2.0 .....	71
2) La construction d'une nouvelle communauté et les rapports à l'espace public.....	73
a) La blogosphère: une nouvelle communauté virtuelle.....	74
b) La blogosphère comme un espace public? .....	77
III) VIDEOBLOGUES : QUELLE PLACE DANS LA CIVILISATION DE L'IMAGE ? .....	82
A) VIDEOBLOGUES : DES BLOGUES VERS DES NOUVEAUX PERSPECTIFS .....	83
1) Définition, perspectif, portée .....	84
a) Un développement rapide .....	85
b) Catégorisation : une difficulté .....	87
2) Analyse narratologique .....	90
a) Construction du corpus et notes méthodologiques.....	91
b) Une diversité narrative .....	93
i) Narrativisation .....	94
ii) Temporalité.....	97
iii) Rapport à l'Espace .....	99
iv) Transmission du Discours .....	101
B) « <i>BROADCAST YOURSELF</i> » : VIDEOBLOGUEURS DANS « L'ERE DES SOLITUDES INTERACTIVES » .....	104
1) La production des vidéoblogues : un processus individuel dans une collectivité virtuelle.....	106
2) La réception des vidéoblogues : un nouveau spectateur face à l'écran bleu	109
CONCLUSION .....	112
BIBLIOGRAPHIE.....	114
ANNEXES .....	124

## RESUME

### “Les vidéoblogues: démocratisation ou dégradation de l’image”

Avec le développement des nouvelles techniques de l’information et de la communication, en particulier avec la mise en scène du concept Web 2.0 qui est, contrairement au Web 1.0 (la conception originale du Web) comprenant des pages Web statiques dont les contenus sont produits pour l’utilisateur (y compris aussi les sites Web personnels des années 90), centré sur l’utilisateur, nous sommes entrés dans une phase de l’histoire marquée par une grande vague de « l’amateurisation de masse »<sup>1</sup> de toutes les pratiques qui touchent d’une part à l’art d’autre part à l’industrie (littérature, photographie, cinéma, musique). Les individus qui ne sont pas que les consommateurs du contenu mais en même temps ses producteurs, peuvent désormais publier leurs idées sur n’importe quel sujet dans leurs blogues, leurs photos dans Fotolog, leurs vidéos dans YouTube, leurs compositions musicales dans MySpace et gérer toutes leurs relations sociales avec leur entourage sur FaceBook, ce qui suscite les gens à parler d’une « révolution pro-am »<sup>2</sup>, c’est-à-dire d’une révolution des amateurs professionnels.

Cette vague de l’amateurisme due à une diminution de la quantité des habiletés techniques nécessaires pour pouvoir s’exprimer dans le monde virtuel et le court-circuit des intermédiaires -entre le public et le produit- qui la suit, ont des effets importants dans un domaine bien spécifique : l’univers de l’image mouvante. S’exprimer par l’image mouvante qui était, pour des décennies, une activité réservée à un public restreint en termes économiques et techniques, constitue aujourd’hui une grande partie de la production de contenu sur le Web. Aujourd’hui n’importe qui peut réaliser sa propre vidéo et la diffuser dans un vidéoblogue. Espérant qu’explorer le contenu visuel du Web à travers d’une partie importante de ce contenu nous apporterait des éléments importants pour pouvoir comprendre la nature de cette production massive de l’image, ce mémoire se concentre sur les vidéoblogues et tente de répondre les questions suivantes :

Est-ce que c’est possible de parler d’une démocratisation de l’image? Est-ce que nous pouvons dire que les *videobloggers* produisent vraiment ou que ce qu’ils font n’est pas plus qu’agiter la main à la caméra seulement pour dire “*je suis ici!*”? Est-ce que c’est une décharge publique de l’image que l’on crée ou une immense archive de l’humanité? Est-ce que l’homme/la femme en produisant l’image prend finalement la caméra à la main pour inverser la transformation de *l’homo sapiens*

---

<sup>1</sup> C. Shirky, “Weblogs and The Mass Amateurization of Publishing”, in Clay Shirky’s Writings About The Internet [en ligne], 03.10.2002, [http://www.shirky.com/writings/weblogs\\_publishing.html](http://www.shirky.com/writings/weblogs_publishing.html)

<sup>2</sup> C. Leadbeater, P. Miller, The Pro-Am Revolution : How Enthusiasts Are Changing Our Economy And Society, Pamphlet, 2004  
(Disponible sur le web : <http://www.demos.co.uk/publications/proameconomy>)

(créature symbolisante) en *l'homo videns* (créature voyante) -contrairement à la thèse de Sartori<sup>3</sup> - ou est-ce que ce n'est qu'une des dernières briques de la société du spectacle -suggérée par Debord<sup>4</sup> - dans laquelle nous vivons?

### Méthodologie

Pour pouvoir répondre aux questions posées ci-dessus, donc pour pouvoir comprendre la place des vidéoblogues -dont les racines prolongent vers les années 1920 avec *“l'Homme à la caméra”* de Dziga Vertov en embrassant un grand terrain qui comprenne le cinéma non-institutionnel (ou le cinéma des “autres”), le cinéma direct, les films de famille, les télé-réalités et aussi le Dogme 95- dans la culture visuelle en ses rapports avec la technologie, nous avons adopté une méthodologie propre à la critique historique du film en nous référant également aux apports des études culturelles.

*“Dans les études culturelles, les films de famille sont conceptuellement considérés comme le dépotoir des modes de représentation”*<sup>5</sup> dit Patricia Zimmermann. Dans ce mémoire, nous proposons d'aborder les vidéoblogues de la même façon. Pour pouvoir faire cela, avec un regard écologique de la technologie emprunté de Postman<sup>6</sup> et en nous rappelant toujours la nécessité de la double médiation affirmée par Jouët<sup>7</sup>, et finalement en nous inspirant du modèle proposé par l'historien américain John O'Connor dans *Image as artifact : The historical analysis of film and television*<sup>8</sup>, tout au long de ce mémoire nous avons adopté deux cadres de réflexion: l'histoire de l'image animée en tant qu'industrie et art, l'image animée comme document pour l'histoire social, culturelle et pour l'histoire de la vie personnelle.

A la lumière de ces deux cadres, au lieu de nous baser sur un seul exemple d'un site Web de vidéoblogues que nous avons jugé insuffisant comme corpus parce que la majorité de ces sites ne diffusent pas les vidéos périodiquement et les sites périodiques diffusent souvent des *video shows* personnels, nous nous sommes servi

<sup>3</sup> G. Sartori, *Görmenin İktidarı, Homo Videns : Gören İnsan*, traduit par G. Batuş, B. Ulukan, Karakutu Yayınları, İstanbul, 2006

<sup>4</sup> G. Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, traduit par A. Ekmekçi, O. Taşkent, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996

<sup>5</sup> P. Zimmermann, “Geographic Desire in Cinema : Mapping Gender, Race and Imperialism in Women’s Amateur Film”, conférence donnée à la Société pour les Etudes Cinématographiques, Mai 1991, Californie, in S. Aasman, “Le Film de Famille Comme Document Historique”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 97-111, p. 109

<sup>6</sup> Dans *Technopoly : The Surrender of Culture to Technopoly*, en disant que le changement technologique est écologique, Neil Postman utilise le concept « écologie » au sens utilisé par les écologistes pour expliquer qu'un changement important cause un changement complet. *“Une nouvelle technologie ni ajoute quelque chose ni en déduit ; elle change tout”* dit-il. N. Postman, *Teknopoli : Yeni Dünya Düzeni*, traduit par M. E. Yılmaz, Paradigma Yayıncılık, İstanbul, 2006, p. 29

<sup>7</sup> *“La problématique de la double médiation de la technique et du social réinstitue le lien entre l'innovation sociale et l'innovation technique et devient un cadre d'analyse des TICs. La médiation est à la fois technique car l'outil utilisé structure la pratique mais la médiation est aussi sociale car les mobiles, les formes d'usage et le sens accordé à la pratique se ressource dans le corps social.”* J. Jouët, “Retour Critique Sur la Sociologie des Usages”, in *Revue Réseaux* n°100, 2000, pp. 487-521, p. 497

<sup>8</sup> J. E. O'Connor, *Image As Artifact, The Historical Analysis of Film And Television*, Malabar, 1990, in S. Aasman, “Le Film de Famille Comme Document Historique”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 97-111, p. 98, 99

de 10 vidéoblogues publiés par une seule personne sur son propre site Web (le site de Josh Leo : <http://www.joshleo.com>) et 10 vidéoblogues distincts pris aléatoirement d'un site Web d'hébergement de vidéos (YouTube).

Espérant qu'une analyse narratologique nous apporterait des éléments importants pas seulement sur les caractéristiques esthétiques des vidéoblogues mais aussi sur la nature de l'univers construit par eux, notre échantillon de 20 vidéos<sup>9</sup> ont été examinés par une méthodologie qui allie une perspective pragmatique à une approche narratologique et qui donc envisage les vidéoblogues comme des nouveaux moyens d'expression de soi par l'image mouvante dans le cadre communicationnel qu'ils s'inscrivent.

Ce mémoire qui tente, par ce choix du corpus et de la méthodologie, de profiter d'un regard plus complet sur les vidéoblogues et sur ce qu'ils représentent dans le monde d'images, s'organise en trois grandes parties. La première partie aborde l'histoire générale des images visuelles, la deuxième partie est consacrée aux nouvelles technologies en général et à l'Internet dans sa relation polémique avec la démocratie en particulier, et enfin la dernière partie s'efforce de décrire la nature des vidéoblogues qui, parce qu'ils utilisent l'image mouvante renvoient à la civilisation de l'image décrite dans la première partie et parce qu'ils prennent appui sur le Web, renvoient aux débats concernant les nouvelles technologies abordés dans la deuxième partie.

### **Individualisation de la production de l'image**

Les deux modes de production de l'image, photographie et film, ont partagé le même destin pas seulement pour se faire acceptées dans le domaine artistique, mais aussi pour s'ouvrir aux grandes masses. Tout comme la photographie qui était conçue et adoptée à l'origine par les couches supérieures de la société avant de descendre dans les couches plus profondes<sup>10</sup>, le film au début n'était accessible qu'à un public restreint en termes économiques et techniques. Le lancement du matériel 16mm en 1923 par Eastman Kodak marquait le premier pas important pour mettre le film à la portée d'un public plus large. Mais même avec ce système 16mm qui, après bien des années d'essais et de concurrence de formats divers, coûtait un sixième de 35mm, la pratique du cinéma restait comme une activité assez chère<sup>11</sup>, susceptible d'être adoptée seulement par la haute et la moyenne classe qui pouvaient se payer une caméra et disposaient du capital temps et du capital éducation nécessaire pour pouvoir filmer<sup>12</sup>. Ce n'est qu'en 1935, avec l'introduction du format 8mm, matériel beaucoup plus léger et moins cher, que les autres classes sociales accédaient à cette pratique ; et pendant longtemps la classe sociale et la compétence technique demeuraient largement déterminantes dans le choix du format<sup>13</sup>.

Dans ce contexte, nous pouvons dire que le lancement de la première caméra vidéo portable, le *portapak*, en 1965 par Sony a créé un effet comparable avec l'introduction du premier Kodak en 1888 par George Eastman qui avait ouvert le

<sup>9</sup> Pour la liste complète des vidéoblogues qui ont servi de corpus à ce mémoire voir Annexe-9

<sup>10</sup> G. Freund, *Photographie et Société*, Editions du Seuil, Paris, 1974, p. 22

<sup>11</sup> J. K. Ruoff, "1927 : Ciné Kodak Modèle B et Voiture Ford Modèle T", in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 79-96, p. 84

<sup>12</sup> S. Aasman, op. cit., p.109

<sup>13</sup> *ibid.*

monde de la photographie aux grandes masses. Cet appareil révolutionnaire qui ouvre les portes du tournage à des amateurs est suivi par le produit caméscope qui se donne à la fin des années soixante-dix, comme l'aboutissement du processus toujours évolutif de la conjonction et de la miniaturisation de la caméra vidéo et du magnétoscope<sup>14</sup>. A partir de cette date, le cinéma amateur se réalise de plus en plus avec caméscope qui, comme le développement de son marché indique, constitue pour le grand public *“un prodigieux outil technologique, (...) relativement accessible”*<sup>15</sup>.

Par la perspective des historiens qui soulignent une simultanéité entre l'apparition de ces nouveaux produits du marché de masse et la standardisation des idéaux domestiques de la classe moyenne<sup>16</sup>, Patricia Zimmerman explique qu'à partir des années vingt où l'apparition de la notion de temps de loisir suscite les publicitaires à jouer sur ce terrain, l'association de la caméra avec la famille et ses loisirs est mise en scène<sup>17</sup>. Dans sa thèse sur l'histoire sociale du discours sur le film d'amateur, elle note que notamment après la seconde guerre mondiale, l'idéologie de la vie domestique et familiale est devenue le facteur déterminant dans le développement du cinéma amateur et au fur et à mesure ce dernier est devenu presque synonyme du terme du film de famille<sup>18</sup>. Insistant sur le fait que l'évolution sociale et la création technologique qu'elle suscite ou qui l'a suscité sont inséparables, nous pouvons dire que la pratique du film de famille qui célèbre la « famille heureuse » en lui donnant l'occasion de s'exprimer à travers un film, s'inscrit justement dans cet idéal domestique qui doit être transmis –comme sa nature le néglige- aux autres groupes et aux autres classes.

### Vidéoblogues dans la civilisation de l'image

Autour des années 1950 qui marquent le moment où production et consommation de masse ne sont plus réservées uniquement à une classe de privilégiés<sup>19</sup> et la prospérité grandissante laisse davantage de temps et de la place pour la vie personnelle<sup>20</sup>, l'on assiste –au coté de l'idéologie de la famille nucléaire- à l'émergence d'un mouvement contraire, celui de l'idéologie individualiste hédoniste qui se trouve d'après Lipovetsky au centre du modèle de la société postmoderne<sup>21</sup>, ainsi que l'hypermodernité<sup>22</sup> (à partir des années 1980) qui le suit<sup>23</sup>.

<sup>14</sup> L. Creton, “Le Marché du Caméscope : Innovation et Logique du Développement”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 191-205, p. 196

<sup>15</sup> idem., p. 191

<sup>16</sup> S. Aasman, op. cit., p.103

<sup>17</sup> P. Zimmerman, “Family Album. Contested Terrain”, in *After Image*, Vol. 16, n°1, Summer 1988, pp. 9-12, in S. Aasman, op. cit., p. 103

<sup>18</sup> P. Zimmerman, *Reel Families : A Social History of The Discourse on Amateur Film, 1897-1962*, Phd Thesis, University of Wisconsin, 1984, in S. Aasman, op. cit., pp. 103-104

<sup>19</sup> G. Lipovetsky, S. Charles, *Les Temps Hypermodernes*, Grasset, Paris, 2004, p. 30

<sup>20</sup> S. Aasman, op. cit., p. 108

<sup>21</sup> Jean-François Lyotard, un des précurseurs de la théorie postmoderne, définit le postmoderne par la crise des fondements et le déclin des grands systèmes de légitimation. Acceptant cette proposition de Lyotard comme juste, dans *L'Ere du Vide*, pour décrire le postmoderne Gilles Lipovetsky insiste plutôt sur la logique individualiste. G. Lipovetsky, *L'Ere du Vide, Essais Sur L'Individualisme Contemporain*, Gallimard, 1983

<sup>22</sup> “*La société hypermoderne est celle où les forces d'opposition à la modernité démocratique, individualiste et marchande ne sont plus structurantes et qui, par là, se trouve livrée à une spirale hyperbolique (...) dans les sphères les plus diverses de la technologie, de la vie économique, sociale et même individuelle. (...) Tout grossit, tout s'extrême et devient vertigineux, « hors limite »*” G. Lipovetsky, J. Serroy, *L'Ecran Global, Culture-médias et Cinéma à l'Age Hypermoderne*, Editions du



Tout comme les blogues qui donnent un moyen aux gens ordinaires de s'exprimer, de dire "*nous sommes ici !*", de se sentir précieux et important, toujours sur cette voie de la prise de conscience de l'individu de lui-même, et nés au sein du paysage médiatique postmoderne où, d'après Baudrillard, la scène domestique et la sphère privée, avec ses règles, ses rituels et son intimité sont extériorisées en devenant explicites et transparentes<sup>24</sup>, les vidéoblogues rejoignent ce profond mouvement d'individualisation de la société (peu importe si l'on la décrit comme une société postmoderne, hypermoderne ou d'autre) décrit par Wolton<sup>25</sup>. Le vidéoblogueur en tant qu'individu seul mais interactif devant l'écran s'inscrit donc dans « l'ère des solitudes interactives » dont parle Wolton, où nous retrouvons les deux dimensions antinomiques, la valorisation de l'individu et son désir de faire partie d'une collectivité, ensemble<sup>26</sup>.

*"C'est beaucoup de travail. Il ne s'agit pas seulement de s'asseoir face d'un webcam et parler bla bla bla ou jouer de la guitare. C'est plus compliqué"* dit l'auteur d'une vidéo qui fait partie de notre corpus au propos du vidéoblogging. Même si l'abondance des plans tournés avec un appareil immobile devant un décor fixe symbolisent d'une part un retour au tableau archaïque des premiers temps du cinématographe et à l'idée géniale de Frères Lumière de filmer et projeter en spectacle ce qui n'est pas spectacle<sup>27</sup>; la diversité technique, esthétique de vidéoblogues, en combinaison avec la variété des sujets qui y sont élaborés, observable même au niveau de notre petit échantillon aléatoire, nous montre qu'en tant que nouveaux espaces construits d'expression de soi, les vidéoblogues permettent aussi d'explorer une créativité narrative.

Mais ce qui est plus important de souligner est qu'en donnant à un vidéoblogueur nouvellement débarqué dans la vlogosphère la même chance de s'exprimer et d'accéder à un grand public qu'un vidéoblogueur connu et expérimenté, les vidéoblogues remplissent une fonction sociale qui laisse le côté esthétique dans l'ombre. Avec les structures permanentes qu'ils présentent comme des plans fixes, des gros plans de visages ou des styles stéréotypés d'adresser au public, les vidéoblogues, par lesquels l'individu fête surtout lui-même doivent être abordés avant tout, par une réflexion pragmatique dans leur cadre communicationnel.

Nourris d'une longue tradition de se refléter par l'image et la notoriété des blogues, employé comme moyen d'extériorisation d'un souci créateur –qui se matérialise dans un style esthétique ou non- ou comme un moyen du témoignage tout court, le vidéoblogue est autre chose qu'un simple éloge du banal. Comme des nouveaux espaces construits de l'expression de soi par lesquels, conformément au slogan de YouTube « *Broadcast Yourself* », chacun diffuse son moi au gré de ses rêves et de ses fantasmes, les vidéoblogues dont la qualité esthétique est, nous l'avons vue, discutable, doivent être considérés avant tout comme des produits non-intentionnels qui constituent comme une grille de lecture de l'individu de notre temps. Avec son histoire technologique, économique, esthétique et sociale qui

---

Seuil, 2007, pp. 51-52

<sup>23</sup> G. Lipovetsky, S. Charles, op. cit., p. 33

<sup>24</sup> J. Baudrillard, "The Ecstasy of Communication", in H. Foster (éd.), *The Anti-Aesthetic : Essays on Postmodern Culture*, Bay Press, Washington, 1983, pp. 126-134, p. 130

<sup>25</sup> D. Wolton, *Internet et Après ? : Une Théorie Critique des Nouveaux Médias*, Flammarion, 2000, p. 87

<sup>26</sup> idem., p. 106 et p. 231

<sup>27</sup> E. Morin, *Le Cinéma ou L'Homme Imaginaire*, Editions de Minuit, Paris, 1956, p. 33

s'inscrit dans une tradition antérieure au cinéma, en continuité avec la tradition du portrait de famille qui va de la peinture jusqu'aux différentes modalités de la reproduction mécanique au XXème siècle, le vidéoblogue « dit » plus qu'il « montre ».

## ABSTRACT

### “The video blogs: democratization or degradation of image”

With the development of new information and communication technologies, particularly with the emergence of the concept Web 2.0 that, unlike Web 1.0 (the original design of the Web) including static Web pages whose contents are produced for the user (covering also the personal websites of 90s), focuses on the user, we have entered a phase of history marked by a great wave of "mass amateurization"<sup>1</sup> of all practices standing on a crucial point between the domains of art and the industry (literature, photography, cinema, music). Individuals who are not only the consumers, but at the same time, the producers of the content can now publish their ideas about anything in their blogs, their photos in Fotolog, their videos on YouTube, their musical compositions in MySpace and manage all their social relations with their entourage on Facebook. This is what people call “the pro-am revolution”<sup>2</sup>, that is to say, the professional amateurs’ revolution.

This amateurism wave due to a decrease in the amount of technical skills needed to voice in the virtual world and the short-circuit of intermediaries -between the public and the product- that follows, have a significant impact in a specific area: the world of the moving image. Expressing by the moving image which was, for decades, an activity unique to a restricted group of people in economic and technical terms, forms now a large part of the content production on the Web. Today anyone can shoot his/her own video and share it with the others via a video blog. Hoping to explore the visual content of Web through an important part of this content can provide us important elements to understand the nature of this mass production of the image, this study focuses on video blogs and aims to answer the following questions:

Is it possible to talk about a democratization of the image? Can we say that videobloggers really produce or what they do is no more than waving hand to the camera only to say "I am here! "? Is it a garbage dump of image that is created or a vast archive of humanity? Is the man / woman, by producing image, takes finally the camera by hand to reverse the transformation of *homo sapiens* (creature symbolizing) in *homo videns* (creature voyeur) -contrary to what Sartori<sup>3</sup> said - or is that one of the last bricks of the society of the spectacle -suggested by Debord<sup>4</sup>- in which we live?

---

<sup>1</sup> C. Shirky, “Weblogs and The Mass Amateurization of Publishing”, in Clay Shirky’s Writings About The Internet [Web], 03.10.2002, [http://www.shirky.com/writings/weblogs\\_publishing.html](http://www.shirky.com/writings/weblogs_publishing.html)

<sup>2</sup> C. Leadbeater, P. Miller, The Pro-Am Revolution : How Enthusiasts Are Changing Our Economy And Society, Pamphlet, 2004

(Available online : <http://www.demos.co.uk/publications/proameconomy>)

<sup>3</sup> G. Sartori, Görmenin İktidarı, Homo Videns : Gören İnsan, translated by G. Batuş, B. Ulukan, Karakutu Yayınları, İstanbul, 2006

<sup>4</sup> G. Debord, Gösteri Toplumu ve Yorumlar, translated by A. Ekmekçi, O. Taşkent, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996

## Methodology

To answer these questions, therefore, to understand the place of video blogs - whose roots extend to the 1920s with the "Man with the movie camera" of Dziga Vertov by embracing a large field that includes non-institutional films (or films of "others"), the cinema direct, family films, reality TV and the Dogma 95 - in the visual culture in its relationship with the technology, we adopted a methodology peculiar to the historical critic of film by referring also to the contributions of cultural studies.

*"In cultural studies, family films are conceptually seen as the depositories of representation"*<sup>5</sup> says Patricia Zimmermann. In this study, we propose to approach the video blogs the same way. For being able to do that, by an ecological regard of technology mentioned by Postman<sup>6</sup> and by reminding us of the need of a "double mediation" (technical and social) affirmed by Jouët<sup>7</sup>, and finally, by inspiring from the model proposed by American historian John O'Connor in *Image as artifact: The historical analysis of film and television*<sup>8</sup>, we adopted throughout this memory two analytical frames: the history of the moving image as an industry and as an art; the moving image as a document for social and cultural history, and the history of personal life.

In the light of these two frames, rather than basing on a single example of a video blog Web site that we deemed insufficient as corpus because the majority of these sites do not broadcast videos periodically and the sites which do that broadcast mostly personal video shows, we have benefited from 10 video blogs uploaded by a single individual on its own Web site (the site of Josh Leo: <http://www.joshleo.com>) and 10 separate video blogs taken randomly from a Web site hosting videos (YouTube).

Hoping that a narratological analyze can inform us not only about the aesthetic characteristics of video blogs but also about the nature of the universe constructed by them, our sample of 20 videos<sup>9</sup> have been reviewed by a methodology that combines a pragmatic perspective to a narratological approach and which, therefore, considers the video blogs as new ways of self expression by moving image in the communication context they are enrolled.

This study which aims, with this choice of sample and methodology, to benefit from a more comprehensive look on video blogs and what they represent in the

---

<sup>5</sup> P. Zimmermann, "Geographic Desire in Cinema : Mapping Gender, Race and Imperialism in Women's Amateur Film", conference given in the Cinematographic Studies Society, Mai 1991, Californie, in S. Aasman, "Le Film de Famille Comme Document Historique", in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 97-111, p. 109

<sup>6</sup> In *Technopoly : The Surrender of Culture to Technopoly*, Neil Postman uses the « ecology » concept in the sense used by environmentalists to explain that a new technology causes a complete change. N. Postman, *Teknopoli : Yeni Dünya Düzeni*, translated by M. E. Yılmaz, Paradigma Yayıncılık, İstanbul, 2006, p. 29

<sup>7</sup> J. Jouët, "Retour Critique Sur la Sociologie des Usages", in *Revue Réseaux* n°100, 2000, pp. 487-521, p. 497

<sup>8</sup> J. E. O'Connor, *Image As Artifact, The Historical Analysis of Film And Television*, Malabar, 1990, in S. Aasman, "Le Film de Famille Comme Document Historique", in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 97-111, p. 98, 99

<sup>9</sup> For the complete list of video blogs examined see Appendix-9

world of images, is organized in three main parts. The first chapter discusses the general history of visual images, the second chapter is devoted to new technologies in general and particularly to the Internet and to its controversial relation with democracy, and finally the last chapter tries to describe the nature of video blogs which refer -because they use the moving image- to the civilization of image described in the first part and -because they are based on the Web- to the discussions on new technologies discussed in the second part.

### **Individualization of the image production**

The two modes of image production, photography and film, shared the same destiny not only to be accepted in the art domain, but also to open up to large masses. Like the photography that was designed and adopted in the beginning by the upper layers of society before descending into the deeper layers<sup>10</sup>, the film in its early days was available to a limited group of people in economic and technical terms. The launch of 16mm equipment in 1923 by Eastman Kodak was the first important step to make the film reach a wider audience. But even with this system 16mm which, after many years of testing and competition with various formats, costs a sixth of 35mm, the practice of cinema remained as an activity fairly expensive<sup>11</sup>, which could only be adopted by the high and middle classes who could afford a camera and had the time and the education needed to shoot<sup>12</sup>. It was not until 1935, with the introduction of 8mm format, material much lighter and less expensive, that other social classes enter this practice and for a long time class and technical competence remained largely determinant in the choice of format<sup>13</sup>.

In this context, we can say that the launch of the first portable video camera, the *portapack* in 1965 by Sony created a similar effect with the introduction of the first Kodak in 1888 by George Eastman who had opened up the world of photography to large masses. This revolutionary device that opens the doors of the shooting to amateurs is followed by the camcorder product in the late seventies which can be accepted as the culmination of the process still evolving of the combination and the miniaturization of the camera and video VCR<sup>14</sup>. From that date, the amateur film takes place more and more with camcorder which is, as the development of its market indicates, a technological tool relatively accessible for public<sup>15</sup>.

By the perspective of historians who emphasize a simultaneity between the emergence of these new products of mass market and the standardization of the domestic ideals of the middle class<sup>16</sup>, Patricia Zimmerman explains that, from the twenties when the emergence of the concept of leisure time provokes advertisers to play on this field, the combination of the camera with family and its leisure time is accomplished<sup>17</sup>. In her thesis on the social history of the discourse on amateur film,

<sup>10</sup> G. Freund, *Photographie et Société*, Editions du Seuil, Paris, 1974, p. 22

<sup>11</sup> J. K. Ruoff, "1927 : Ciné Kodak Modèle B et Voiture Ford Modèle T", in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 79-96, p. 84

<sup>12</sup> S. Aasman, op. cit., p.109

<sup>13</sup> *ibid.*

<sup>14</sup> L. Creton, "Le Marché du Caméscope : Innovation et Logique du Développement", in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 191-205, p. 196

<sup>15</sup> *idem.*, p. 191

<sup>16</sup> S. Aasman, op. cit., p.103

<sup>17</sup> P. Zimmerman, "Family Album. Contested Terrain", in *After Image*, Vol. 16, n°1, Summer 1988,

she notes that especially after the Second World War, the ideology of domestic life and family became the determining factor in the development of amateur film and gradually this concept has become almost synonymous of term of “family film”<sup>18</sup>. Emphasizing that social change and technology creation that provokes it -or has been provoked by it- are inseparable, we can say that the family film practice that celebrates the "happy family" by giving it the opportunity to express itself through film, settles precisely in this domestic ideal which must be passed –as its nature requires- to other groups and other classes.

### Video blogs in the civilization of image

Around the 1950s that marked the moment when production and mass consumption are no longer reserved only to a privileged class<sup>19</sup> and the growing prosperity leaves more time and space for private life<sup>20</sup>, near by the ideology of the nuclear family, we assist to the emergence of a different movement, that of the hedonistic and individualistic ideology which forms, for Lipovetsky, the basis of the postmodern society<sup>21</sup>, as well as the hypermodern society<sup>22</sup> (from the 1980s) that follows it.

Like blogs which provide ordinary people a way of self-expression, a tool of saying “*we are here!*”, feeling valuable and important, and born in the postmodern mediascape where, according to Baudrillard, the domestic scene and the private sphere, with its rules, rituals and privacy, are exteriorized or made explicit and transparent<sup>23</sup>, video blogs join this great movement of individualization of the society (whether we call it a postmodern, hypermodern society or else) mentioned by Wolton<sup>24</sup>. As individuals alone but interactive face to their monitors, videobloggers are enrolled in “the era of interactive solitudes” described by Wolton, where we find two antagonistic dimensions, self-esteem and desire of being part of a community, together<sup>25</sup>.

*“It's a lot of work. It is not just sitting in front of a web cam and talk bla bla bla or play the guitar. It's more complicated”* says the author of a video in our sample, about videoblogging. Even if the abundance of plans shoot with a motionless camera in front of a fixed decor symbolize a return to the early days of cinema and the ingenious idea of Lumiere Brothers to turn the simplest thing into entertainment only by filming it<sup>26</sup>; the technical and aesthetic diversity of video blogs, in combination with the variety of topics that they develop, observable even in our small random sample, shows that as new constructed spaces of self-expression, the video blogs also explore a narrative creativity.

---

pp. 9-12, in S. Aasman, op. cit., p. 103

<sup>18</sup> P. Zimmerman, *Reel Families : A Social History of The Discourse on Amateur Film, 1897-1962*, Phd Thesis, University of Wisconsin, 1984, in S. Aasman, op. cit., pp. 103-104

<sup>19</sup> G. Lipovetsky, S. Charles, *Les Temps Hypermodernes*, Grasset, Paris, 2004, p. 30

<sup>20</sup> S. Aasman, op. cit., p. 108

<sup>21</sup> G. Lipovetsky, *L'Ere du Vide, Essais Sur L'Individualisme Contemporain*, Gallimard, 1983

<sup>22</sup> G. Lipovetsky, J. Serroy, *L'Ecran Global, Culture-médias et Cinéma à l'Age Hypermoderne*, Editions du Seuil, 2007

<sup>23</sup> J. Baudrillard, “The Ecstasy of Communication”, in H. Foster (éd.), *The Anti-Aesthetic : Essays on Postmodern Culture*, Bay Press, Washington, 1983, pp. 126-134, p. 130

<sup>24</sup> D. Wolton, *Internet et Après ? : Une Théorie Critique des Nouveaux Médias*, Flammarion, 2000, p. 87

<sup>25</sup> idem., p. 106 and p. 231

<sup>26</sup> E. Morin, *Le Cinéma ou L'Homme Imaginaire*, Editions de Minuit, Paris, 1956, p. 33

But what is more important to emphasize is that, by giving a videoblogger newly landed in the vlogosphere the same chance to express him/herself and reach a large audience that a videoblogger known and experienced, the video blogs fulfill a social function leaving their aesthetic side in shadow. With their permanent structures as the still shots, close-ups or stereotyped styles of addressing to the public, video blogs; by which individual celebrates him/herself, must be examined first and foremost, by a pragmatic reflection in their communication context.

Fed by a long tradition of self reflecting by image and by the reputation of blogs, used as a means of externalizing a creator interest -which materializes in an aesthetic style or non- or just as a witnessing tool , the video blog is something else than just a eulogy of banal. As new spaces constructed of self-expression through which, according to the YouTube slogan "*Broadcast Yourself*", everybody broadcasts him/herself according to his/her dreams and fantasies, the video blogs whose aesthetic quality, we have viewed, is questionable, must primarily be seen, as non-intentional productions which constitute a guide book for the individual of our time. With its technological, economic, aesthetic and social history which joins in an tradition -older than the cinema-, starting from the family portrait custom and goes from painting to various forms of mechanical reproduction in the twentieth century, the video blog "says" more than it "shows".

## ÖZET

### “Görüntünün demokratikleşmesi ya da sanatsal niteliğini yitirmesi: videoblog örneği”

Yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi, özellikle de, içeriği kullanıcı için üretilen sabit Web sayfalarından oluşan (90’lı yıllara damgasını vuran kişisel Web sayfaları örneğinde olduğu gibi) Web 1.0’in (Web’in ilk versiyonu) aksine kullanıcı odaklı Web 2.0 kavramının ortaya çıkışı ile ; bir yanı sanata diğer yanı endüstriye dokunan tüm alanları (edebiyat, fotoğraf, sinema, müzik) kapsayan bir « kitlesel amatörleşme »<sup>1</sup> dönemine girdik. Bugün içeriğin yalnızca tüketicisi değil, aynı zamanda da üreticisi olan birey, herhangi bir konudaki düşüncelerini blogunda, fotoğraflarını Fotolog’da, videolarını YouTube’da, bestelerini MySpace’de yayımlayabilmekte ve sosyal çevresiyle tüm ilişkilerini FaceBook üzerinden yürütebilmektedir. Bu yeni süreç, « profesyonel amatörler devrimi »<sup>2</sup> gibi kavramların tartışılmaya başlanmasına yol açmıştır.

Bireyin sanal dünyada kendini ifade edebilmesi için gerekli olan teknik bilginin giderek azalmasına bağlı olarak gelişen bu büyük amatörleşme dalgası ve bu dalganın ardından gelen araçların (ürün ve kullanıcı arasındaki yapımcı, dağıtımçı, yayıncı, vs.) kısa devreye uğraması sürecinin etkisini gösterdiği önemli alanlardan biri de « hareketli görüntü » evrenidir. Bugün Web üzerindeki içerik üretiminin önemli bir bölümünü, eskiden ancak ekonomik ve teknik güce sahip kısıtlı bir kitlenin üretme şansına sahip olduğu hareketli görüntüler oluşturmaktadır. Günümüzde herkes kendi videosunu çekip, bir videoblog üzerinden internette yayımlayabilir. Web’in görsel içeriğini, bu içeriğin önemli bir kısmını oluşturan bir görsel ifade aracı üzerinden incelemenin, bu yoğun görüntü üretiminin doğasını anlamaya yardımcı olacağı düşüncesinden yola çıkan bu çalışma, videoblogları incelemekte ve şu soruları sormaktadır :

Görüntünün demokratikleşmesinden söz etmek mümkün müdür ? Videoblogcuların ortaya koydukları gerçek bir üretim midir, yoksa yaptıkları “*ben buradayım !*” demek için kameraya el sallamaktan mı ibarettir ? Ortaya çıkan bir görüntü çöplüğü müdür, yoksa devasa bir insanlık arşivi mi ? Görüntü üretebilme gücüne kavuşan birey, sonunda kamerayı eline alarak *homo sapien*’in (düşünen insan) *homo videns*’e (gören insan) dönüşümünü –Sartori’nin tezine göre<sup>3</sup>- tersine

<sup>1</sup> C. Shirky, “Weblogs and The Mass Amateurization of Publishing”, in Clay Shirky’s Writings About The Internet, 03.10.2002, [http://www.shirky.com/writings/weblogs\\_publishing.html](http://www.shirky.com/writings/weblogs_publishing.html)

<sup>2</sup> C. Leadbeater, P. Miller, The Pro-Am Revolution : How Enthusiasts Are Changing Our Economy And Society, Pamphlet, 2004 (<http://www.demos.co.uk/publications/proameconomy>)

<sup>3</sup> G. Sartori, Görmenin İktidarı, Homo Videns : Gören İnsan, çev. G. Batuş, B. Ulukan, Karakutu Yayınları, İstanbul, 2006



çevirme şansını mı yakalamıştır, yoksa bu yeni ifade aracı da -Debord'un öne sürdüğü<sup>4</sup>- gösteri toplumunun son tuğlalarından biri olmaya mahkum mudur ?

## Yöntem

Bu soruları cevaplayabilmek, kökenleri Dziga Vertov'un "*Kameralı Adam*"ı ile 1920'li yıllara uzanarak, kurumsal olmayan sinema (veya « dışardakiler »in sineması), sinema direkt, aile filmleri, tele-gerçeklikler ve hatta Dogma 95 akımını da içine alan oldukça geniş bir alana yayılan videoblogların görsel kültür içinde teknoloji ile bağımlı yerini anlayabilmek için bu çalışma boyunca, kültürel incelemelerin getirilerinden de yararlanan, eleştirel sinema tarihine özgü bir yöntem benimsendi.

Patricia Zimmermann, kültürel incelemelerin aile filmlerine, adeta « temsil biçimleri depoları »<sup>5</sup> olarak yaklaştığını belirtmektedir. Bu çalışma da videobloglara aynı çerçevede yaklaşmayı önermektedir. Bunun için, Postman'ın ekolojik teknoloji anlayışını benimseyen<sup>6</sup>, Jouët'in belirttiği ikili bakışın (teknikğin sosyal, sosyalin teknik üzerindeki belirleyiciliği)<sup>7</sup> izinden giden ve son olarak, Amerikalı tarihçi John O'Connor'ın *Image as artifact : The historical analysis of film and television*<sup>8</sup> isimli eserinde önerdiği modelden esinlenen çalışmamız iki temel çizgi üzerinde ilerlemektedir : endüstri ve sanat olarak hareketli görüntünün tarihi ; sosyo-kültürel tarih ve bireysel tarihe kaynak olarak hareketli görüntü.

Bu iki çerçeve ışığında, tek bir videoblog sitesine odaklanmak yerine (videoblog sitelerin çoğunluğu periyodik yayın yapmamakta ve periyodik yayın yapan siteler de çoğunlukla kişisel video showlar yayınlamaktadır), kişisel bir Web sitesinde yayınlanan 10 videoblog (Josh Leo'nun sitesi, <http://www.joshleo.com>) ile bir video paylaşım sitesinden (YouTube) rastgele seçilen 10 ayrı videoblog üzerinde çalışılmıştır.

Anlatıbilimsel bir incelemenin bize yalnızca videoblogların estetik özellikleri hakkında değil, bu ifade araçlarının yarattıkları yeni görsel dünyanın doğası hakkında da önemli ipuçları sağlayabileceği inancından hareketle, 20 videodan oluşan örneklemimiz<sup>9</sup>, pragmatik bakış açısını anlatıbilimsel yaklaşımla birleştiren bir yöntem izlenerek incelenmiş, bu yöntem doğrultusunda videobloglar, hareketli görüntüyü kullanan yeni kişisel ifade araçları olarak, parçası oldukları iletişimsel bağlam içinde değerlendirilmiştir.

<sup>4</sup> G. Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, çev. A. Ekmekçi, O. Taşkent, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996

<sup>5</sup> P. Zimmermann, "Geographic Desire in Cinema : Mapping Gender, Race and Imperialism in Women's Amateur Film", *Sinema Çalışmaları Birliği'nde sunulan bildiri*, Mayıs 1991, Californie, in S. Aasman, "Le Film de Famille Comme Document Historique", in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, ss. 97-111, s. 109

<sup>6</sup> "*Teknolojik değişim ekolojiktir*" diyen Postman, « ekoloji » kavramını çevrebilimcilerin kullandığı manada kullanır : "*Yeni bir teknoloji ne bir şey ekler ne de çıkarır ; her şeyi değiştirir.*" N. Postman, *Teknopoli : Yeni Dünya Düzeni*, çev. M. E. Yılmaz, Paradigma Yayıncılık, İstanbul, 2006, s. 29

<sup>7</sup> J. Jouët, "Retour Critique Sur la Sociologie des Usages", in *Revue Réseaux* n°100, 2000, ss. 487-521, s. 497

<sup>8</sup> J. E. O'Connor, *Image As Artifact, The Historical Analysis of Film And Television*, Malabar, 1990, in S. Aasman, "Le Film de Famille Comme Document Historique", in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, ss. 97-111, s. 98, 99

<sup>9</sup> Örneklemimizi oluşturan videoların tam listesi için bkz. Ek-9

Bu örneklem ve yöntem seçimi ile videobloglara ve videoblogların görüntüler evreninde ne ifade ettiğine daha geniş bir perspektiften bakmayı hedefleyen bu çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm görüntünün genel tarihini konu alır, ikinci bölüm genel anlamda yeni teknolojilere ve özellikle de internet ve internetin demokrasi kavramı ile tartışmalı ilişkisine ayrılmıştır ve son bölüm de; hareketli görüntüyü kullandığı için ilk bölümümüzün konusunu oluşturan görüntü medeniyeti, Web uygulamalarına dayandığı için de ikinci bölümde incelediğimiz yeni teknolojiler etrafında dönen tartışmalarla ilişkilenen videoblogların doğasını deşifre etmeye odaklanır.

### **Görüntü üretiminin bireyselleşmesi**

Başlıca iki görüntü üretme aracı, fotoğraf ve film, yalnızca sanat dünyasına kendilerini kabul ettirme sürecinde değil, büyük kitlelerin erişim alanına girme sürecinde de aynı kaderi paylaşmıştır. Toplumun farklı kesimlerini kapsayan bir etkinliğe dönüşmeden önce refah seviyesi yüksek kesimler tarafından keşfedilen ve benimsenen fotoğraf<sup>10</sup> gibi, film de ilk yıllarında ekonomik güce ve teknik bilgiye sahip kısıtlı bir grup tarafından kullanılmıştır. 1923’de Eastman Kodak’ın piyasaya sürdüğü 16mm film, filmi geniş kitlelerin kullanımına sunan ilk adımı temsil eder. Fakat, yıllar süren pek çok deney ve farklı formatların rekabetinden sonra 35 mm filmin altıda biri kadar tutan bu sistemle bile görüntü üretmek, yalnızca kamera satın alabilecek ekonomik güce değil, film çekmek için gerekli teknik eğitim ve boş zamana da ulaşabilecek imkana sahip orta ve üst-orta sınıfa özgü<sup>11</sup> oldukça pahalı bir aktivite olarak kalmıştır<sup>12</sup>. Diğer sınıfların bu aktiviteyi benimseyebilmeleri ancak 1935 yılında, çok daha hafif ve ucuz 8 mm formatının piyasaya sürülmesi ile gerçekleşmiş ve teknik bilgi ile sosyal sınıf uzun yıllar boyunca format seçiminde belirleyici etken olarak geçerliliğini korumuştur<sup>13</sup>.

Bu bağlamda, 1965’de Sony’nin piyasaya sürdüğü ilk taşınabilir video kamera *portapack*’ın yarattığı etkinin, 1888’de George Eastman’ın piyasaya sürdüğü ve fotoğraf dünyasının kapılarını geniş kitlelere açan ilk Kodak’ın yarattığı etkiye benzer olduğu iddia edilebilir. Geniş kitleleri film çekme aktivitesiyle tanıştıran bu devrimsel aleti, yetmişli yılların sonunda, kamerayı küçültme ve ses kaydedici cihaz ile birleştirme çabalarının sonucu olarak piyasaya sürülen çok daha hafif araçlar takip eder<sup>14</sup>. Bu tarihten itibaren, amatör film giderek artan bir hızla, geniş kitleler için nispeten ulaşılabilir teknik bir aracı temsil eden kişisel video kameralar ile çekilir<sup>15</sup>.

Bu yeni pazar mallarının ortaya çıkışı ile orta sınıfın domestik ideallerinin standartlaşması arasındaki eş zamanlılığın altını çizen tarihçilerin<sup>16</sup> izinden giden Patricia Zimmermann, yeni doğan boş zaman kavramının reklamcılarının malzemesi haline geldiği 20’li yıllardan itibaren kamerayı aile ve ailenin boş zamanları ile

<sup>10</sup> G. Freund, *Photographie et Société*, Editions du Seuil, Paris, 1974, s. 22

<sup>11</sup> S. Aasman, a.g.e., s. 109

<sup>12</sup> J. K. Ruoff, “1927 : Ciné Kodak Modèle B et Voiture Ford Modèle T”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, ss. 79-96, s. 84

<sup>13</sup> S. Aasman, a.g.e., s. 109

<sup>14</sup> L. Creton, “Le Marché du Caméscope : Innovation et Logique du Développement”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, ss. 191-205, s. 196

<sup>15</sup> a.e., s. 191

<sup>16</sup> S. Aasman, a.g.e., s. 103

özdeşleştiren sürecin başladığına işaret eder<sup>17</sup>. Amatör film söyleminin sosyal tarihini incelediği tezinde Zimmerman, özellikle de İkinci Dünya Savaşı'ndan itibaren ev içi yaşam ve aile ideolojilerinin amatör sinemanın gelişiminde temel faktörler haline geldiğini ve yavaş yavaş amatör sinemanın "aile filmi" kavramı ile özdeşleştiğini belirtir<sup>18</sup>. Bu bağlamda, sosyal değişim ve bu değişim tarafından tetiklenen –ya da bu değişimi tetikleyen- teknolojik yaratımın ayrılmaz olduğu gerçeğinin altı çizilerek, aileye kendini film ile ifade etme imkanı tanıyarak « mutlu aile »yi kutsayan aile filmi pratiğinin, doğası gereği diğer sınıflara aktarılması gereken bu orta sınıf ideallerinin tam içine oturduğu söylenebilir.

### **Görüntü medeniyetinin yeni üyesi: videoblog**

Üretim ve tüketimin artık yalnızca ayrıcalıklı bir sınıfa özgü olmadığı<sup>19</sup> ve artan refahın özel yaşama giderek daha çok zaman ve mekan tanıdığı<sup>20</sup> dönemi temsil eden 1950'li yıllarda, süre gelen çekirdek aile ideolojisinin yanı sıra, buna zıt bir akımın ortaya çıkışına tanık oluruz. Lipovetsky'ye göre postmodern toplumun<sup>21</sup> ve -1980'li yıllardan itibaren- bunu izleyen hipermodern toplumun<sup>22</sup> merkezinde yer alan bu akım, hazzı kişi ideolojisidir.

Sıradan insana kendini ifade edebilme, "*ben buradayım!*" diyebilme, kendini önemli ve değerli hissedebilme imkanı veren blogların izinde, bireyi kendi imgesinin üreticisine dönüştürme yolunda ve -Baudrillard'ın tanımına göre- bütün kuralları, gelenekleri ve içselliği ile ev yaşamı ve özel alanın açık ve transparan hale gelerek dışsallaştığı postmodern medyatik ortamda<sup>23</sup> doğan videobloglar; Wolton'un sözünü ettiği toplumun bireyselleşmesi akımının<sup>24</sup> (bu toplumu ister postmodern, ister hipermodern olarak adlandıralım, ister farklı bir kavramla açıklamaya çalışalım) içinde yerini alır. Ekran karşısında yalnız ama interaktif bir birey olarak videoblogcu, kişinin birey olarak kendini yüceltmesi ile kendini bir topluluğa ait hissetmek istemesi gibi iki zıt eğilimi bir arada barındıran, Wolton'un "interaktif yalnızlıklar devri"<sup>25</sup> olarak adlandırdığı sürece dahil olur.

Videobloglar hakkında, "*Bu büyük bir iş. Sadece bilgisayar karşısında oturup bla bla bla konuşmaya ya da gitar çalmaya benzemez. Çok daha karmaşıktır*" diyor örneklemimizi oluşturan videolardan birinin yaratıcısı. Sabit bir dekor önünde, hareketsiz bir kamera ile çekilmiş planların çokluğu, bir yandan sinematografin ilk yıllarına ve Lumiere Kardeşlerin gösteri olmayana filme çekip gösteriye dönüştürme fikrine<sup>26</sup> dönüşü simgelese de ; videoblogların, küçük örneklemimiz bazında dahi gözlemlenebilecek teknik ve estetik bağlamdaki çeşitliliği, inceledikleri konuların

<sup>17</sup> P. Zimmerman, "Family Album. Contested Terrain", After Image, Vol. 16, n°1, Yaz 1988, ss. 9-12, in S. Aasman, a.g.e., s. 103

<sup>18</sup> P. Zimmerman, Reel Families : A Social History of The Discourse on Amateur Film, 1897-1962, Doktora Tezi, University of Wisconsin, 1984, in S. Aasman, a.g.e., ss. 103-104

<sup>19</sup> G. Lipovetsky, S. Charles, Les Temps Hypermodernes, Grasset, Paris, 2004, s. 30

<sup>20</sup> S. Aasman, a.g.e., s. 108

<sup>21</sup> G. Lipovetsky, L'Ere du Vide, Essais Sur L'Individualisme Contemporain, Gallimard, 1983

<sup>22</sup> G. Lipovetsky, J. Serroy, L'Ecran Global, Culture-médias et Cinéma à l'Age Hypermoderne, Editions du Seuil, 2007, ss. 51-52

<sup>23</sup> J. Baudrillard, "The Ecstasy of Communication", in H. Foster (ed.), The Anti-Aesthetic : Essays on Postmodern Culture, Bay Press, Washington, 1983, ss. 126-134, s. 130

<sup>24</sup> D. Wolton, Internet et Après ? : Une Théorie Critique des Nouveaux Médias, Flammarion, 2000, s.

87

<sup>25</sup> a.e., s. 106 ve s. 231

<sup>26</sup> E. Morin, Le Cinéma ou L'Homme Imaginaire, Editions de Minuit, Paris, 1956, s. 33

değişkenliği ile birlikte düşünülünce, bu yeni ifade araçlarının kişinin kendi oluşturduğu metinler olarak anlatsal düzeyde belli bir yaratıcılık içerdikleri de söylenebilir.

Fakat asıl altı çizilmesi gereken, vlogosfere yeni giren bir videoblogcu ile tanınmış ve tecrübeli bir videoblogcuya, kendini ifade etme ve geniş bir kitleye ulaşma açısından aynı imkanları sunan videoblogların, estetik yanlarını gölgede bırakan sosyal işlevleridir. Sabit planlar, yakın plan yüzler veya tektipleşmiş hitap biçimleri gibi pek çok ortak yapısal özellikleri ile, bireyin kendini kutlama aracı olarak ortaya çıkan videoblogların her şeyden önce pragmatik bir bakış açısıyla, içine yerleştikleri iletişimsel bağlamda incelenmeleri gerekir.

Kökeni çok eskilere dayanan kendini görüntü ile ifade etme geleneği ile blogların ününden beslenen, yaratıcı bir kaygının dışavurumu –estetik bir biçimle buluşarak veya buluşamayarak- ya da sadece bir tanıklık aracı olarak kullanılan videobloglar, bir tür sıradanlık övgüsünden daha fazlasını ifade eder. YouTube’un sloganına (« *Broadcast Yourself* ») uygun olarak herkesin kendini dilediği şekilde yayınladığı estetik kalitesi tartışmalı « kontrol edilebilir » yeni kişisel ifade alanları olarak videobloglar, öncelikle günümüz insanını anlatan (amaçları bu olmasa da) metinler olarak ele alınmalıdır. Teknolojik, ekonomik, estetik ve sosyal yanlarıyla, aile portresi geleneğinden XX. yüzyılın çeşitli mekanik reproduksiyon modellerine uzanan, sinemadan da eski bir geleneğin içine yazılan videobloglar, gösterdiklerinden fazlasını söylemektedirler.

## INTRODUCTION

Dans le début de sa lettre aux jeunes qui lui demandent comment devenir réalisateur, Bernard Émond, anthropologue de formation et cinéaste Québécois écrit: *“Il y a trop d’images. Chaque jour, nous sommes submergés par une quantité monstrueuse d’images grossières, menteuses, nuisibles: publicités imbéciles (ou pire: intelligentes), émissions de télévisions stupides et racoleuses, «documentaires» voyeurs, photographies et journaux d’une invraisemblable vulgarité. L’espace public et privé est envahi par des images qui vendent et se vendent, l’un étant indissociable de l’autre. Aussi, quand une jeune personne me demande comment devenir réalisateur ou réalisatrice, je réponds: pourquoi faire?”*<sup>1</sup>. A part notre volonté de suivre la tradition de commencer par une anecdote et sans discuter à fond les précisions d’Émond sur notre monde d’images qui sont difficiles à affronter, introduire notre mémoire par cette citation a une raison très simple: Nous avons une réponse à proposer à la question d’Émond. Pourquoi devenir un réalisateur ou une réalisatrice? Parce que nous pouvons le faire.

Rappelons la couverture sensationnelle de Time, magazine hebdomadaire américain de décembre 2006: « Personnalité de l’année: Vous » (*Person of the Year: You*)<sup>2</sup>. Qui était ce “vous” que la rédaction de Time Magazine conformément à sa tradition de 79 ans<sup>3</sup> avait choisi à honorer pour cette année? Ce n’est sûrement pas seulement nous mais c’est nous en même temps, parce que nous parlons ici de l’accumulation de tous les “moi” (au moins tous ceux qui ont accès à l’Internet et qui donc peuvent se situer du côté prospère de *knowledge gap*) qui ont contribué au

---

<sup>1</sup> B. Émond, “Lettre Aux Jeunes Gens Qui Me Demandent Comment Devenir Réalisateur : IL Y A TROP D’IMAGES”, in Hors Champ [en ligne], Janvier 2007, [http://www.horschamp.qc.ca/article.php3?id\\_article=244](http://www.horschamp.qc.ca/article.php3?id_article=244)

<sup>2</sup> Voir Annexe-1

<sup>3</sup> Il faut remarquer que bien que le titre de « personnalité de l’année » soit considéré par une majorité comme étant une honneur ou une récompense, ce titre est décerné depuis 1927 à la personne qui a “marqué le plus l’année écoulée, pour le meilleur ou pour le pire” (<http://fr.wikipedia.org>). Mais en considérant le goût des articles dedans, nous pouvons dire que la décision de Time en 2006 d’élire « vous », reflète plutôt un honneur.

développement de l'Internet en produisant leurs propres contenus via blogues, vidéos, etc. dans les dernières années. Sur ce point là, le fait que les gens peuvent désormais produire leurs propres contenus mérite à être accentué. Contrairement au Web 1.0 (la conception originale du Web) comprenant des pages Web statiques dont les contenus sont produits pour l'utilisateur (y compris aussi les sites Web personnels des années 90), cette possibilité est le fruit ou plus que le fruit, le noyau du Web 2.0 qui est centré sur l'utilisateur en lui fournissant les applications du Web sur le principe de l'interaction entre les utilisateurs.

Même si les débats sur la définition précise et les fonctions du Web 2.0<sup>4</sup> qui est devenu populaire avec la première Web 2.0 conférence organisée par O'Reilly Media en 2004 sont loin d'être terminés, quelques tentatives de définition dont celle de Stephen Fry, auteur, producteur et réalisateur britannique peut éclairer notre vision: *“Le Web 2.0 est une idée dans les têtes des personnes plutôt qu'une réalité. C'est en vérité une idée dans laquelle la réciprocité entre l'utilisateur et le fournisseur est ce qui est souligné. En d'autres termes, une vraie interactivité si vous voulez, tout simplement parce que les gens peuvent upload<sup>5</sup> aussi bien que download”<sup>6</sup>\**. De cette explication montrant que le Web 2.0 est une révolution plutôt sociale que technique (Est-ce que ce n'est pas vrai pour tous les nouvelles technologies?) est née une autre question: Si le Web 2.0 est une idée dans les têtes des personnes, que font ils avec cette idée dans la pratique?

Ils font tout. Ils publient leurs idées sur n'importe quel sujet dans leurs blogues, leurs photos dans Fotolog, leurs vidéos dans YouTube, leurs compositions musicales dans MySpace et ils gèrent toutes leurs relations sociales avec leur entourage sur Facebook<sup>7</sup>. Tous ces Web sites qui étaient absents dans les listes d'Alexa<sup>8</sup> il y a

---

<sup>4</sup> Il faut aussi noter que depuis 2006 le terme « Web 3.0 » est aussi commencé à être prononcé pour décrire la transformation du Web en une base de données avec un espace plus ouvert à la 3D (<http://fr.wikipedia.org>) mais comme Web 2.0, la définition possible du terme et même son utilité sont toujours débattues.

<sup>5</sup> En français pour « *upload* » aussi comme pour « *download* », le verbe « *télécharger* » est utilisé, mais pour pouvoir mieux accentuer la différence entre eux comme c'est tout l'enjeu du concept Web 2.0, il faut remarquer que ce qui est en question ici est la possibilité de faire rentrer et de sortir des informations du système avec la même facilité.

<sup>6</sup> “Stephen Fry : Web 2.0”, Video Interview, [consulté le 15.10.2007], <http://www.videojug.com/interview/stephen-fry-web-20>

\* Les citations ou références tirées des ouvrages en turc ou en anglais son traduites par nous-même.

<sup>7</sup> Fotolog ([www.fotolog.com](http://www.fotolog.com)) est une large communauté en ligne de *photo weblogs* en interconnexion et YouTube ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)) est un site Web célèbre de partage de vidéo sur lequel les séquences de vidéo envoyées par les personnes inscrites peuvent être visionnées par tous les internautes.

deux ou trois années, sont maintenant presque propriétaires dans les premières dix lignes de cette liste de sites Web les plus visités. YouTube et MySpace se trouvent aussi dans la liste des sites Web les plus marquants de l'histoire rédigées par The Observer, journal hebdomadaire britannique, à l'honneur de la quinzième année du Web. De ce tableau, considérant aussi le nombre des sites Web offrant les mêmes services qui ne cesse pas d'accroître et qui sont tous liés les uns aux autres sur le principe de l'hypertextualité, nous pouvons déduire trois résultats.

Ce qui nous frappe en premier lieu est une tendance d'amateurisation -voire « une amateurisation de masse » d'après la conceptualisation de Clay Shirky<sup>9</sup> reprise par Tom Coates<sup>10</sup> - de toutes les pratiques qui touchent d'une part à l'art d'autre part à l'industrie (littérature, photographie, cinéma, musique) en suscitant les gens à parler d'une « révolution pro-am »<sup>11</sup>, c'est-à-dire d'une révolution des amateurs professionnels. Deuxièmement, toujours dans le cadre de ces pratiques, nous pouvons parler d'un effacement des acteurs intermédiaires. Pour concrétiser ce constat, nous pouvons citer des exemples de Lulu qui enlève l'éditeur et le distributeur entre l'auteur et son lecteur en imprimant et livrant des livres qui sont inscrits sur sa base de données selon la demande de l'utilisateur, de MySpace (de même GarageBand, SellaBand et des autres) qui font rencontrer les musiciens et l'audience sans intermédiaire de producteurs et de distributeurs ou de Peccadillopod qui distribue des films à petit budget en ligne à un coût modéré en court-circuitant

---

MySpace ([www.myspace.com](http://www.myspace.com)) et FaceBook ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)) sont des services de réseau social dont le premier est renommé surtout entre les musiciens amateurs ou professionnels par la possibilité qu'il les donne pour entreposer leurs compositions musicales sur leurs espaces Web personnalisés et le deuxième doit sa grande succès à son ouverture en mai 2007 à tous et à ses fonctionnalités optionnelles appelées « *applications* » qui permettent à ses utilisateurs et à leurs amis d'interagir entre eux en partageant des correspondances, des photos, des documents multimédias, des jeux, des quizzes, des intérêts, des changements émotionnels momentanés, etc. Tous ces sites Web cités se rassemblent autour du mot clé « partage » qui n'est possible que dans le concept de Web 2.0.

<sup>8</sup> Alexa Internet est une entreprise américaine dont le site Web est principalement connu pour fournir des statistiques sur le trafic Web des sites indexés (<http://fr.wikipedia.org>). Mais en consultant les listes d'Alexa, il faut toujours se rappeler les doutes sur la représentativité de l'échantillon de ce site constitué par des internautes qui utilisent la barre d'outils Alexa (un logiciel optionnel qui n'est disponible qu'en anglais) et sur l'existence des méthodes qui servent à falsifier le trafic Web.

<sup>9</sup> C. Shirky, "Weblogs and The Mass Amateurization of Publishing", in Clay Shirky's Writings About The Internet [en ligne], 03.10.2002, [http://www.shirky.com/writings/weblogs\\_publishing.html](http://www.shirky.com/writings/weblogs_publishing.html)

<sup>10</sup> T. Coates, "(Weblogs and) The Mass Amateurization of (Nearly) Everything", in Plasticbag [en ligne], 03.09.2003,

[http://www.plasticbag.org/archives/2003/09/weblogs\\_and\\_the\\_mass\\_amateurisation\\_of\\_nearly\\_everything/](http://www.plasticbag.org/archives/2003/09/weblogs_and_the_mass_amateurisation_of_nearly_everything/)

<sup>11</sup> C. Leadbeater, P. Miller, The Pro-Am Revolution : How Enthusiasts Are Changing Our Economy And Society, Pamphlet, 2004

(Disponible sur le web : <http://www.demos.co.uk/publications/proameconomy>)

encore une fois les distributeurs et les directeurs de salle. Et dernièrement, de toutes ces tentatives individuelles pour supprimer les acteurs intermédiaires entre les produits et leurs destinataires, sort la volonté de l'individu de devenir le centre de tout. Aujourd'hui ce n'est même pas étonnant qu'un site Web (Book By You) vende chaque année des milliers des livres d'amour dont les caractères principaux sont ses clients ayant répondu à vingt ou trente questions sur eux-mêmes et leurs petits amis ou petites amies. Nous pouvons prétendre qu'Andy Warhol qui avait dit qu'un jour chacun serait célèbre pour quinze minutes a tort. Aujourd'hui chacun est star pour dix minutes parce que c'est la durée maximum d'une vidéo dans YouTube.

Amateurisation de masse, court-circuit des intermédiaires, effondrement des frontières entre le producteur et le public. Conformément à la thèse de l'espace public d'Habermas, il semble que chacun prend la parole. Mais quel en est le résultat? Une vraie démocratie (dite é-démocratie, démocratie digitale, cyber démocratie ou bien démocratie virtuelle) ou une terrible cacophonie? Une des questions faciles à poser mais à laquelle il est difficile, voire impossible de répondre de notre temps. Même si c'est encore tôt pour voir si l'idée selon laquelle l'Internet est le plus grand garant de la démocratie subit le même destin que la prédiction selon laquelle le chemin de fer apporterait la paix en Europe ou le mythe que la vapeur éliminerait la main d'oeuvre manuelle, les partis sont déjà pris entre ceux qui pensent que l'Internet reproduit le pouvoir et qui défendent qu'il est une plateforme sans frontières des libertés. Et si ce n'est pas possible aujourd'hui d'être entièrement d'accord avec Castells -entre autres- qui célèbre la société en réseaux comme un nouveau lien social universel et anti-hiérarchique <sup>12</sup>, nous ne pouvons non plus être sur le même point que Ellul -entre autres- qui déplore la société technicienne qu'il définit comme une nouvelle aristocratie possédant des habiletés techniques qui s'appliquent partout et permettent d'exercer la totalité des pouvoirs <sup>13</sup>. Nous ne pouvons pas être d'accord avec Castells parce que les approches en économie-politique soulignant l'importance des achats des petits sites Web par les grands noms font émerger des doutes en ce qui concerne la liberté d'opinion et nous ne pouvons pas être d'accord avec Ellul parce qu'aujourd'hui la production de contenu sur Internet est plus facile que jamais, notamment grâce au Web 2.0.

---

<sup>12</sup> M. Castells, *La Société en Réseaux*, traduit par P. Delamare, Fayard, Paris, 2001

<sup>13</sup> J. Ellul, *Le Bluff Technologique*, Hachette, Paris, 1988, p. 43



Ce rétrécissement de la couche réelle<sup>14</sup>, c'est-à-dire cette diminution de la quantité des habiletés techniques nécessaires pour pouvoir s'exprimer dans le monde virtuel a des effets importants dans un domaine bien spécifique : l'univers de l'image mouvante. S'exprimer par l'image mouvante qui pour des décennies était une activité réservée à un public restreint en termes économiques et techniques, constitue aujourd'hui une grande partie de la production de contenu sur le Web. Nés par les possibilités offertes par le Web 2.0 en combinaison avec la légèreté de techniques de vidéo numérique qui ne cessent d'accroître depuis des années 60, les vidéoblogues en constituent un bon exemple.

### **Pourquoi les vidéoblogues?**

*“Tous les films sont objets d'analyse”*<sup>15</sup> dit Marc Ferro pour affirmer le caractère documentaire des films de fiction qui n'étaient pas pris au sérieux par les historiens à l'époque. Etant donné qu'aujourd'hui ce caractère est généralement reconnu, nous pouvons alléguer la même hypothèse pour le film amateur qui est souvent exclu de la grande réflexion sur le cinéma dominée par le long métrage professionnel. La nécessité à considérer les films d'amateur comme des textes visuels élargis disant plus qu'ils montrent, vient du fait que chaque image porte en soi des traces de son producteur, qu'elle sert d'une certaine façon à son producteur à s'exprimer.

La notion du film amateur qui dans le cadre de ce mémoire sera prise de façon large comprenant tous les films *“réalisés à titre de passe-temps sur des bases non professionnelles”*<sup>16</sup> comme suggère Aasman, implique aussi le film de famille qui s'inscrit dans une tradition antérieure au cinéma, en continuité avec la tradition du portrait de famille qui va de la peinture jusqu'aux différentes modalités de la reproduction mécanique au XXème siècle. Le passage de la peinture de famille (une

<sup>14</sup> Traitant le concept de l'art d'un regard ontologique, İsmail Tunalı définit le matériel de l'œuvre de l'art qui se base sur le savoir comme « la couche réelle ». (İ. Tunalı, *Sanat Ontolojisi, Sosyal Yayınları*, İstanbul, 1984, in A. Altunay, *Mekanik Sanattan Elektronik Sanata Geçiş ve Video Sanatı*, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No. 1539, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları No. 54, Eskişehir, 2004, p. 58)

<sup>15</sup> M. Ferro, “The Fiction Film and Historical Analysis”, in P. Smith (éd.) *The Historian and Film*, Cambridge, 1976, pp. 80-85, p. 80

<sup>16</sup> S. Aasman, “Le Film de Famille Comme Document Historique”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 97-111, p. 110

propriété de la bourgeoisie de la Renaissance) à la photographie de famille (au XIXème siècle) et plus tard -avec l'essor du cinéma- au film de famille ne reflète pas seulement un changement technique mais aussi une révolution sociale comme ce qui est en question est aussi un passage de l'art professionnel à une pratique ordinaire. Walter Benjamin dans son article célèbre "*L'oeuvre d'art à l'ère de sa reproductivité technique*"<sup>17</sup> suggère aussi que cela signifie la fin de la distinction entre le fabricant et le public.

De la combinaison de ce développement des techniques de reproduction de l'image et de l'essor du Web 2.0, toujours sur la même voie de transformer le public en fabricant est né la dernière chaîne -pour le moment- de la pratique du film amateur qui est cette fois, contrairement au film de famille, centrée sur la vie personnelle: les vidéoblogues. Les « blogues » –qui techniquement et aussi philosophiquement précèdent les vidéoblogues- sont des sites Web sur lesquels une ou plusieurs personnes s'expriment de façon libre, sur la base d'une certaine périodicité et qui prennent souvent forme d'un journal intime électronique. Un vidéoblogue (dans quelques sources français « *vidéoblog* », « *video blog* » ou tout simplement « *vlog* » en anglais) est une variante de blog dont le contenu est principalement composé d'images et non de textes écrits. Si nous optons pour l'approche McLuhannienne pour laquelle chaque changement sociale crée ses propres modèles d'expression et joue un rôle déterminant dans les développements techniques et que chaque modèle d'expression en relation avec les développements techniques qu'il suscite et dont il profite crée sa propre société, le vidéoblogue se déclare comme un des modèles d'expression propre à la société d'aujourd'hui. Créé par elle en la rendant possible, il a beaucoup de choses à dire sur notre société.

Au 16 Octobre 2007, YouTube recense 73.400 vidéos avec le terme « *video blog* » et 59.900 vidéos avec le terme « *vlog* ». Le fait qu'à peu près dans une année (au 1 Septembre 2008) ce chiffre remonte à 966.000 pour le terme « *video blog* » et à 117.000 pour le terme « *vlog* » témoigne bien de la profondeur du phénomène. Rappelons la réponse que nous proposons à Émond qui demande pourquoi devenir un réalisateur ou une réalisatrice : On fait des vidéos parce que l'on peut les faire.

---

<sup>17</sup> W. Benjamin, "Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilbildiği Çağda Sanat Yapıtı" (1935), traduit par A. Cemal in Pasajlar, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2001, pp. 50-86 (Disponible sur le Web : [http://www.fotografya.gen.tr/issue-14/W\\_Benjamin\\_index.htm](http://www.fotografya.gen.tr/issue-14/W_Benjamin_index.htm))

Aujourd'hui n'importe qui peut réaliser sa propre vidéo et la diffuser dans un vidéoblog. Espérant que d'explorer le contenu visuel du Web à travers d'une partie importante de ce contenu nous apporterait des éléments importants pour pouvoir répondre à notre grande question posée au dessus à savoir si l'Internet est le berceau de la démocratie ou l'esplanade de la cacophonie, dans ce mémoire nous allons étudier les vidéoblogues. Dans ce cadre, nous nous sommes posées les questions suivantes : Est-ce que c'est possible de parler d'une démocratisation de l'image? Est-ce que nous pouvons dire que les *videobloggers* produisent vraiment ou que ce qu'ils font n'est pas plus qu'agiter la main à la caméra seulement pour dire "je suis ici!"? Est-ce que c'est une décharge publique de l'image que l'on crée ou une immense archive de l'humanité? Est-ce que l'homme/la femme en produisant l'image prend finalement la caméra à la main pour inverser la transformation de *l'homo sapiens* (créature symbolisante) en *l'homo videns* (créature voyante) -contrairement à la thèse de Sartori <sup>18</sup>- ou est-ce que ce n'est qu'une des dernières briques de la société du spectacle -suggérée par Debord <sup>19</sup>- dans la quelle nous vivons?

### Méthodologie

Contrairement aux blogues qui suscitent un grand intérêt chez les académiciens notamment après la première conférence de Harvard Law School en 2003 sur le sujet, les travaux sur les vidéoblogues -parmi lesquels l'article de Jon Hoem intitulé "*Videoblogs as collective documentary*"<sup>20</sup> nous a servi d'un important point de départ- sont peu nombreux. Dans ce manque de référence qui peut être dû à la nouveauté du sujet et à la tendance de chercheurs d'évaluer les vidéoblogues comme un sous-titre des blogues au lieu de les étudier comme des entités autonomes ayant leurs propres particularités, pour l'objectif de comprendre la place des vidéoblogues -dont les racines prolongent vers les années 1920 avec "*L'homme à la caméra*" de Dziga Vertov en embrassant un grand terrain qui comprenne le cinéma non-institutionnel (ou le cinéma des "autres"), le cinéma direct, les films de famille, les télé-réalités et aussi le Dogme 95- dans la culture visuelle en ses rapports avec la

<sup>18</sup> G. Sartori, *Görmenin İktidarı, Homo Videns : Gören İnsan*, traduit par G. Batuş, B. Ulukan, Karakutu Yayınları, İstanbul, 2006

<sup>19</sup> G. Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, traduit par A. Ekmekçi, O. Taşkent, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996

<sup>20</sup> J. Hoem, "Videoblogs As Collective Documentary", présenté à BlogTalk 2004, [consulté le 16.09.2005], [http://infodesign.no/artikler/videoblogs\\_as\\_collective\\_documentary.pdf](http://infodesign.no/artikler/videoblogs_as_collective_documentary.pdf)

technologie, nous allons adopter une méthodologie propre à la critique historique du film en nous référant également aux apports des études culturelles.

“Dans les études culturelles, les films de famille sont conceptuellement considérés comme le dépotoir des modes de représentation”<sup>21</sup> dit Patricia Zimmermann. Dans ce mémoire, pour pouvoir répondre aux questions que nous venons de poser, nous proposons d’aborder les vidéoblogues de la même façon. Pour pouvoir faire cela, avec un regard écologique de la technologie emprunté de Postman<sup>22</sup> et en nous rappelant toujours la nécessité de la double médiation affirmée par Jouët<sup>23</sup>, et finalement en nous inspirant du modèle proposé par l’historien américain John O’Connor dans *Image as artifact : The historical analysis of film and television*<sup>24</sup>, tout au long de ce mémoire nous allons adopter deux cadres de réflexion: l’histoire de l’image animée en tant qu’industrie et art, l’image animée comme document pour l’histoire social, culturelle et pour l’histoire de la vie personnelle.

A la lumière de ces deux cadres, au lieu de nous baser sur un seul exemple d’un site Web de vidéoblogues que nous avons jugé insuffisant comme corpus parce que la majorité de ces sites ne diffusent pas les vidéos périodiquement et les sites périodiques diffusent souvent des *video shows* personnels, nous allons nous servir de 10 vidéoblogues publiés par une seule personne sur son propre site Web et 10 vidéoblogues distincts pris aléatoirement d’un site Web d’hébergement de vidéos. Espérant qu’une analyse narratologique nous apportera des éléments importants pas

---

<sup>21</sup> P. Zimmermann, “Geographic Desire in Cinema : Mapping Gender, Race and Imperialism in Women’s Amateur Film”, conférence donnée à la Société pour les Etudes Cinématographiques, Mai 1991, Californie, in S. Aasman, “Le Film de Famille Comme Document Historique”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 97-111, p. 109

<sup>22</sup> Dans *Technopoly : The Surrender of Culture to Technopoly*, en disant que le changement technologique est écologique, Neil Postman utilise le concept « écologie » au sens utilisé par les écologistes pour expliquer qu’un changement important cause un changement complet. “*Une nouvelle technologie ni ajoute quelque chose ni en déduit ; elle change tout*” dit-il. N. Postman, *Teknopoli : Yeni Dünya Düzeni*, traduit par M. E. Yilmaz, Paradigma Yayıncılık, İstanbul, 2006, p. 29

<sup>23</sup> “*La problématique de la double médiation de la technique et du social réinstitue le lien entre l’innovation sociale et l’innovation technique et devient un cadre d’analyse des TICs. La médiation est à la fois technique car l’outil utilisé structure la pratique mais la médiation est aussi sociale car les mobiles, les formes d’usage et le sens accordé à la pratique se ressource dans le corps social.*” J. Jouët, “Retour Critique Sur la Sociologie des Usages”, in *Revue Réseaux* n°100, 2000, pp. 487-521, p. 497

<sup>24</sup> J. E. O’Connor, *Image As Artifact, The Historical Analysis of Film And Television*, Malabar, 1990, in S. Aasman, “Le Film de Famille Comme Document Historique”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 97-111, p. 98, 99

seulement sur les caractéristiques esthétiques des vidéoblogues mais aussi sur la nature de l'univers construit par eux, notre échantillon de 20 vidéos<sup>25</sup> sera examiné par une méthodologie qui allie une perspective pragmatique à une approche narratologique et qui donc envisage les vidéoblogues comme des nouveaux moyens d'expression de soi par l'image mouvante dans le cadre communicationnel qu'ils s'inscrivent.

Ce mémoire qui, par ce choix du corpus et de la méthodologie, tente de profiter d'un regard plus complet sur les vidéoblogues et sur ce qu'ils représentent dans le monde d'images, s'organise en trois grandes parties. La première partie aborde l'histoire générale des images visuelles, la deuxième partie est consacrée aux nouvelles technologies en général et à l'Internet dans sa relation polémique avec la démocratie en particulier, et enfin la dernière partie s'efforce de décrire la nature des vidéoblogues qui, parce qu'ils utilisent l'image mouvante renvoient à la civilisation de l'image décrite dans la première partie et parce qu'ils prennent appui sur le Web, renvoient aux débats concernant les nouvelles technologies abordés dans la deuxième partie.

---

<sup>25</sup> Pour la liste complète des vidéoblogues qui ont servi de corpus à ce mémoire voir Annexe-9

## I) VERS UNE CIVILISATION DE L'IMAGE

Plusieurs personnes qui visitent l'Afrique pour des raisons diverses s'étonnent par la réaction des indigènes contre les appareils de photo. Ces derniers qui croient que leurs esprits seraient volés avec leurs images<sup>26</sup> ne veulent pas être photographiés mais dans les dernières années notamment avec l'intérêt croissant des touristes occidentaux pour des voyages « authentiques », il n'est pas surprenant qu'au fur et à mesure plus de membres des tribus « primitifs » acceptent de prendre leur place devant les caméras en compensation d'une dizaine de dollars. Histoire d'Idriss, le caractère principal du roman célèbre *La goutte d'or* de Michel Tournier<sup>27</sup>, qui part en Europe pour libérer son esprit en quête d'une photo de lui prise par une touriste parisienne, semble être renversée. Maintenant ce sont les touristes qui sont en quête des indigènes pour une série d'images qui diffère peu d'un album à l'autre.

Cette anecdote, à part de montrer encore une fois qu'aujourd'hui l'argent peut voler les esprits plus que jamais, fait aussi allusion aux deux facettes de l'image, l'une tournée vers l'art avec sa représentation spirituelle et l'autre vers l'industrie avec son orientation matérielle. En accord avec le premier cadre proposé par O'Connor -l'histoire de l'image animée en tant qu'industrie et art- que nous avons annoncé dans la méthodologie, cette première partie de notre mémoire sera consacrée à l'histoire générale des images visuelles. Sans méconnaître la multiplicité du sens que le mot « image » porte en lui, pour pouvoir connaître les différentes facettes des images -qui ont une forme visible-, nous allons nous contenter ici d'étudier l'image photographique et surtout l'image filmique et l'image-vidéo comme des modalités particulières de l'image visuelle en général.

*“Le cinéma, aujourd'hui, se voit à la télévision, comme la peinture, depuis assez longtemps, se voit en reproduction photographiques. Les croisements, les*

---

<sup>26</sup> S. Sontag, *Fotoğraf Üzerine*, traduit par R. Akçakaya, Altıkırkbeş Yayınları, İstanbul, 1999, p. 176

<sup>27</sup> M. Tournier, *La Goutte D'Or*, Gallimard, Paris, 1986

*échanges, les passages de l'image se font de plus en plus nombreux et il m'a donc semblé qu'aucune catégorie particulière d'images ne pouvait plus aujourd'hui s'étudier en faisant l'économie d'une prise en compte de toutes les autres.*" <sup>28</sup> dit Jacques Aumont, théoricien du cinéma, au début de son livre *L'Image*. Tout en sachant l'impossibilité d'explorer une modalité de l'image en l'isolant des autres comme affirme Aumont mais en acceptant en même temps que "*La photo n'est pas une moindre peinture, pas plus que la télé n'est du cinéma en petit*" <sup>29</sup> comme précise Régis Debray, nous allons étudier la photographie, le cinéma et la vidéo par ordre chronologique. Pour pouvoir voir si les changements techniques dans le domaine implique plus de participation de gens ordinaires –les non professionnels– dans la production de l'image, c'est-à-dire un avancement vers -ce que nous pouvons appeler- la démocratisation de l'image ou non, toutes ces catégories seront examinées en mettant accent sur une des leurs caractéristiques dominantes sans négligeant le fait que tous ces caractéristiques se trouvent à des degrés différents dans chacun. Mais avant tout cela, jeter un coup d'œil à la théorie de l'image indépendamment de la nature, la forme et l'usage de ses modalités différentes peut éclairer notre voie.

## A) L'UNIVERS DES IMAGES

"« *Au commencement [...] était la Parole* », proclame l'évangile de Jean. *De nos jours, nous devrions dire que « au commencement était l'image »*" <sup>30</sup> dit Giovanni Sartori, sociologue italien, horrifié par le sort écrasant des images en général dans le monde entier. Mais comme Oswald Spengler, philosophe allemand, qui affirme que la vision est le sens déterminant en disant que c'est la position des yeux qui fait de l'homme l'homme <sup>31</sup>, John Berger précise aussi que la vision précède l'acte de parler en donnant l'exemple de l'enfant qui apprend à connaître en voyant avant qu'il commence à parler <sup>32</sup>. On relate le monde avec des mots, mais d'après Berger cela ne peut pas changer le fait que nous soyons entourés par le monde. Par notre vision qui nous place fatalement sur un point à travers lequel nous

<sup>28</sup> J. Aumont, *L'Image*, Nathan, 1990, p. 4

<sup>29</sup> R. Debray, *Vie et Mort de L'Image*, Editions Gallimard, 1992, p. 376

<sup>30</sup> G. Sartori, *Görmenin İktidarı, Homo Videns : Gören İnsan*, traduit par G. Batuş, B. Ulukan, Karakutu Yayınları, İstanbul, p. 27

<sup>31</sup> Cité par J. Ellul, *Sözün Düşüşü*, traduit par H. Arslan, Paradigma Yayınları, İstanbul, 2004, p. 27

<sup>32</sup> J. Berger, *Görme Biçimleri*, traduit par Y. Salman, Metis, İstanbul, 1986, p. 7

voyons tout, nous devenons le centre du monde.<sup>33</sup> Donc la vision organise le monde des objets visibles pour le spectateur comme l'univers est organisé d'antan par le Dieu, mais l'être humain ne peut pas voir lui-même. A ce point-là, l'homme/la femme développe des techniques de reproduction de l'image. Merleau-Ponty affirme que ce n'est qu'en reproduisant l'image de soi que l'être humain peut se prouver qu'il existe dans son intégralité dans l'espace.<sup>34</sup> Par la reproduction de l'image, le même sentiment d'être le centre du monde est renforcé avec l'aide de la tradition du perspective mais à la différence de Dieu, dans un temps donné, le spectateur ne peut qu'être dans un seul lieu.<sup>35</sup>

Comment voyons nous? Avec les yeux, nous répondons dans le langage courant, mais en effet la vision résulte d'un mécanisme complexe qui englobe trois opérations distinctes et successives: des opérations optiques, chimiques et nerveuses<sup>36</sup>. Toutefois cette définition physiologique de la vision ne nous aide point à entendre la vraie signification de l'image qui est en quelque sorte le produit final de la vision.

Jacques Aumont préfère insister sur le fait que *“l'image se définissait comme un objet produit de main d'homme, dans un certain dispositif, et toujours pour transmettre à son spectateur, sous forme symbolisée, un discours sur le monde réel”*<sup>37</sup>. A cette définition qui met l'accent sur la représentation de la réalité ou d'un aspect de la réalité s'ajoute la formulation plus éclairante de Charles S. Peirce qui définit l'image comme la relation entre le signifiant et le référent, autrement dit, celle entre ce que je perçois et ce que cela représente.<sup>38</sup> L'image témoigne donc d'un modèle qu'elle est chargée de représenter et d'autre part elle est le signe d'une chose extérieure à elle.<sup>39</sup> Et enfin nous pouvons dire qu'elle est aussi une chose à elle. Ce potentiel de l'image à combiner la reproduction du réel avec une signification intentionnelle ou inconsciente apportée de celui qui la fait -ce qui est appelé comme

---

<sup>33</sup> J. Ellul, *Sözün Düşüşü*, traduit par H. Arslan, Paradigma Yayınları, İstanbul, 2004, p. 29-32

<sup>34</sup> M. Merleau-Ponty, *Göz ve Tin*, traduit par A. Soysal, Metis, İstanbul, 1996, pp. 32-25

<sup>35</sup> J. Berger, op. cit., p. 16

<sup>36</sup> idem., p. 8

<sup>37</sup> idem., p. 201

<sup>38</sup> Cité par M. Joly, “Les Trois Dimensions de l'Image”, in *Sciences Humaines Hors Série : Le Monde de l'Image*, n°43, 2004, pp.10-13, p. 11

<sup>39</sup> P. Quéau, *Le Virtuel, Vertus et Vertiges*, Editions Champ Vallon/INA, Seyssel, 1993, in *Dossiers de l'Audiovisuel : Ethique du Virtuel : des images au cyberspace*, n°65, 1996, p. 12



« le double statut de l'image » par Missika et Wolton<sup>40</sup> - nous conduit à penser d'abord sur comment et à quels niveaux l'image établit ses rapports avec le réel.

### 1) Le rapport de l'image au réel

“L'image n'est jamais vraie, telle est la paradoxale vérité de l'image”<sup>41</sup> dit Marie-José Mondzain. Mais de quelle vérité parlons-nous quand notre croyance aveugle sur la vérité de ce que nous voyons est questionnée sans cesse depuis les théologies et philosophies fondateurs de l'Occident, y compris en particulier le Judéo-Christianisme et le Platonisme ? Tous les deux prennent ce monde matériel comme une illusion, une simple image ou une copie d'une plus grande réalité divine qui par son pouvoir d'attraction, détourne l'esprit humain de la réalité. Toujours sur la même voie, dans *Méditations*, après avoir affirmé qu'il n'existe pas de signes probants par lesquels l'individu peut distinguer clairement entre l'état éveillé et l'état endormi<sup>42</sup>, Descartes va plus loin en disant que même si nous sommes éveillés, tous nos sens peuvent être manipulés par une force extérieure maléfique<sup>43</sup>. Dans son célèbre *Simulacres et simulation*, Baudrillard conceptualise cette force maléfique -qui ressemble tant aux médias visuels d'aujourd'hui- comme « le simulacre » qui nous condamne à vivre au lieu du réel, dans le désert ou dans la carte du réel<sup>44</sup>.

Le simulacre qui peut être pris comme “un objet artificiel qui vise à être pris pour un autre objet dans un certain usage, sans pour autant lui ressembler absolument”<sup>45</sup>, n'est au fond que ce que les résidants de la caverne de Platon voient sur les murs<sup>46</sup>. Mais en citant la critique de Nietzsche concernant Platon affirmant que “Derrière chaque caverne, il est, et doit être nécessairement, une caverne encore plus profonde : un monde plus ample, plus étrange, plus riche derrière chaque monde, en dessous de chaque fond ”<sup>47</sup>, nous pouvons dire que Baudrillard

<sup>40</sup> J.-L. Missika, D. Wolton, *La Folle du Logis : La Télévision dans les Sociétés Démocratiques*, Editions Gallimard, 1983, p. 171

<sup>41</sup> M.-J. Mondzain, *L'Image Naturelle*, Edition Le Nouveau Commerce, Paris, 1995, in *Dossiers de l'Audiovisuel : Ethique du Virtuel : des images au cyberspace*, n°65, 1996, p. 11

<sup>42</sup> R. Descartes, *Discours de la Méthode : Suivi des Méditations Métaphysiques*, Ernest Flammarion, Paris, 1968, pp. 96-97

<sup>43</sup> idem., p. 100

<sup>44</sup> J. Baudrillard, *Simulacres et Simulation*, Galilée, Paris, 1981, p. 1

<sup>45</sup> J. Aumont, op. cit., p. 75

<sup>46</sup> Platon nous décrit comme des prisonniers enchaînés dans une caverne prenant le jeu de l'ombre sur le mur comme la réalité. Plato, *The Republic*, Penguin Books, London, 1955

<sup>47</sup> Cité par G. Deleuze, “Plato and the Simulacrum”, in *October*, n°27, 1983, pp. 45-56, p. 53

est confronté au même problème avec le simulacre. Deleuze admet lui-même que le simulacre met en place une réverbération interne et de résonance qui se répand dans la folie <sup>48</sup>.

Comme l'existence de la simulation détruit la probabilité de pouvoir savoir ce qui est réel, ce qui nous reste est de continuer à interpréter ce que nous voyons dans notre propre caverne, dans les frontières de notre propre simulation. Nous nous proposons par conséquent de nous interroger dans le cadre d'un domaine théorique adéquat à notre question de départ et de revenir à la représentativité de l'image en suivant la réflexion de Rudolf Arnheim.

### **a) L'image comme signe**

Dans *La pensée visuelle*, concernant l'image dans son rapport au réel, Rudolf Arnheim propose une trichotomie suggestive.<sup>49</sup> Selon lui, l'image possède une valeur de représentation, une valeur de symbole et une valeur de signe. La valeur de représentation correspond à l'image représentative qui figure des choses concrètes en stimulant un niveau d'abstraction inférieur à celui des images elles-mêmes. La valeur de symbole représente l'image symbolique qui figure des choses abstraites en stimulant un niveau d'abstraction supérieur à celui des images elles-mêmes. Ce niveau d'abstraction qu'Arnheim suppose que tout le monde forcément possède n'est pas toujours évident et est défini surtout pragmatiquement, par l'acceptabilité sociale des symboles représentés.

Dernièrement, quand l'image figure un contenu dont elle ne reflète pas visuellement les caractères, autrement dit quand le signifiant visuel de l'image n'a qu'un rapport arbitraire avec son signifié, Arnheim parle d'une valeur de signe. Au fond, en considérant que les images qui possèdent une valeur de représentation ou de symbole figurent forcément une valeur de signe, nous pouvons dire que la dernière catégorie englobe grosso modo les deux premières fonctions d'Arnheim ce qui veut dire que nous vivons dans un monde entouré par des images comme signe, ou mieux, par les images-signes.

---

<sup>48</sup> *ibid.*

<sup>49</sup> R. Arnheim, *Visual Thinking*, Berkeley : University of California Press, 1969 in J. Aumont, *op. cit.*, pp. 56-57

John Berger affirme que l'image –prise au sens de la vision recréée ou reproduite- servait au départ à se représenter, autrement dit à incarner les choses qui n'étaient pas ou plus là, mais qu'au fur et à mesure il est compris que l'image est plus permanente que ce qu'elle représente.<sup>50</sup> En s'appuyant sur ce pouvoir de l'image, Umberto Eco précise que dans l'image médiatisée, le signe aspire à être la chose et à abolir la différence du renvoi, le mécanisme de la substitution et conclut que le signe n'est plus l'image de la chose mais son moulage, ou mieux, son double.<sup>51</sup> Nous pouvons dire que ce que Guy Debord conceptualise par « *la société du spectacle* » dans laquelle “*l'image est préférée à la chose, la copie à l'original, la représentation à la réalité, l'apparence à l'être*”<sup>52</sup> est cette nouvelle structure construite par l'embrouillement des frontières entre le jeu et l'illusion et par la transformation totale du signe en chose.

### **b) La domination des images**

Le spectacle, pour Debord, “*(...) ne désigne pas un ensemble d'images, mais un rapport social entre des personnes, médiatisé par des images*”<sup>53</sup> par lequel “*(...) tout ce qui était directement vécu s'est éloigné dans une représentation*”<sup>54</sup>. Cette nouvelle société néglige sans doute des membres propres à elle et ce besoin est satisfait selon Giovanni Sartori, par la transformation de *l'homo sapiens*<sup>55</sup>, créature symbolisante dotée d'une capacité d'abstraction en *l'homo videns*, créature voyant, ou mieux créature spectatrice qui “*(...) se lasse de lire et préfère le flash abrégé de l'image synthétique, qui le fascine et le séduit*”<sup>56</sup> en se laissant emporter par les émotions au lieu des relations logiques.

---

<sup>50</sup> J. Berger, op. cit., p. 10

<sup>51</sup> U. Eco, *Günlük Yaşamdan Sanata*, traduit par K. Atakay, Adam Yayınları, İstanbul, 1993, p. 41

<sup>52</sup> Feuerbach, Préface à la deuxième édition de *L'Essence du Christianisme*, cité par G. Debord, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, traduit par A. Ekmekçi, O. Taşkent, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996, p. 13

<sup>53</sup> G. Debord, op. cit., p. 14

<sup>54</sup> idem., p. 13

<sup>55</sup> Dès 1758, le botaniste suédois Carl von Linné (1707-1778) présentait un « système de la nature » établissant une classification des espèces en fonction d'un modèle évolutionniste pris pour hypothèse de base. Il situait l'espèce *homo* (humaine) comme branche des *hominidés* (créatures bipèdes). Là, débute la quête de nos présumés ancêtres éloignés, de *l'homo habilis* à *l'homo sapiens* en passant par *l'homo erectus*. Le philosophe Ernst Cassirer (1874-1945) explique que *l'homo sapiens* se distinguent des autres espèces particulièrement par son activité symbolisante. (G. Sartori, *Görmenin İktidarı, Homo Videns : Gören İnsan*, traduit par G. Batuş, B. Ulukan, Karakutu Yayınları, İstanbul, p. 17)

<sup>56</sup> G. Sartori, op. cit., p. 122

“Du travail à l’éducation, des loisirs à la santé, de la jeunesse à l’âge adulte, l’image accompagne tous les âges de la vie et les nouveaux médias, sur ce terrain, sont plus que jamais actifs.”<sup>57</sup> dit Dominique Wolton. Peu importe si nous appelons cette société comme la société du spectacle suivant Debord ou la société moderne tout court comme Ellul<sup>58</sup>, ou si nous parlons d’une civilisation de l’image comme indique le nom du livre d’Enrico Fulchignoni<sup>59</sup>, ce qui nous reste est le sentiment que nous avons tous, de vivre dans un monde où les images sont de plus en plus nombreuses, où les écrans couvrent les rues, où les téléphones mobiles sont dotés de caméras. Quel en est le résultat ? “Une civilisation démocratique ne sera sauvée que si elle fait du langage de l’image une provocation à la réflexion et non une invitation à l’hypnose ”<sup>60</sup> dit Eco, mais notre ère semble accrédi-ter davantage la prévision d’André Breton écrite dans *Le manifeste du surréalisme* : “Viendra un jour où ce ne seront plus les hommes qui feront les choses ; ce seront les images qui le feront sans eux. Ce jour-là, on sera assis devant un écran, on ne sera plus des vivants, mais des voyants ”<sup>61</sup>.

La prévision de Breton faite déjà en 1927 coïncide parfaitement avec la critique d’Arnold Gehlen, le fondateur de l’anthropologie philosophique en Allemagne, concernant l’hyper-médiatisation. Gehlen affirme que ce dernier, toujours lié à notre acharnement indéniable aux images, nous pousse au berceau des expériences de seconde main en nous privant de nos propres expériences<sup>62</sup>. Contrairement aux philosophes antiques comme Aristote et Porphyre qui traitent l’œil comme un être anthropoïde en lui attribuant la valeur d’un stratège militaire<sup>63</sup>, nous pouvons facilement prétendre que l’œil aujourd’hui s’appriivoise. Comme l’affirme Ellul, les images nous empêchent d’agir en nous laissant vivre sur le plan de la représentation

---

<sup>57</sup> D. Wolton, *Internet et Après ? : Une Théorie Critique des Nouveaux Médias*, Flammarion, 2000, p.43

<sup>58</sup> J. Ellul, op. cit., p. 17

<sup>59</sup> E. Fulchignoni, *La Civilisation de L’Image*, Payot, coll. “Petite Bibliothèque Payot”, 1969

<sup>60</sup> Cité par M. Cartier, “Information et Connaissance”, in MichelCartier.com [en ligne], consulté le 11.03.2007, [http://www.michelcartier.com/McArticleB.php3?id\\_article=263](http://www.michelcartier.com/McArticleB.php3?id_article=263)

<sup>61</sup> A. Breton, in *Le Manifeste du Surréalisme*, 1927, cité par J.-P. Teyssier, “Quelle Déontologie Pour l’Ere Cyber ?”, in *Dossiers de l’Audiovisuel : Ethique du Virtuel : des images au cyberspace*, n°65, 1996, p. 1

<sup>62</sup> A. Gehlen, *Antropologia Filosofica e Teoria Dell’Azione*, Guida, Napoli, 1990, in G. Sartori, op. cit., p. 110

<sup>63</sup> B. Senders, *Öküzün A’sı*, traduit par Ş. Tahir, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999, p. 30

et de la substitution.<sup>64</sup> Il n'est par conséquent pas étonnant qu'aujourd'hui le *second life*<sup>65</sup> devient la seule vie qui compte pour nous et que nous commençons à nous satisfaire de ce que fait notre *avatar*, parce que nous sommes dans l'âge de « voir » et non dans celui de « l'être ».

Sur ce point-là, conformément à notre principal objectif, il nous faut demander si les nouvelles technologies qui semblent démocratiser l'image en donnant à toutes et à tous la possibilité de la produire et reproduire au lieu de la regarder uniquement, portent le potentiel de transformer cette immobilité en action ou pas. Pour pouvoir répondre à cette question qui interroge au fond ce que quelqu'un pourrait faire avec l'image, il convient d'abord de réfléchir aux fonctions de l'image.

### c) Les fonctions de l'image

Régis Debray dans *Vie et mort de l'image*, proclame que « regarder », ce n'est pas recevoir le visuel, mais l'ordonner et l'organiser.<sup>66</sup> Après avoir dressé le lien entre le regard et l'image en disant que de même que l'écrit prend son sens de la lecture, l'image tire son sens (pas spéculatif mais pratique) du regard, il distingue trois moments dans l'histoire du visible dont chacun correspond à un ère et sphère spécifique : l'idole, l'art et le visuel<sup>67</sup>. C'est le regard magique qui suscite l'ère des idoles et s'étend dans la logosphère (l'époque après l'invention de l'écriture), le regard esthétique correspond à l'ère de l'art dans la graphosphère (l'époque après l'invention de l'imprimerie) et enfin le regard économique suscite l'ère du visuel qui s'étend dans la vidéosphère (l'époque après l'audiovisuel).<sup>68</sup>

A cette trichotomie proposée par Debray par rapport à l'évolution des techniques de transmission de l'information, s'ajoute la tripartition d'Aumont qui se pose, au lieu d'un plan historique, sur les différents modes de l'image d'établir un

<sup>64</sup> J. Ellul, op. cit., p. 171

<sup>65</sup> *Second Life* est un monde virtuel en 3D dont la majeure partie est créée par ses utilisateurs (dits « résidents ») eux-mêmes et qui permet à ces utilisateurs de vivre une sorte de « seconde vie ». *Second Life* avec sa propre économie (les échanges se font en dollars Linden qui peuvent être échangés contre de la monnaie réelle) semble plus à un forum internet qu'à un jeu vidéo où les rencontres, les débats, les mariages, les formations, les recrutements, les expositions, etc. ont lieu parmi les *avatars*. L'Avatar est la représentation virtuelle d'un utilisateur de forme humanoïde qui peut être modifiée par l'utilisateur. (<http://fr.wikipedia.org>)

<sup>66</sup> R. Debray, op. cit., p. 56

<sup>67</sup> idem., p. 57

<sup>68</sup> idem., p. 286

rapport avec le monde : le mode symbolique, le mode épistémique et le mode esthétique<sup>69</sup>. Le mode symbolique qui implique selon Aumont, des symboles particulièrement religieux, “(...) censés donner accès à la sphère du sacré par la manifestation plus ou moins directe d’une présence divine”<sup>70</sup>, correspond à ce que explique Debray avec le regard magique. Nous pouvons parler du mode épistémique de l’image quand celle-ci apporte des informations visuelles sur le monde et du mode esthétique quand l’image plait à son spectateur en lui procurant des sensations spécifiques. Le regard esthétique et le regard économique de Debray peuvent correspondre à la fois à ces deux catégories d’Aumont selon leur modalité d’établir des liens avec le monde. Par exemple, un film documentaire télédiffusé qui se place dans la vidéosphère et donc correspond à un regard économique pour Debray peut aussi fonctionner comme une œuvre esthétique et aussi épistémique selon les modes d’Aumont; une photo-portrait qui suscite un regard esthétique peut faire gagner de l’argent à son créateur quand elle est vendue dans une galerie ce qui ne l’empêche pas de porter aussi un mode épistémique comme elle nous donne plus ou moins d’information sur la personne photographiée.

Tous ces croisements possibles de différentes fonctions de l’image nous montrent qu’une image symbolique ou épistémique n’est pas forcément esthétique, mais ne nous donnent pas des indices nécessaires pour savoir si une image esthétique est forcément une image artistique ou pas. Dans cette première partie qui vise à retracer l’histoire de l’image en tant qu’industrie et art, le rapport de l’esthétique à l’art et la notion de l’art en général méritent d’être élucidés.

## 2) L’art et l’image

Pour comprendre la notion de l’art, revenons encore une fois aux cavernes, mais cette fois-ci pas à la caverne imaginaire de Platon mais à la Grotte Chauvet ou à la Grotte de Lascaux où nous pouvons voir des peintures et des gravures qui sont acceptées comme les œuvres d’art les plus anciennes de l’humanité. Mais si ces peintures ou gravures qui retracent majoritairement des scènes de chasse et de guerre figurant l’homme en combat avec la nature ne sont pas censées être belles mais

---

<sup>69</sup> J. Aumont, op. cit., p. 57

<sup>70</sup> *ibid.*

portent plutôt une valeur magico-religieuse comme évoque Read <sup>71</sup> ou servent à préparer l'homme psychologiquement et physiquement au combat comme affirme Kagan <sup>72</sup>, une question se pose inévitablement : Quelle est la part de l'art dans ces images ?

Ce ne sont pas ces dessins eux-mêmes mais l'aptitude de sensibilisation des organes de sens, la capacité de l'observation, et -le plus important- la faculté d'abstraction de l'homo sapiens traduites par ces dessins qui font que l'on les classe parmi les plus anciennes formes d'expression artistique humaine. De même que l'Antiquité apporte une conception idéaliste de l'esthétique qui reflète ce qui est idéal au lieu de ce qui existe <sup>73</sup>, tout comme une expression iconographique et schématique loin de la nature marque l'art du Moyen Age sous l'influence de la philosophie scolastique et l'architecture gothique<sup>74</sup>, comme la Renaissance témoigne d'une conception personnelle de l'art en exaltant l'individu<sup>75</sup> qui donnera lieu à la naissance de l'art moderne<sup>76</sup>, nous pouvons dire que ces peintures sur les murs de caverne forment la première conception de l'art basée sur l'imitation<sup>77</sup> (prise surtout au premier sens de la « mimésis »<sup>78</sup>) que nous appelons aujourd'hui l'art préhistorique.

Ces précieux travaux et les interrogations qu'ils ont suscité nous montrent qu'il est pratiquement impossible d'expliquer la notion de l'art en référence à une seule variable et qu'il est possible de citer autant de conceptions de l'art que d'époques et de sociétés, témoignant encore une fois de la difficulté de définir l'art. Bien qu'il y ait des critiques d'art comme Donald Kuspit qui n'hésitent pas à annoncer la fin de

<sup>71</sup> H. Read, *Sanat ve Toplum*, traduit par S. Mülayim, Ümran Yayınları, Ankara, 1981, p. 11

<sup>72</sup> M. S. Kagan, *Estetik ve Sanat Dersleri*, traduit par A. Çalışlar, İmge Yayınları, İstanbul, 1993, p. 231

<sup>73</sup> A. Altunay, *Mekanik Sanattan Elektronik Sanata Geçiş ve Video Sanatı*, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No. 1539, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları No. 54, Eskişehir, 2004, p. 37

<sup>74</sup> E. Akyürek, *Ortaçağ'dan Yeniçağ'a Felsefe ve Sanat*, Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 1994, p. 78 et pp. 56-57

<sup>75</sup> idem., pp. 158-161

<sup>76</sup> E. Faure, *Yeniden Doğan Sanat*, traduit par B. Onaran, Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 1993, p. 29

<sup>77</sup> M. Barasch, *Theories of Modern Art : From Plato to Winckelmann*, New York University Press, New York, 1985, p. 1

<sup>78</sup> Dans *La République*, Platon utilise la « mimésis » pour décrire l'imitation, la représentation du réel surtout dans la littérature et conclut que l'art, c'est la mimésis. Dans *La Poétique*, Aristote développe cette conceptualisation platonicienne et distingue deux types de mimésis : la simple imitation de la nature (imiter les choses comme elles sont, décrire la réalité universelle) et la stylisation de celle-ci (décrire les choses comme on les dit ou comme elles devraient être). (B. Moran, *Edebiyat Kuramları ve Eleştirisi*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2007, pp. 21-31)

l'art à l'ère post-moderne <sup>79</sup>, le fait que l'art soit propre à son créateur et à son âge peut nous donner quelques indices dans notre tentative de le définir.

Tout d'abord l'art ne peut pas être conçu sans son auteur. C'est cette réalité-là que Gombrich veut affirmer en disant que *“Il n'y a rien qui est appelé l'art, il n'y a que des artistes ; c'est-à-dire des gens qui auparavant dessinent des bisons avec la terre colorée sur la mur de la grotte et qui aujourd'hui achètent des colorants pour préparer des affiches publicitaires et qui depuis des siècles produisent beaucoup des autres choses”* <sup>80</sup>. Jacques Aumont n'est pas d'accord avec cette proposition de Gombrich qui -tout en affirmant que ce concept de l'art peut avoir différentes significations selon des différentes places et des différents temps- vise à nous faire comprendre qu'il n'existe pas en vérité un *Art* avec un 'A' majuscule et qui sert de moyen d'adoration ou même d'épouvantail<sup>81</sup>. D'après Aumont, l'art et le sentiment esthétique sont souvent confondus et une image soucieuse d'obtenir un effet esthétique comme une publicité peut aisément se faire passer pour une image artistique, or une image esthétique et une image artistique ne sont pas les mêmes choses<sup>82</sup>. Ceci nous amène à réfléchir plus profondément à la notion de l'esthétique sans laquelle l'art ne peut pas être conçu.

### a) L'esthétique

*“Ce que suggère l'image artistique, c'est que le plaisir de l'image est indissociable d'une esthétique.”* <sup>83</sup> dit Aumont. Ce que nous pouvons déduire de cette affirmation est qu'un certain plaisir esthétique est indispensable pour que l'on puisse parler d'une image artistique mais pas suffisant. Avant d'énumérer les autres éléments qui font d'une image, une image artistique, il nous faut comprendre quelles sont les sources du plaisir de l'image. Et comme nous essaierons de voir ci-dessous, c'est exactement cette question-là à laquelle les théories esthétiques ont tenté de répondre.

---

<sup>79</sup> Dans son livre intitulé *The End of Art (La Fin de l'Art)*, Kuspit argue que l'art post-moderne est la fin de l'art parce qu'il est ordinaire et contre l'esthétique. Donald Kuspit, *Sanatın Sonu*, traduit par Y. Tezgiden, Metis Yayınları, İstanbul, 2006

<sup>80</sup> E. H. Gombrich, *Sanatın Öyküsü*, traduit par B. Cömert, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1986, p. 4

<sup>81</sup> *ibid.*

<sup>82</sup> J. Aumont, *op. cit.*, p. 58

<sup>83</sup> *idem.*, p. 245



Le mot « esthétique » qui vient de la racine grecque *aisthesis* (sensation, sentiment)<sup>84</sup> est utilisé pour la première fois par Alexander Gottlieb Baumgarten, philosophe allemand, au XIII<sup>ème</sup> siècle dans une approche proche à son acceptation moderne : “*L’esthétique (ou théorie des arts libéraux, gnoséologie inférieure, art de la beauté de penser, art de l’analogon de la raison) est la science de la connaissance sensible.*”<sup>85</sup> Donc le terme de l’esthétique est employée d’abord pour désigner l’étude des sensations et des sentiments provoqués par l’œuvre d’art mais s’est transformée rapidement en une théorie du Beau qui souvent se veut science normative comme son sens propre indique. Dans le dictionnaire nous voyons que l’esthétique est définie premièrement comme “*la science du beau dans la nature et dans l’art ; conception particulière du beau*” et deuxièmement comme « *la beauté* » tout court.<sup>86</sup> Or, la distinction kantienne entre *l’agréable* et *le beau* nous sert d’un point de départ pour voir pourquoi il est dangereux de considérer l’esthétique comme un jugement de ce qui est beau ou laid.

Dans *La critique de la faculté de juger*, Kant dit que le jugement de ce qui est agréable est fondé sur le sentiment personnel conformément au principe de « à chacun son goût » mais quand quelqu’un dit qu’une chose est belle, son jugement ne concerne pas seulement lui mais tous les autres pour ainsi dire que la beauté soit une propriété de cette chose donnée.<sup>87</sup> C’est pourquoi dans *Handbook of perception*, Irvin L. Child, en déclarant la question centrale de la théorie esthétique “*Pourquoi les gens trouvent-ils agréable, ou semblent-ils trouver agréable, l’activité perceptive elle même ?*”<sup>88</sup> préfère à utiliser l’adjectif « agréable » au lieu de « beau ». En partant de la question de Child et en tenant compte de la multitude du sens que l’esthétique porte -tout comme l’art- selon les époques différentes (esthétique antique, médiévale, classique, moderne, etc.), au lieu d’une conception dogmatique de l’esthétique imposant des constructions a priori de ce qu’est le beau, nous pouvons compter sur la formulation suivante de Panofsky : “*L’esthétique n’est pas une science du beau éternel et absolu, elle est une évaluation de l’adéquation entre un projet artistique, une définition ‘locale’ de l’art, et les productions relevant de*

---

<sup>84</sup> idem., p. 236

<sup>85</sup> A. G. Baumgarten, *Esthétique*, Vol. 1, traduit par J.-Y. Pranchère, L’Herne, 1988, p. 121

<sup>86</sup> Le Robert Micro, *Dictionnaire de la Langue Française*, rédaction dirigée par A. Rey, Dictionnaires Le Robert, Paris, 1998, p. 498

<sup>87</sup> E. Kant, *La Critique de la Faculté de Juger* (1790), traduit par A. Philonenko, Vrin, 1993, pp. 74-75

<sup>88</sup> I. L. Child, *Handbook of Perception*, Vol. 10, Academic Press, New York, 1978, in J. Aumont, op. cit., p. 236

*cette définition.*”<sup>89</sup> Donc en nous basant sur ce qui vient d’être dit, nous pouvons conclure que l’esthétique n’est pas une science ou une discipline normative et statique mais un domaine d’étude et une réflexion vaste et active sur les règles changeantes de l’art et de l’action créatrice.

“*Chaque art a vocation, à des degrés divers, d’éveiller un sentiment de réalité chez le spectateur*”<sup>90</sup> dit Lotman. Mais en nous souvenant du double statut de l’image, c’est-à-dire du potentiel de l’image à combiner la reproduction du réel avec une signification intentionnelle ou inconsciente apportée de celui qui la fait, nous pouvons dire que le sentiment de réalité dont Lotman parle ne peut passer aux récepteurs de l’image qu’à travers d’un certain regard de son auteur. Même l’image documentaire, qui prétend tirer sa valeur de ne montrer que le monde tel qu’il est, ne peut pas s’épargner de ce regard intentionnel ou inconscient de l’auteur qu’Aumont appelle « *le prestige de la création* »<sup>91</sup>. Et si l’art s’est toujours doté d’une valeur spéciale, c’est sûrement grâce à ce prestige particulier, à cette nature hors du commun difficile à expliquer que Walter Benjamin qualifie « *d’aura* »<sup>92</sup>. Ce terme d’aura auquel nous allons revenir dans la partie suivante au sujet de la photographie, peut constituer un élément de réponse que nous pouvons donner à la question de Child : Certaines images nous fascinent, nous les trouvent agréables, elles nous font plaisir parce qu’elles ont une aura. Et si elles ont une aura qui les font rayonner, émettre des vibrations particulières, elles ne peuvent pas être ordinaires.

## **b) La technique**

Nous venons de préciser que pour qu’une image puisse être qualifiée d’image artistique, elle doit avoir une aura particulière apportée par son créateur. Mais comment cette nature hors du commun, cette aura de l’image artistique se révèle-t-elle, étant donné qu’elle n’est pas innée mais construite? La réponse de cette question nous procure inévitablement le deuxième élément de l’image artistique : la technique.

---

<sup>89</sup> Cité par J. Aumont, op. cit, p. 237

<sup>90</sup> Y. M. Lotman, *Sinema Estetiğinin Sorunları, Öteki*, İstanbul, 1999, p. 28

<sup>91</sup> J. Aumont, op. cit., p. 245

<sup>92</sup> W. Benjamin, web. cit.

Chaque art exige une cumulation de savoir propre dont la maîtrise est indispensable pour qu'une certaine aura puisse se produire. Comme il est impossible de peindre sans connaître la technique du pinceau ou de sculpter sans savoir comment tailler, la technique qui vient du grec et désigne ce qui appartient à la *technè*<sup>93</sup> se révèle comme un élément très important de cette cumulation de savoir. Notant que le mot technique est en français assez ambigu due à une ambivalence du sens, il faut d'abord préciser que nous allons l'utiliser ici dans le sens de l'outillage dont on dispose pour accomplir un acte donné. Son deuxième sens qui désigne le discours sur la technique en général et toute une série de discussions sur la nature de la technique qui fleurissent autour de ce dernier sens sera étudié dans la deuxième partie de ce mémoire consacrée aux nouvelles technologies en général et à l'Internet dans sa relation polémique avec la démocratie en particulier.

Barasch, avec une conception instrumentale qui explique pourquoi ce concept ne désigne pas seulement l'art au sens élevé mais aussi le faire de l'artisan depuis l'Antiquité, définit la *technè* comme le processus que l'être humain pratique pour arriver à une fin prédéterminée<sup>94</sup>. Jusqu'à Platon, le mot *technè* est toujours associé au mot *epistemè*. Tous les deux sont relatifs à la connaissance au sens le plus large et ils désignent le fait de pouvoir se retrouver en quelque chose, de s'y reconnaître.<sup>95</sup> Or Aristote fait une distinction définitive entre les deux concepts. Pour lui, l'*epistemè* désigne la connaissance mais la *technè* est un fait qui n'existe pas en soi et qui peut donc apparaître sous différentes formes et qui finalement dévoile des choses.<sup>96</sup> En s'appuyant sur cette conceptualisation d'Aristote qui -au lieu des traits comme la production ou l'instrumentalité- met l'accent sur l'attribut de la *technè* de dévoiler ce qui ne se voit pas, Heidegger affirme que la technique n'est pas seulement un moyen mais un mode de dévoilement, une non-occultation de la vérité<sup>97</sup>. De ces précisions nous pouvons déduire que la technique n'est pas seulement un moyen pour arriver à une fin comme dit Barasch mais un processus qui a des effets sur la fin. D'où l'importance du choix de la technique et de sa maîtrise.

---

<sup>93</sup> M. Heidegger, *Teknik ve Dönüş* (1954), traduit par N. Aça, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1998, p. 18

<sup>94</sup> M. Barasch, op. cit., p. 3

<sup>95</sup> M. Heidegger, op. cit., p. 18

<sup>96</sup> A. Altunay, op. cit., p. 51

<sup>97</sup> M. Heidegger, op. cit., p. 18

Quel est le rapport entre la technique et l'art? Heidegger répond à cette question en disant que la *technè* est quelque chose de *poiétique*. Etant un dévoilement producteur au lieu d'être une production tout court, elle fait aussi partie de la *poiésis* (la poésie, la chose poétique)<sup>98</sup> qui pénètre et régit tout l'art.<sup>99</sup> Donc comme nous avons dit au début, la technique apparaît comme un processus primordial complexe dont la maîtrise est indispensable pour que l'aura particulière de l'œuvre d'art ou -pour parler avec la terminologie d'Heidegger- la *poiésis* de l'art du Beau puisse se dévoiler.

### c) L'arbitraire

Essayant d'expliquer la raison pour laquelle les peintures sur les murs de la Grotte Chauvet et de la Grotte de Lascaux sont acceptées comme les œuvres d'art les plus anciennes du monde, nous avons dit que chaque époque apporte sa propre conception de l'art et que l'art est propre à son créateur et à son âge. Après avoir cité ci-dessus deux éléments principaux de l'art (l'esthétique et la technique), nous pouvons maintenant ajouter à cette observation le fait que chaque époque est dotée de sa propre conception de l'art qui implique une conception de l'esthétique propre à elle et que c'est cette conception-là qui suscite la production d'une aura particulière à travers l'utilisation d'une certaine technique. Mais même en acceptant avec rigueur cette relativité de l'œuvre d'art, il nous reste encore des questions auxquelles il faut répondre.

Est-ce que les premières peintures d'Auguste Renoir ou de Vincent Van Gogh par exemple qui ne suscitaient pas d'intérêt à leur époque ont gagné soudainement une certaine aura dont ils étaient dépourvues auparavant ? Quelle sorte d'aura peut posséder un urinoir ou un porte-bouteille s'ils ne sont pas exposés au centre Pompidou -accepté aujourd'hui comme un des établissements les plus importants de l'art moderne ou contemporain- ? Par conséquent, il devrait y avoir un être

---

<sup>98</sup> Différemment à ce que l'on entend de la poésie aujourd'hui, la *poiésis* est le nom grec de la production, de la fabrication et de la création. Elle tire son sens et sa valeur du fait qu'elle vise toujours un résultat extérieur et s'oppose à ce titre à la *praxis* (le nom grec de l'action) qui ne produit qu'elle-même. (Dictionnaire Philosophique, A. Comte-Sponville, Presses Universitaires de France, Paris, 2001, p. 448 et 456)

<sup>99</sup> M. Heidegger., pp. 12-16

transcendant ou au moins un mécanisme caché qui décide de ce qu'est l'art et de ce qui ne l'est pas en conférant le statut auratique de l'œuvre d'art à certaines productions matérielles.

“Notre époque a associé l'aura artistique d'une part à l'institution (à la signature), et d'autre part au caractère 'historiquement important' des œuvres du passé.”<sup>100</sup> dit Aumont en affirmant que l'art tout entier est aujourd'hui défini au niveau institutionnel. Les premières peintures d'Auguste Renoir sont très importantes aujourd'hui parce qu'elles sont classées parmi les chef-d'œuvres de l'école impressionniste et l'œuvre de Vincent Van Gogh presque inconnue à sa mort est aujourd'hui inestimable comme elle annonce l'expressionnisme par rapport aux historiens et aux critiques de l'art. De la même façon, si un urinoir, « *n'importe quoi* »<sup>101</sup> selon l'expression voulue positive de Thierry de Duve, est doté d'une aura, c'est parce qu'il est exposé dans une galerie ou dans un musée avec la signature de Marcel Duchamp dessus, fondateur du courant *ready-made*.

Après tous ce que nous venons de dire, il nous reste un dernier point important à souligner. Comme ce qui est arbitraire est la forme que l'art peut prendre et pas l'art lui-même -du fait que l'art existe dans toutes les sociétés humaines connues-, nous pouvons prétendre que cette relativité de la définition de l'art porte aussi en soi le potentiel de son changement. Le développement des concepts comme l'art de rue, l'art performance ou l'art en ligne –dit art digital, *virtual art* ou *web-art*- qui, en faisant sortir l'art de son sanctuaire, impliquent la participation du spectateur en lui conférant le statut à décider si ce qu'il témoigne est l'art ou pas, en est un bon indicateur. Nous allons voir plus loin si les développements techniques de production de l'image qui transforment le spectateur de l'image en son créateur jouent aussi un rôle dans ce déplacement de la définition de l'art ou pas.

---

<sup>100</sup> J. Aumont, op. cit., p. 236

<sup>101</sup> T. Duve, Au Nom de l'Art, Editions de Minuit, 1989 in J. Aumont, op. cit., p. 235

## B) LA PHOTOGRAPHIE : UN DEVELOPPEMENT TECHNOLOGIQUE ET SOCIAL

“Chaque moment de l’histoire voit naître des modes d’expression artistique particuliers, correspondant au caractère politique, aux manières de penser et aux goûts de l’époque.”<sup>102</sup> dit Gisèle Freund dans une approche McLuhannienne dans le début de son célèbre *Photographie et société*. En admettant aussi le fait que tout changement social influe les développements techniques qui à leur tour jouent un rôle déterminant dans la création des nouvelles modèles d’expression, nous pouvons dire que la naissance de la photographie –considérée souvent comme une véritable révolution dans l’histoire des images- est liée d’une part à l’ascension de larges couches de la société vers une plus grande signification politique et sociale à partir de l’année 1750<sup>103</sup> avec le besoin d’être de plus en plus « visibles » et d’autre part à la découverte d’un procédé technique permettant de fixer la lumière.

L’Aspect technique de la photographie est résumé par Roland Barthes dans *La chambre claire* par l’intersection de deux procédés différents : Une affaire de chimie qui consiste à sensibiliser une surface à la lumière et un procédé optique qui sert à former l’image sur cette surface sensible.<sup>104</sup> Sachant que l’effet de la lumière sur certaines substances<sup>105</sup> et les principes de la *camera obscura* (chambre noire) servant à construire la perspective d’un tableau<sup>106</sup> sont connus depuis l’Antiquité, il ne serait pas faux d’affirmer que la photographie commence avec le deuxième procédé dont Barthes parle, qui est le développement d’une méthode pour fixer la lumière et finaliser l’image. Même si la naissance de la photographie avance dans deux directions différentes<sup>107</sup> (la direction de Niepce-Daguerre et la direction de Fox Talbot qui par la suite donnera naissance à la pratique du *photogramme*<sup>108</sup>), c’est le procédé développé par Daguerre appelé naturellement « *daguerréotype* » qui marque l’invention de la photographie par son acceptation en 1839 par l’Académie des

<sup>102</sup> G. Freund, *Photographie et Société*, Editions du Seuil, Paris, 1974, p. 5

<sup>103</sup> idem., pp. 11-18

<sup>104</sup> R. Barthes, *Camera Lucida*, traduit par R. Akçakaya, Altıkkırkbeş, İstanbul, 2000, p. 23

<sup>105</sup> J. Aumont, op. cit., p. 125

<sup>106</sup> G. Bauret, *Approches de la Photographie*, Editions Nathan, Paris, 1992, p. 72

<sup>107</sup> J. Aumont, op. cit., pp. 125-126

<sup>108</sup> Il ne faut pas confondre les deux sens du mot « photogramme » : Le photogramme en photographie “désigne une image obtenue par action de la lumière sur une surface sensible, sans passer par un objectif” (J. Aumont, *L’Image*, Nathan, 1990, p. 126), mais au cinéma il “désigne l’image de film telle qu’elle est imprimée sur la pellicule” (J. Aumont, M. Marie, *L’Analyse des Films*, Nathan, 1996, p. 56).

Sciences<sup>109</sup>. “*A ce titre, le 18 août 1839 n’est pas une date mais un tournant.*”<sup>110</sup> dit Régis Debray, parce que pour la première fois dans la profonde histoire des multiplicateurs (les sceaux, médailles, monnaies, cartes à jouer, billets de banque, la gravure sur bois et sur acier, la lithographie et enfin la peinture), la lumière et -plus importante de la lumière- l’œil fixé sur l’objectif remplacent la main d’artiste<sup>111</sup>. Après cette date à laquelle d’après Debray s’inaugure la longue phase de transition des arts plastiques aux industries visuelles<sup>112</sup>, les débats déclenchés autour des fonctions et même de la définition de l’art ne cessaient pas.

## **1) La photographie et l’aura**

Dès l’invention de la photographie, la polémique pour savoir s’il s’agit-il d’un art ou pas constitue toujours un problème central mais ce qui détermine la relation dynamique de la photographie et l’art est plutôt la tension spécifique entre les deux, due à la possibilité de photographier l’œuvre d’art. Dans cette partie, nous allons réfléchir à chacun de ces débats en commençant par le deuxième.

### **a) La perte de l’aura**

Dans *Voir le voir*, John Berger démontre que la peinture ne pourrait pas être vue à la fois dans deux lieux différents mais en la photographiant, l’appareil photo a éliminé cette unicité que l’œuvre d’art possédait.<sup>113</sup> Pour la première fois, des œuvres d’art sont devenues des choses futiles et gratuites qui pouvaient être transportées partout, auxquelles l’accès était facile et dont la valeur ne dépendait pas de leurs matières.<sup>114</sup> Les réactions provoquées par cette nouvelle situation qui a changé toute une histoire de l’art, trouvent leur meilleure résonance dans l’article célèbre de Walter Benjamin “*L’Oeuvre d’art à l’ère de sa reproductivité technique*” (1935).

Walter Benjamin à qui nous devons, comme précisé ci-dessus, le terme « d’aura », part dans son article de la question de savoir si l’œuvre d’art reproduite

---

<sup>109</sup> G. Bauret, op. cit., p. 14

<sup>110</sup> R. Debray, op. cit., p. 365

<sup>111</sup> W. Benjamin, web. cit.

<sup>112</sup> R. Debray, op. cit., p. 365

<sup>113</sup> J. Berger, op. cit., p. 19

<sup>114</sup> idem., p. 32

en série et diffusée en exemplaires multiples est encore vraiment une œuvre d'art.<sup>115</sup> Constatant déjà en 1931 la différence exacte entre les copies reproduites de la presse photographiée marquées par leur fugacité et par leur capacité d'être multipliées et les peintures originales figurées par leur unicité et par une certaine pérennité<sup>116</sup>, il propose la thèse que cette multiplication et -lié à cette multiplication- la massification des œuvres d'art, donnent forcément lieu à une perte d'aura qui n'est pas d'autre chose que la disparition de ce qui avait fait l'essence même de l'art.

*“La reproduction a créé des arts fictifs en faussant systématiquement l'échelle des objets, en présentant des empreintes de sceaux orientaux et des monnaies comme des estampes de colonnes, des amulettes comme des statues.”*<sup>117</sup> précise Malraux dans *“Le musée imaginaire”*. Autre que cette possibilité de falsification des œuvres, selon Benjamin, la perte d'aura de l'œuvre d'art qui est reproduite mécaniquement dépend de deux facteurs<sup>118</sup>. Le premier facteur est la disparition inévitable des traces de l'art de l'artiste, par exemple l'effacement des coups du pinceau du peintre sur la toile pendant le processus de la reproduction. Le deuxième facteur est la diminution de la valeur culturelle des œuvres au profit de leur valeur d'exposition, comme une œuvre d'art exposée dans un musée et sa reproduction vue à la télévision ne peuvent sans doute pas être reçues dans la même façon.

Aujourd'hui, en considérant notre indifférence à l'œuvre d'art dont nous sommes habitués à voir de plus en plus de reproductions et de moins en moins d'originaux et notre insensibilité à son aura dans la diffusion massive et en permanence des images en général, il est difficile de contredire Benjamin qui a développé sa thèse avant l'apogée de la télévision et de l'informatique. Quand même son approche peut être critiquée dans deux sens.

Premièrement, l'œuvre d'art qui jusqu'à l'invention de la photographie n'était visible qu'aux contemplateurs isolés devenait accessible à tous et l'on peut dorénavant contempler la reproduction d'une œuvre d'art dont l'original se trouve

---

<sup>115</sup> W. Benjamin, web. cit.

<sup>116</sup> W. Benjamin, *Fotoğrafın Kısa Tarihi* (1931), traduit par A. Cengizkan, YGS Yayınları, İstanbul, 2002, p. 25

<sup>117</sup> A. Malraux, *“Le Musée Imaginaire”*, in *Les Voix du Silence*, Gallimard, Paris, 1951 in G. Freund, op. cit., p. 93

<sup>118</sup> W. Benjamin, web. cit.



dans un musée à des milliers de kilomètres, chez soi sous la lampe.<sup>119</sup> Et si aujourd'hui cette démocratisation de l'accès à l'art ne provoque pas un plus grand intérêt pour l'art chez les masses mais tant s'en faut les rend indifférentes et de plus en plus méfiantes contre lui, Berger explique que c'est parce que cette nouvelle langue des images n'est jamais utilisée dans une façon appropriée et au contraire s'est employée toujours à renforcer l'illusion que la reproduction ne change rien<sup>120</sup>. Deuxièmement, le développement des arts digitaux et électroniques (y compris aussi la photographie digitale et la vidéo) en effaçant la différence entre l'original et la copie, donc proposant la même qualité de lecture à tout le monde<sup>121</sup> et en faisant sortir l'art de son sanctuaire, peut être accepté comme un pas important vers la démocratisation de l'image.

Dans la partie précédente pour accentuer le caractère relatif de l'œuvre d'art, nous avons dit -en nous référant à Aumont- qu'à notre époque l'aura artistique est associée d'une part à l'institution (à la signature), et d'autre part au caractère 'historiquement important' des œuvres du passé. Maintenant, après avoir vu les bouleversements que l'invention de la photographie suscite dans le domaine de l'art, nous pouvons dire que ce nouveau mode d'expression constitue un bon fond pour montrer qu'il faut chercher l'aura de l'œuvre d'art d'aujourd'hui dans autre chose que sa matière.

### **b) L'aura de l'art photographie**

Adorno définit les œuvres d'art authentiques comme “(...) *l'écriture de leur époque, inconsciente d'elle même*”<sup>122</sup>. A l'insu de la subjectivité de l'appareil qu'ils développent et sans prétention de création artistique, il est intéressant de voir que les premiers photographes -à peu près cent cinquante années avant Adorno- revendiquent pour l'image photographique le statut de l'écriture dont le chiffre doit être décodé pour accéder à la réalité. Niepce avait nommé le processus qui sert à former l'image sur une plaque, *héliographie*, qui veut dire « écrire avec le soleil » et Fox Talbot avait nommé l'appareil photo « *the pencil of nature* » (le crayon de la

---

<sup>119</sup> G. Freund, op. cit., pp. 93-94

<sup>120</sup> J. Berger, op. cit., p.33

<sup>121</sup> A. Altunay, op. cit., pp. 186-188

<sup>122</sup> T. W. Adorno, *Théorie Esthétique*, Klincksieck, 1982, p. 243

nature)<sup>123</sup>. Pour eux, la photographie n'était pas autre chose qu'une copie fidèle du réel. Or, ce caractère d'empreinte analogique de la photographie et donc sa valeur de témoignage ne constituent que « le document bruit » à partir duquel pourrait commencer le travail de l'art<sup>124</sup>.

Nous avons déjà évoqué que pour pouvoir partager ce qu'il voit avec les autres, l'être humain doit le reproduire. S'il faut revenir encore une fois au double statut de l'image dont nous parle Missika et Wolton et qui résume le potentiel de l'image à combiner la reproduction du réel avec une signification intentionnelle ou inconsciente apportée par celui qui la produit, nous pouvons dire que l'image photographique, lors même que sa production est entièrement dévolue à l'automatisme de l'appareil, ne peut pas s'empêcher d'une certaine prise ou d'un certain point de vue qui traduit toujours un choix des valeurs esthétiques et éthiques<sup>125</sup>.

Aumont affirme que le concept du « point de vue » est associée dans la langue courante aux trois registres principaux de signification: Le point de vue peut désigner un emplacement, réel ou imaginaire, depuis lequel une scène est regardée ; la façon particulière dont une question peut être considérée et dernièrement une opinion ou un sentiment à propos d'un phénomène ou d'un événement<sup>126</sup>. De même qu'au premier abord, le premier de ces sens semble concrétiser ce que nous venons de dire, en partant du constat de Gabriel Bauret qui voit dans la photographie *“la manifestation d'un lien qui s'établit entre le point de vue, pris dans son sens propre, et le point de vue au sens figuré (le premier implique le second et inversement)”*<sup>127</sup>, nous pouvons dire que le choix d'un point de vue qui se matérialise par le cadrage, donc par la délimitation d'un certain champ visuel et qui est suivi par la décision du moment à déclencher pour montrer telle ou telle chose à défaut des autres<sup>128</sup>, signifie dans les formes narratives de l'image, un processus qui englobe tous ces trois sens donnés<sup>129</sup>. Le point d'intersection de ces trois sens est sans doute la subjectivité du producteur

---

<sup>123</sup> S. Sontag, op. cit., p. 108, p. 177

<sup>124</sup> R. Durand, *Habiter L'Image : Essais Sur La Photographie (1990-1994)*, Marval, 1994, p. 13

<sup>125</sup> P. Bourdieu, *Un Art Moyen : Essai Sur Les Usages Sociaux De La Photographie*, Les Editions de Minuit, Paris, 1965, p. 24

<sup>126</sup> J. Aumont, op. cit., p. 118

<sup>127</sup> G. Bauret, op. cit., p. 38

<sup>128</sup> *ibid.*

<sup>129</sup> J. Aumont, op. cit., p. 118

de l'image. C'est exactement cette subjectivité-là dont parle Dziga Vertov en 1923 en disant : *“Je suis un œil. Un œil mécanique. Moi, appareil, je vous ouvre un monde qui peut être vu que par moi.”*<sup>130</sup>

Nous savons qu'une certaine subjectivité est indispensable pour que le prestige de création de l'auteur dont Aumont parle puisse se révéler mais si depuis les années trente<sup>131</sup>, il existe une photographie à usage muséal<sup>132</sup>, la photographie doit aussi posséder quelques autres spécificités qui font d'elle un art singulier, et que nous essaierons de rappeler.

Premièrement, la photographie a le pouvoir particulier –qui n'appartient qu'à elle- d'arrêter le temps par « l'instant décisif » pour fixer un mouvement, un geste, un regard<sup>133</sup>, qui en deuxième lieu donne naissance à la conceptualisation du thème bien connu de la « révélation photographique » : *“La photographie a pour essence de révéler des choses normalement non vues”*<sup>134</sup>. Etant donné qu'une telle révélation n'est possible qu'avec un certain ajout voulu ou involontaire du producteur de l'image à ce qui est visible à l'œil nu, il nous reste rien d'autre que de nommer cet ajout : le pouvoir photogénique<sup>135</sup>.

De cette notion de la photogénie qui joue un rôle très important dans l'acceptation de la photographie comme une image artistique, Roland Barthes dégage une autre notion qu'il désigne par le terme « *punctum* ». Pour lui le *punctum* est ce qu'il voit –et ce qu'il est seul à voir- avec obstination, ce qui lui touche, un détail dont il ne peut pas se détacher, et qu'il mémorise parfois inconsciemment, sans arriver à dire pourquoi<sup>136</sup>. Contrairement au « *studium* » qui est codé pour créer un effet réfléchi à priori<sup>137</sup>, le *punctum* est naturel et involontaire. Donc c'est sans doute la coexistence du *studium* et du *punctum* qui aujourd'hui constitue l'aura de la

---

<sup>130</sup> Cité par J. Berger, op. cit., p. 17

<sup>131</sup> Gabriel Bauret précise que même s'il y a des tentatives singulières dès le début du siècle de montrer le travail de certains photographes dans des galeries (La Galerie 291 d'Alfred Stieglitz et La Galerie Julien Levy dans laquelle Henri Cartier-Bresson a présenté sa première exposition en 1932), l'idée de consacrer à la photographie un espace d'expositions et de collection spécifique est né dans les années trente à New York, dans le cadre du musée d'Art Moderne. (G. Bauret, op. cit., p. 106)

<sup>132</sup> R. Durand, op. cit., p. 15

<sup>133</sup> G. Bauret, op. cit., p. 112

<sup>134</sup> S. Kracauer, *Theory Of Film*, Oxford University Press, 1960, in J. Aumont, op. cit., p. 137

<sup>135</sup> J. Aumont, op. cit., pp. 240-241

<sup>136</sup> R. Barthes, op. cit., p. 69

<sup>137</sup> idem., p. 41

photographie, son miracle et qui la font classer parmi les images artistiques même si c'est encore Barthes qui y voit un des moyens d'assagir la photographie. *“Un des moyens (...) de tempérer la folie qui menace sans cesse d'exploser au visage de qui la regarde (...), est de faire de la photographie un art, car un art n'est jamais fou.”*<sup>138</sup> suggère-t-il.

Pour conclure ce que nous venons de dire, nous pouvons dire que la photographie qui a eu longtemps du mal à s'imposer comme art, a trouvé son vraie écho dans la transformation qu'elle a suscité dans le caractère général de l'art. Libérant les arts plastiques de leur obsession de la ressemblance donc en leur permettant de trouver leur autonomie esthétiques<sup>139</sup>, en montrant que l'image peut mentir avec les procédés comme la retouche sur le négatif<sup>140</sup> ou puis le photomontage, en reproduisant l'œuvre d'art et finalement en dépassant le culte du « *vintage* » (tirage dit original, réalisé par le photographe lui-même mais qui ne diffère peu ou pas des autres copies, donc des tirages ordinaires effectués par un laboratoire<sup>141</sup>) atteste que l'aura de l'œuvre d'art ne réside plus dans sa matière ou dans sa ressemblance au « réel », mais dans le processus mental et certes sentimental de sa création.

## 2) L'image à la portée de tous

Dans l'introduction d'*Un art moyen*, pour décrire la photographie, Pierre Bourdieu a recours à ce que Hegel disait de la philosophie : *“Aucun autre art, aucune autre science, n'est exposé à ce suprême degré de mépris que chacun croie qu'il les possède d'un coup”*<sup>142</sup>. Effectivement, même vingt ans après son invention, la réaction des milieux de l'art contre la photographie n'était pas très différente de la position de l'Eglise qui y voyait une invention diabolique de tendance à fixer l'image de Dieu<sup>143</sup>. Baudelaire dit à ce propos *“Dans ces jours déplorable, une industrie nouvelle se produisit, qui ne contribua pas peu à confirmer la sottise dans sa foi et à ruiner ce qui pouvait rester de divin dans l'esprit français. Un Dieu vengeur à*

<sup>138</sup> idem., p. 139

<sup>139</sup> A. Bazin, *Qu'est-ce que le Cinéma : Ontologie et Langage*, Editions du Cerf, Paris, 1958, p. 19

<sup>140</sup> S. Sontag, op. cit., p. 106

<sup>141</sup> G. Bauret, op. cit., pp. 98-99

<sup>142</sup> P. Bourdieu, op. cit., p. 23

<sup>143</sup> G. Freund, op. cit., p. 71

*exaucé les vœux de la multitude. Daguerre fut son messie.*”<sup>144</sup> et conclut que la photographie doit retourner à sa véritable place qui est celle de servante des arts et des artistes<sup>145</sup>.

Dans cet environnement hostile dans lequel la photographie a eu du mal à s'imposer comme art, elle s'était appropriée par cette « multitude » dont parle Baudelaire. Comme Alfred Lichtwark, l'historien de l'art, a reconnu déjà en 1907 en disant qu'il n'y avait aucun produit d'art à l'époque qui suscitait un tel intérêt que la photographie de soi, de famille ou d'amour d'un individu<sup>146</sup>; peu à peu, la photographie est devenue l'activité privilégiée de grande masse et les questions qui entourent cette pratique dès le début, se glissaient du domaine esthétique vers le plan social.

#### **a) Un moyen d'expression des masses**

Le portrait photographique qui constitue le premier pas de la massification de la photographie, signale en même temps le dernier degré d'une évolution qui commence avec le portrait peint, notamment avec le portrait de famille. Avec l'ascension des couches bourgeoises vers une plus grande signification politique et sociale à partir des années 1750, le portrait devient un symbole visible de l'affirmation personnelle et de la prise de conscience de soi.<sup>147</sup> “*Car*” dit Freund, “*faire faire son portrait était un des actes symboliques par lesquels les individus de la classe sociale ascendante rendaient visible à eux mêmes et aux autres leurs ascension et se classaient parmi ceux qui jouissaient de la considération sociale*”<sup>148</sup>.

Eugène Fournière, écrivain et homme politique français, cite l'anecdote d'un Parisien qui, au 28 Juillet 1831, expose son portrait en même temps que celui de Louis-Philippe avec la légende “*Il n'est point de distance entre Philippe et moi ; il est roi-citoyen, je suis citoyen-roi*”.<sup>149</sup> Cette anecdote n'illustre pas seulement à quel point le portrait, qui était depuis des siècles le privilège de quelques cercles, se

<sup>144</sup> Cité par G. Freund, op. cit., pp. 78-79

<sup>145</sup> W. Benjamin, op.cit, p. 35

<sup>146</sup> Cité par W. Benjamin, op. cit., p.29

<sup>147</sup> G. Freund, op.cit., p. 11

<sup>148</sup> ibid.

<sup>149</sup> E. Fournière, “Le Règne de Louis-Philippe” (1830-1848), in J. Jaurès (éd.), Histoire Socialiste (1789-1900), Editions Rouff, Paris, 1901, in G. Freund, op. cit., p. 22

soumet à une démocratisation<sup>150</sup>, mais aussi témoigne très bien de la nouvelle prise de conscience de la petite bourgeoisie d'elle-même. Désormais, ce qui manquera à cette classe ascendante qui adopte les formes de représentation et les conceptions artistiques de la noblesse, sera leur propre moyen d'expression artistique. Dès 1839, la bourgeoisie trouve dans la photographie –selon l'expression de Freund- *“le nouveau moyen d'autoprésentation conforme à leurs conditions économiques et idéologiques”*<sup>151</sup>. Dorénavant, l'avenir de la photographie dépendra de la moyenne bourgeoisie et surtout de son goût amateur.

Même s'il y a des amateurs qui s'intéressent à la photographie dès le début, l'année 1888 où George Eastman lançait le premier Kodak signale une date tournante à partir de laquelle le monde de la photographie peut s'ouvrir aux amateurs<sup>152</sup>. Comme le slogan assez signifiant de la firme Eastman Kodak -qui résume parfaitement sa stratégie de vente- *« Pressez le bouton, nous faisons le reste »*<sup>153</sup> illustre bien, désormais personne ne pourrait plus rater techniquement une photo. Freund y voit une des raisons de l'immense attrait de la photo auprès des masses : D'après elle, ce qui attire les centaines de millions d'amateurs –qu'elle appelle « les photomateurs »<sup>154</sup>- pour faire des photos, est l'illusion de satisfaire leur désir de création<sup>155</sup> qui n'est possible qu'avec les facilités techniques. Et les facilités techniques ne cessent jamais. Le lancement du premier modèle Polaroid en 1947<sup>156</sup> qui rend le développement instantané possible est suivi depuis la fin du siècle par le passage de l'image argentique à l'image numérique<sup>157</sup> qui annonce la fin du support-film traditionnel.

Les phénomènes soulignés ci-dessus montrent que la dernière chaîne du passage de la peinture de famille à la photographie de famille, est la transformation des membres de la famille eux-mêmes en producteurs de leurs images. Comme suggère Benjamin, il semble qu'il n'y ait plus de distinction entre le fabricant et le

---

<sup>150</sup> G. Freund, op. cit., p. 11-12

<sup>151</sup> idem., p. 22

<sup>152</sup> G. Bauret, op. cit., p. 15

<sup>153</sup> S. Aasman, op. cit., p. 102

<sup>154</sup> G. Freund, op. cit., p. 195

<sup>155</sup> idem., p. 199

<sup>156</sup> G. Bauret, op. cit., p. 103

<sup>157</sup> idem., p. 16

public<sup>158</sup>, car n’importe qui peut être reproduit dans une image de famille produite par n’importe qui. Mais « *cette révolution sociale* »<sup>159</sup> suscite aussi quelques critiques.

### b) Critiques

Un chroniqueur du journal anglais “*Once a Week*” écrit au 1 Juin 1861 “*Maintenant, pour une somme ridiculement petite, nous pouvons nous familiariser non seulement avec chaque lieu célèbre dans le monde, mais aussi avec presque tous les hommes de la note en Europe. L’omniprésence du photographe est quelque chose de merveilleux. Nous avons tous vu les Alpes et nous connaissons tous Chamonix et la Mer de Glace par coeur, même si nous n’avons jamais affronté les horreurs de la Manche.*”<sup>160</sup> Ce phénomène qui donnait naissance vers 1900 à une industrie énorme appelée la carte postale<sup>161</sup>, se trouve –contrairement au ton admiratif du chroniqueur– dans le centre des critiques concernant l’inertie provoquée par l’appareil photo.

Rappelons Gehlen qui affirme que l’hyper-médiatisation nous pousse au berceau des expériences de seconde main en nous privant de nos propres expériences<sup>162</sup> et Ellul qui suggère que les images nous empêchent d’agir en nous laissant vivre sur le plan de la représentation et de la substitution<sup>163</sup>. Nous n’avons plus besoin de regarder parce que l’appareil voit pour nous<sup>164</sup> et nous n’avons plus besoin de nous rappeler parce que l’album de photos se remémore pour nous<sup>165</sup>. Au lieu de ressentir un moment, l’on prend sa photo. En ce sens, les possibilités offertes par la photographie confirment le premier article de *La société du spectacle* de Debord : “*tout ce qui était directement vécu s’est éloigné dans une représentation*”<sup>166</sup>.

Dans la même perspective, d’après Sontag, l’appareil photo définit la réalité dans deux façons exigées par la société industrielle : comme « un objet du

<sup>158</sup> W. Benjamin, web. cit.

<sup>159</sup> S. Aasman, op. cit., p. 102

<sup>160</sup> Cité par S. Sontag, op. cit., p. 203

<sup>161</sup> A. Kyrou, *L’Age d’Or de la Carte Postale*, André Balland, Paris, 1966

<sup>162</sup> A. Gehlen, op. cit., in G. Sartori, op. cit., p. 110

<sup>163</sup> J. Ellul, op. cit., p. 171

<sup>164</sup> G. Freund, op. cit., p. 196

<sup>165</sup> J. Ellul, op. cit., p. 171

<sup>166</sup> G. Debord, op. cit., p. 13

spectacle » (pour les masses) et comme « un objet de la surveillance » (pour les gouvernants).<sup>167</sup> Comme les enfants qui “*montrent du doigt quoi que ce soit en disant seulement ça !*”<sup>168</sup>, pour les masses tout doit être capturé, nommé, conservé et consommé pour ne pas être livré tout de suite à l’oubli.<sup>169</sup> Dans cette façon, la société de consommation assure la permanence des images. Les nouvelles images succèdent toujours aux images consommées. Peu à peu, le changement des images remplace le changement social et la liberté de consommer divers images et biens donne une illusion de la vraie liberté.<sup>170</sup> Les masses se taisent.

Ce que nous venons de souligner marque que l’exemple de la photographie est frappant pour nous montrer à quel point la dimension sociale cohabite avec la dimension technique et à quel point elle prend souvent le dessus. Nous avons déjà évoqué que comme moyen de reproduction, la photographie a démocratisé l’œuvre d’art en la rendant accessible à tous et a modifié ce que l’on entend par art. Acceptant sans doute qu’elle renforce notre acharnement indéniable aux images comme le bref panorama ci-dessus indique, nous pouvons néanmoins avancer que la photographie donne à l’homme/la femme ordinaire un moyen d’expression qui ne lui a jamais été offert. Sa vraie importance réside donc dans le fait que la photographie produit ses propres lois qui ne dépendent pas des opinions de critiques d’art et qu’elle influence notre manière de voir (“*La nature, vue par la caméra, est différente de la nature vue par l’œil humain*”<sup>171</sup>) en créant « une nouvelle vision »<sup>172</sup> qui servira de base pour les techniques de production de l’image qui lui succèdent.

### C) LE CINEMA : IMAGE COMME ART, IMAGE COMME INDUSTRIE

Pierre Étaix, réalisateur français, lorsqu’il tourne *Yoyo* en 1964, a besoin d’un éléphant de cirque. Son producteur calculant le prix de gestion de cet animal géant, l’engage à revoir sa mise en scène et demande : “*Est-ce que vous pourriez imaginer*

---

<sup>167</sup> S. Sontag, op. cit., p. 196

<sup>168</sup> R. Barthes, *L’Empire des Signes*, Skira-Flammarion, Paris, 1970, p. 111

<sup>169</sup> Or demand-Ellul, “*pourquoi se rappeler, si l’on n’aurait pas se rappeler sans l’album ?*”. J. Ellul, op. cit., p. 166

<sup>170</sup> S. Sontag, op. cit., p. 196

<sup>171</sup> G. Freund, op. cit., p. 191

<sup>172</sup> L. Moholy-Nagy, *The New Vision* (1928), Wittenborn, New York, 1947



*quelque chose avec une chèvre ?*”. Pendant les préparations de *Y aura-t-il de la Neige à Noël ?* en 1995, Sandrine Veysset, réalisatrice française, qui présente à un premier producteur son scénario avec une héroïne à sept enfants, rencontre la question suivante : “*Est-ce que trois enfants ne feraient pas l’affaire ?*”<sup>173</sup>

L’Histoire du cinéma est pleine des anecdotes telles citées ci-dessus aboutissant tous à cette formulation de Benghozi : “*j’aurais aimé... mais les producteurs ne m’ont pas donné les moyens*”<sup>174</sup>. De quels moyens s’agit-il ? David Selznick, producteur connu pour avoir produit *Autant en Emporte le Vent* –un des plus grands succès d’Hollywood-, en évoquant que contrairement aux écrivains ou peintres qui n’investissent que leur propre temps, leur propre papier, leur propre crayons ou pinceaux pour raconter des histoires pendant des heures, pour faire la même chose, un cinéaste doit dépenser des centaines de milliers de dollars qui appartiennent à des milliers d’actionnaires<sup>175</sup>, donne une des réponses les plus frappantes de cette question. Une chose est évidente : Le cinéma dont “*la naissance fut exactement celle d’un Septième Art*”<sup>176</sup> n’a pas la même relation à l’argent que les autres arts.

Quand il était ministre de la culture en 1960, André Malraux, en reprenant la formulation qu’il a utilisé dans son *Esquisse d’une psychologie du cinéma* (1939), précise à cet égard que “*le cinéma est présenté tantôt comme étant aussi une industrie, tantôt comme d’abord une industrie*”<sup>177</sup>, mais en tout cas étant toujours une industrie. Cet aphorisme qui, contrairement aux Etats-Unis dont le Cour Suprême a décidé déjà en 1915 que le cinéma est “*une entreprise pure et simple, menée originalement dans un but lucratif*”<sup>178</sup>, trouve un large écho en France où celui-ci est redevable sa naissance et est accepté en quelque sorte comme l’art national, ne fait qu’affirmer la double nature du film dont l’origine remonte -d’après Debray- jusqu’à la naissance de la photographie<sup>179</sup>. Or, évoquer l’existence de ce

<sup>173</sup> F. Ramirez, “Economie du Cinéma : Rappels à L’Ordre”, in *Le Cinéma et L’Argent*, L. Creton (éd.), Nathan Cinéma, Paris, 1999, pp. 17-29, p. 18

<sup>174</sup> P.-J. Benghozi, *Le Cinéma Entre L’Art et L’Argent*, Editions L’Harmattan, Paris, 1989, p. 50

<sup>175</sup> D. O. Selznick, *Cinéma*, Editions Ramsay, 1984, in P.-J. Benghozi, op. cit., p. 23

<sup>176</sup> R. Canudo, “La Tribune des Ecrivains Combattants” (1919), in R. Canudo, *L’Usine Aux Images*, Nouvelle Editions Séguiet et Arte Editions, 1995, p. 41

<sup>177</sup> Cité par A. Mattelart, “European Film Policy and The Response to Hollywood”, in *World Cinema Critical Approaches*, J. Hill, P. C. Gibson (éd.), Oxford University Press, New York, 2000, pp. 94-101, p. 94

<sup>178</sup> T. Schatz, *Hollywood Genres : Formulas, Filmmaking and The Studio System*, McGraw-Hill, 1981, p. 4

<sup>179</sup> R. Debray, op. cit., p. 365

double statut du film (film comme œuvre d'art et film comme produit/marchandise) n'est point suffisant puisque pour pouvoir comprendre la vraie nature du cinéma, il faudrait avant tout expliciter la nature de chacun de ces deux paramètres qui commandent l'ensemble du cinéma.

### 1) Septième art comme une industrie du spectacle

En 1919, dans *“La tribune des écrivains combattants”*, pour des raisons que nous allons voir plus loin, Ricciotto Canudo fixe au cinéma la place qui dès lors lui restera, celle du septième art et continue que ce dernier a eu le malheur, dès sa naissance, d'être immédiatement industrialisé<sup>180</sup>. Sur ce point, une question se pose inévitablement : Est-ce que les gens qui se réunissent au 28 décembre 1895, au Grand Café, Boulevard des Capucines à Paris, pour la première projection du cinématographe Lumière avaient assisté à cette séance tournante gratuitement ? Quelle que soit la réponse de cette question à laquelle l'histoire du cinéma, dans l'enthousiasme de la naissance de celui-ci, ne se préoccupe pas de répondre, le système des Frères Lumière qui s'appuie sur la projection dans une salle spécialisée à un groupe donné, donc sur le spectateur et surtout sur le droit d'entrée qu'il a acquitté, marque dès le début, le rendez-vous du cinéma avec l'économie du marché<sup>181</sup>. Notant que le mode de diffusion du cinéma n'a pas varié depuis cette première démonstration publique<sup>182</sup>, il y a plus de cent ans, il ne serait pas faux d'avancer que de ce premier rendez-vous, un grand amour naîtra. Voyons comment.

#### a) La naissance du cinématographe

A part la volonté de reproduire le monde réel qui a scandé toute l'histoire de l'image visuelle, l'arrivée du cinématographe en 1895 marque le dernier pas de la *“quête délirante et traquée du mouvement”*<sup>183</sup> dont la photographie était dépourvue. Etant donné qu'en commençant par la lanterne magique jusqu'au *kinétoscope* d'Edison (1891), une panoplie d'outils aient inventées -le *taumatrope* de Paris (1825), le *phénakistiscope* de Plateau (1833), le *zootrope* de Horner (1835), le

---

<sup>180</sup> R. Canudo, *ibid.*

<sup>181</sup> L. Creton, *Cinéma et Marché*, Armand Colin/Masson, Paris, 1997, p. 13

<sup>182</sup> P.-J. Benghozi, *op. cit.*, p. 193

<sup>183</sup> A. Malraux, *Esquisse d'une Psychologie du Cinéma*, Gallimard, Paris, 1946, p. 12

*praxinoscope* de Reynaud (1877) entre autres- qui prend appui sur la persistance ou imperfection rétinienne (le défaut ou bien la capacité de l'œil de conserver les images vues pour un temps donné) et surtout sur le principe de « l'effet phi » qui empêche le cerveau de remarquer les absentes d'information trop courtes entre les images, nous pouvons demander la question suivante : Pourquoi le cinématographe des Frères Lumière et pas les autres, a eu le mérite de marquer le dernier pas de ce rêve ancien de donner vie à l'image?

Disant que "*Lumière eut l'intuition géniale de filmer et projeter en spectacle ce qui n'est pas spectacle*"<sup>184</sup>, Edgar Morin donne la réponse la plus appropriée de la question posée ci-dessus. Ce qui suscite autant d'émerveillement chez les spectateurs dans le cinématographe, ce qui fait sa différence par rapport aux autres appareils, notamment au kinétoscope d'Edison qui avait finalement arrivé à faire défiler les images dans une boîte avec l'illusion du mouvement, ce n'est sûrement pas son habileté de reproduire le monde réel en mouvement mais sa capacité de projeter ce qu'il reproduit à l'écran tel un spectacle. Cet accent mis sur le spectacle, donc sur la présentation publique, en plus de témoigner encore une fois qu'à quel point la dimension sociale peut être déterminante dans le développement technique des moyens de production de l'image, signale qu'il ne serait pas possible de réfléchir sur le cinéma sans prendre en compte l'ensemble de la culture visuelle de la fin du XIXème siècle.

De cette perspective, en suivant les prémisses du cinéma à Paris, Vanessa Schwartz dégage deux lieux de distraction populaires qui anticipent le cinéma : la morgue de Paris dans laquelle l'exposition des cadavres anonymes pour bout de l'identification, se transforme avec l'intérêt croissant du public en spectacle et le musée des figures du cire qui, surtout en devenant en 1892 la première institution à offrir des images en mouvement grâce aux *pantomimes lumineuses* (petits dessins animés) d'Emile Reynaud, permet au public de voir de près des célébrités de la vie parisienne.<sup>185</sup> S'appuyant sur ces deux activités qui se croisent sur l'identification visuelle et sur le goût de la masse de voir la réalité représentée de façon réaliste, Schwartz conclut que le cinéma ne constitue qu'un aboutissement naturel d'une

<sup>184</sup> E. Morin, *Le Cinéma ou L'Homme Imaginaire*, Editions de Minuit, Paris, 1956, p. 33

<sup>185</sup> V. Schwartz, "Prémisses du Cinéma à la Belle Epoque : Grand Spectacle dans la Ville Lumière", in *Hors-Série Cahiers*, Novembre 2000, pp. 20-25

nouvelle culture visuelle<sup>186</sup> dont les graines sont semées par la découverte de la photographie par le public.

Si le cinéma est né à Paris, ce n'est nullement un hasard. A l'apogée d'une bourgeoisie triomphante, dans une société urbaine industrialisée dont la vie était identifiée au spectacle, le cinéma qui trouve devant lui un public prêt, donc une forte demande et un large marché à conquérir, bénéficiera des mêmes facteurs de développement de ses contemporains comme l'automobile et l'avion<sup>187</sup>, et deviendra une activité universelle.

### **b) Les aspects socio-économiques**

“Dans une économie capitaliste, un film, en tant que production intellectuelle, a tous les pré-requis pour être une œuvre d'art, mais il est aussi nécessairement une marchandise à cause des différentes opérations industrielles et commerciales requises pour sa production et sa consommation”<sup>188</sup>. Avant le travail de Mercillon (1953) consacré aux premiers monopoles du cinéma américain<sup>189</sup> et l'étude de Durand (1958) focalisée sur les habitudes de la consommation des films<sup>190</sup>, cette première phrase de l'ouvrage de Peter Bächlin, *Der film als ware* (1945), est d'une importance majeure pour susciter un intérêt théorique pour les aspects socio-économiques du cinéma avant les années soixante<sup>191</sup>. Examinant les tournants de l'histoire du cinéma comme la période des origines et l'avènement du cinéma parlant, la prééminence du modèle hollywoodien et les tentatives de constituer des cinématographies nationales, la formation des monopoles et les crises périodiques ; Bächlin développe une réflexion théorique dont les aboutissements sont résumés par Cassetti sous trois points principaux<sup>192</sup>.

---

<sup>186</sup> idem., p. 24

<sup>187</sup> H. Mercillon, “Cinéma et Industrie”, in L'Encyclopedia Universalis, 1978, in P.-J. Benghozi, op. cit., p. 17

<sup>188</sup> P. Bächlin, *Der Film als Ware*, Burg-Verlag, Basel, 1945, in F. Cassetti, *Les Théories du Cinéma Depuis 1945*, Nathan, Paris, 2000, pp. 125-126

<sup>189</sup> H. Mercillon, *Cinéma et Monopoles, Le Cinéma aux Etats-Unis : Etude Economique*, Armand Colin, Paris, 1953

<sup>190</sup> J. Durand, *Le Cinéma et Son Public*, Editions Sirey, Paris, 1958

<sup>191</sup> Cassetti affirme qu'à partir des années soixantes, une nouvelle position s'appuyant sur une corrélation systématique des aspects économiques et industriels avec les aspects esthétiques et linguistiques est mise en scène. F. Cassetti, op. cit., p. 129

<sup>192</sup> F. Cassetti, op. cit., pp. 126-128

Premièrement, comme une conséquence naturelle de la structure industrielle du cinéma, un film est « un produit de masse ». La continuité du cinéma dépend donc d'une production, d'une distribution et d'une consommation à grande échelle. Deuxièmement, toujours liée à cette structure industrielle, l'entreprise cinématographique porte tous les risques financiers qu'une entreprise quelconque rencontre<sup>193</sup>. Étant donné que les risques sont les principaux ennemis de l'art, la dimension esthétique et intellectuelle du cinéma se soumet forcément à son « statut de marchandise ». Et en dernier lieu, due à la convergence entre production, distribution et consommation, le cinéma dépend d'une « standardisation » dont l'application implique la division des rôles, la spécialisation et la coordination des compétences, etc. Comme une conséquence directe de cette standardisation et de la quête de la diminution des risques, le cinéma produit ses propres recettes comme le système des stars, les genres, les *happy-ends* qui assujettissent encore une fois aux besoins intellectuels et esthétiques<sup>194</sup>.

Cette perspective proposée par Bächlin se base sur le fait qu'au cinéma, contrairement aux autres productions intellectuelles (œuvres littéraires, peintures, compositions musicales) qui ne sont commercialisées que lors de la phase de diffusion, tout travail de création (de la mise en scène à la remise des copies aux exploitants de salles) est fortement commercialisé.<sup>195</sup> Or, comme souligne Dupuis et Greffe, dans le spectacle vivant comme l'opéra, la danse ou le théâtre, les travaux des exécutants constituent l'ensemble du produit fini que le public achète<sup>196</sup>. Même s'il n'est pas vivant, nous pouvons dire que le cinéma, comme un spectacle, s'inscrit aussi dans le secteur artistique dont la spécificité réside dans le fait que les travailleurs –à la différence des industries traditionnelles– ne sont pas les intermédiaires entre des matières premières et le produit fini<sup>197</sup>. Comme dans les autres arts du spectacle, l'activité des professionnels du cinéma –dont les noms forment les interminables génériques qui témoignent de l'intensité de la division du travail– constitue elle-même le bien consommé.

<sup>193</sup> S'agissant d'un besoin secondaire, nous pouvons même avancer que l'entreprise cinématographique porte plus des risques financiers qu'une entreprise quelconque.

<sup>194</sup> Pour Horkheimer et Adorno, le schématisme signifie la victoire du cliché et la décadence de l'œuvre, donc en bref, la mort de l'art. T. W. Adorno, M. Horkheimer, *La Critique de la Raison* (1947), Gallimard, Paris, 1983

<sup>195</sup> P. Bächlin, op. cit., in F. Cassetti, op. cit., p. 126

<sup>196</sup> X. Dupuis, X. Greffe, « Quand L'Opéra Découvre la Gestion », in *La Revue Française de Gestion*, n°30, Mars-Avril 1981, in P.-J. Benghozi, op. cit., p. 27-28

<sup>197</sup> *ibid.*

Disons tout de suite que la réflexion de Bächlin qui ouvre la voie à de nombreuses contributions successives, qui à leur tour fortifient l'approche socio-économique du cinéma et la perspective de Dupuis et Greffe qui est susceptible à appliquer dans le domaine du cinéma, ne s'opposent pas. Avec sa structure institutionnelle fondée -d'après Bächlin- sur le principe de la consommation massive, du profit et de la standardisation, le cinéma se diffère des autres arts et s'approche aux industries traditionnelles. D'autre part, avec la qualité de son produit fini qui dépend de travaux artistiques et intellectuels de nombreux agents travaillant dans le domaine –comme évoque Dupuis et Greffe-, le cinéma se diffère d'une industrie quelconque et s'approche à la logique de l'art.

## 2) Septième art comme un nouveau langage

“*Le cinéma est aussi une industrie, et beaucoup d'autres choses*”<sup>198</sup>. Telle est la position prise par Louis Delluc, réalisateur et critique du cinéma, dans le débat -déclenché par Malraux- à savoir si le cinéma est aussi ou n'est qu'une industrie. Depuis Canudo qui fixe au cinéma la place de septième art, l'on sait que l'art ne constitue pas seulement une de ces « autres choses » dont parle Delluc, mais aussi un des caractères les plus dominants du cinéma qui, en compétition avec la logique économique, tente de déterminer la vraie nature de celui-ci.

### a) L'héritier des autres arts

Le film, au départ, n'était considéré que comme un enregistrement mécanique des apparences de la vie. Comme précise Marc Ferro, vu comme “*une simple machine incapable de créer*”<sup>199</sup>, le cinéma n'avait aucune légitimité artistique. En effet, comme nous avons déjà évoqué pour la photographie, le cinématographe dès sa naissance dépendait aussi d'une certaine subjectivité de producteur de l'image qui se matérialise par la délimitation d'un champ visuel, donc par le cadrage. De plus, même pour les premiers films de Frères Lumière acceptés comme des reproductions fidèles du monde réel en mouvement, il s'agissaient de faux reportage. A titre d'exemple, pour *La Sortie de L'Usine Lumière à Lyon*, tout était arrangé pour que les

<sup>198</sup> Cité par P.-J. Benghozi, op. cit., p. 24

<sup>199</sup> M. Ferro, *Le Cinéma Vers Son Deuxième Siècle*, Le Monde Edition, Paris, 1995, p. 13

ouvriers -habillés dans une façon inhabituelle- puissent débarquer l'usine la plus vite possible<sup>200</sup>. Mais ce qui poussait Canudo à parler de la naissance d'un nouveau art n'était ni ce sentiment de pseudo-réalité que le cinématographe procurait<sup>201</sup>, ni la subjectivité de celui-ci. Déjà en 1919, il avait vu dans le cinéma, la synthèse des autres arts.

Canudo explique que, depuis Schopenhauer, les arts sont groupés sous deux parties : « arts du temps » ou « arts mobiles » qui, comme la musique, se déroulent devant l'oreille ou les yeux ; « art de l'espace » ou bien « arts immobiles » qui, comme l'architecture, s'imposent d'un trait au regardant<sup>202</sup>. Selon lui, la spécificité de l'art du cinéma réside dans le fait que ce dernier remue et résume ces deux foyers de l'ellipse esthétique (l'architecture et la musique avec ses suivantes –la peinture, la sculpture, la poésie et la danse-) en les mêlant dans le même tourbillon<sup>203</sup>.

Avec la grande vouge qu'elle a touché, cette formule de Canudo « synthèse des autres arts » marquait un pas important pour faire le cinéma accepter comme art<sup>204</sup>. Or, elle n'était point suffisante pour lui donner en tant qu'art une définition différentielle. Pour cette raison, l'on a d'abord recherché une définition de l'art muet qui distingue le cinéma des romans populaires -faciles à lire et à comprendre- dont il s'est beaucoup inspiré à ses débuts<sup>205</sup> et surtout du théâtre dont il semblait proche et qui était considéré à l'époque comme le seul spectacle digne du respect<sup>206</sup>. Les tentatives pour rapprocher le cinéma aux arts traditionnels et nobles, comme la proposition d'Abel Gance qui définit le cinéma comme "*la musique de la lumière*"<sup>207</sup> constitue un exemple signifiant, ne trouvaient pas un large écho et avec l'arrivée du parlant, la situation devenait encore plus complexe.

---

<sup>200</sup> D. Sauvaget, "Les Cinéastes Filment La Ville", in *Villes et Cinéma : Lieux, Mémoires, Désirs* (Colloque International), Institut Français d'Istanbul, 29-30 Mars 2007

<sup>201</sup> La réaction des spectateurs lors de la projection de *L'Arrivée d'un Train à la Gare du Ciotat* –un des premiers films de l'histoire du cinéma- de Frères Lumière constitue un des exemples les plus tôt et signifiants de cette capacité du cinéma d'éveiller un sentiment de réalité chez le spectateur. Bazin note à ce propos : "*Les cris d'horreur de la foule impressionnée par la naïve locomotive de Louis Lumière préluadaient aux exclamations des spectateurs du théâtre de Robert Houdin*". A. Bazin, op. cit., p. 27

<sup>202</sup> R. Caudo, op. cit., p. 41

<sup>203</sup> ibid.

<sup>204</sup> Sur ce point-ci, il est intéressant de remarquer qu'aujourd'hui tous les arts sont des synthèses des autres arts.

<sup>205</sup> S. Eisenstein, *Sinema Sanati*, traduit par N. Sarman, Payel Yayınları, İstanbul, 1993, p. 32

<sup>206</sup> J. Mitry, *Esthétique et Psychologie du Cinéma*, Editions du Cerf, Paris, 2001, p. 381

<sup>207</sup> Cité par J. Aumont, op. cit., p. 239

Comme affirme Aumont, *“afin de prouver que le cinéma était bien un art, il fallait le doter d’un langage spécifique, différent de la littérature et du théâtre”*<sup>208</sup>, et justement en tirant un trait entre ces différents domaines artistiques, le cinéma arrivera à établir un nouveau langage.

### **b) La création d’un langage propre**

Christian Metz définit le film comme une entité qui joue sur cinq matières signifiantes<sup>209</sup> : la photographie mouvante, le son musical, le son phonétique (les paroles), le bruit et le tracé graphique des mentions écrites<sup>210</sup>. Entre tous ces composants du film, la photographie mouvante, donc l’image –signe iconique par rapport à la classification de Pierce<sup>211</sup> - constitue d’après Marcel Martin, la matière première filmique, donc le matériel de base du langage cinématographique<sup>212</sup>. De cette perspective, Mitry définit le cinéma comme *“une forme esthétique, utilisant l’image qui est (par elle-même) un moyen d’expression dont la suite (l’organisation logique et dialectique) est un langage”*<sup>213</sup>. Il serait dès lors nécessaire, après avoir établi cette définition, de comprendre comment cette organisation qui donne naissance à un langage, est mise en œuvre.

Malraux précise que le cinéma est devenu un art au moment où le réalisateur a eu l’idée de bouger son appareil et découper le récit en plans<sup>214</sup>. Partant de ce constat, nous pouvons dire que le premier changement qui fait le cinéma classer comme un moyen d’expression et non pas seulement comme un moyen de reproduction mécanique, s’est effectué dans la façon de concevoir « le mouvement ». En deuxième lieu, ce changement, par la possibilité de découpage qu’il offre, est suivi par le développement d’une procédure révolutionnaire que l’on appelle « le montage ». Nous allons maintenant nous arrêter sur chacun d’eux.

<sup>208</sup> J. Aumont, *Esthétique du Film*, Nathan, Paris, 2004, p. 111

<sup>209</sup> C. Metz, *Langage et Cinéma*, Editions Albatros, Paris, 1977, p. 10

<sup>210</sup> idem., p. 25

<sup>211</sup> Dans la classification de Charles S. Pierce, le type du signe dont le signifiant a une relation d’analogie avec ce qu’il représente, est appelé « l’icône ». L’Image peut être définie donc comme *“le signe iconique qui met en œuvre une ressemblance qualitative entre le signifiant et le référent qui imite ou reprend, un certain nombre des qualités de l’objet : forme, proportion, couleurs, texture, etc”*. M. Joly, op. cit., p. 18

<sup>212</sup> M. Martin, *Le Langage Cinématographique*, Editions du Cerf, Paris, 1955, p. 20

<sup>213</sup> J. Mitry, op. cit., p. 30

<sup>214</sup> A. Malraux, op. cit., p. 17 et suiv.



Nous savons déjà que la mobilité et la continuité de l'image dans le cinéma fait partie de la définition de celui-ci. Le terme de cinéma est l'abréviation de cinématographe qui vient du grec *graphein* « écrire » et *kinêma* « mouvement »<sup>215</sup>. Martin affirme à cet égard que la représentation du mouvement est la faculté maîtresse, même, la raison d'être du cinéma<sup>216</sup>. Parce que c'est le mouvement qui - avec l'aide de la double réalité perceptive de l'image<sup>217</sup> - permet de restituer l'autonomie et la corporalité que les formes projetées à l'écran avaient perdu dans l'image photographique<sup>218</sup>. C'est grâce au mouvement que l'image se dote de volume et de profondeur, et enfin, à la lumière de tous ce que nous venons de dire, c'est le mouvement qui détermine, d'après Mitry<sup>219</sup>, un sentiment de réalité profond chez le spectateur<sup>220</sup>.

Après de nombreuses tentatives, le cinématographe des Frères Lumière avait finalement réussi à éveiller ce sentiment de pseudo-réalité en donnant vie à l'image et surtout en la projetant sur l'écran. Or, pour que le cinéma soit accueilli dans le champ artistique ou comme dit Morin, pour que le cinématographe se transforme en cinéma<sup>221</sup>, cette libération de l'image n'était point suffisante. Pour permettre au réalisateur de s'exprimer à travers un film, avant tout, l'appareil devrait se libérer.

A ses débuts, la camera était fixe devant les acteurs qui sont placés, quant à eux, d'une manière à paraître le plus net possible<sup>222</sup>. Pour sortir l'appareil de prise de vues de cette immobilité, changer sa place en intervenant à l'événement (en la reprochant ou l'éloignant) se donne comme un premier pas efficace<sup>223</sup>. Le

---

<sup>215</sup> C. Montvalon, *Les Mots du Cinéma*, Editions Belin, Paris, 1987, pp. 100-101

<sup>216</sup> M. Martin, *op. cit.*, p. 20

<sup>217</sup> Aumont explique que la double réalité perceptive des images désigne le phénomène psychologique fondamental de percevoir une image comme un fragment de surface plane et à la fois comme un fragment d'espace tridimensionnel. Autrement dit, d'après l'hypothèse de la compensation du point de vue de Maurice Pirenne (1970), c'est le fait de percevoir l'image comme une surface plate qui permet de percevoir plus efficacement la troisième dimension imaginaire représentée dans l'image. J. Aumont, *L'Image*, Nathan, 1990, pp. 42-45

<sup>218</sup> E. Morin, *op. cit.*, p. 122

<sup>219</sup> J. Mitry, *op. cit.*, p. 58

<sup>220</sup> Pour conclure que ce n'est qu'à travers le cinéma que l'être humain arrive à refléter d'une manière adéquate son monde imaginaire, Edgar Morin affirme que, tout étant de même famille, les dessins d'Altamira ou de Lascaux, les représentations sacrées ou les mythes n'ont pas eu vocation d'être autant aux prises avec la réalité naturelle. E. Morin, *op. cit.*, p. 221

<sup>221</sup> E. Morin, *op. cit.*, p. 57

<sup>222</sup> R. Arnheim, *Sanat Olarak Sinema*, Öteki Yayınevi, İstanbul, 2002, p. 53

<sup>223</sup> *idem.*, p. 80

panoramique<sup>224</sup>, le *travelling*<sup>225</sup> et notamment la possibilité de cadrer le même sujet aux différentes échelles (gros plan, plan rapproché, plan moyen, plan général, etc.) n'apportent pas seulement une nouvelle vision au cinéaste, mais lui aussi offert la chance -au lieu de tourner en plan-séquence<sup>226</sup>- de découper la scène en plans et de juxtaposer -de « monter »- ces différents plans comme il veut. Le résultat qu'Eisenstein tire de cette expérience était surprenant: la juxtaposition peut exprimer quelque chose qui n'est contenu dans aucun des deux plans pris séparément<sup>227</sup>. Ce dernier procédure que l'on appelle « le montage », en engendrant la libération totale de la caméra<sup>228</sup> et le développement d'une nouvelle esthétique, mais surtout en apportant des nouveaux sens au récit filmique, change toute la considération du cinéma.

Morin définit le langage comme un enchaînement de symboles permettant de réaliser la communication<sup>229</sup>. Etant donné que chaque plan du film s'inscrit dans une chaîne des symboles qui forment en effet les parties du récit, mais qui, par le biais de leur enchaînement, obtiennent une signification nouvelle<sup>230</sup>, nous pouvons dire que le cinéma, conformément à la formule de Morin, établit grâce au montage son système de signes (échelle des plans, flash-back, flash-forward, ralenti, ellipse, etc.) et donc son langage propre. Au gros plan, dès la découverte du montage qui n'est pas seulement une reproduction du mouvement mais aussi du temps<sup>231</sup>, le cinéaste -dans l'univers construit par le récit que l'on appelle la diégèse- obtient la chance de commencer par un événement plutôt que par un autre, de le raconter longuement ou au contraire très brièvement, d'exprimer que des événements se passent dans le

<sup>224</sup> Le panoramique désigne des prises des vues faisant appel à une rotation de l'appareil autour de son axe de fixation. Nous pouvons parler de deux sortes de panoramique. Le panoramique horizontal (*pan*) qui explore l'espace de droite à gauche ou de gauche à droite et le panoramique vertical (*tilt*) qui balaie de haut en bas ou de bas en haut. Vocabulaire Technique du Cinéma, V. Pinel, Editions Nathan, Paris, 1996, p. 284

<sup>225</sup> Le *travelling* désigne la prise de vue obtenue à partir d'un déplacement réel de l'appareil dans l'espace (Vocabulaire Technique du Cinéma, p. 413). Le premier travelling de l'histoire du cinéma est effectué -à l'insu de faire autant- par les opérateurs des Frères Lumière qui balayent avec leurs caméras les rives des quelques pays étrangers sur des canots. D. Sauvaget, conf. cit.

<sup>226</sup> Le plan est le morceau de film qui défile dans la caméra entre le début de la prise et la fin de celle-ci. Dans le langage cinématographique, le plan signifie l'unité minimale du film. Donc il faut plusieurs plans pour former une scène et plusieurs scènes pour construire une séquence. Quant au plan-séquence, il désigne le tournage d'une séquence entière en un seul plan. C. Montvalon, op. cit., p. 347

<sup>227</sup> S. Eisenstein, Film Duyumu, traduit par N. Özön, Payel Yayınları, İstanbul, 1984, p. 24

<sup>228</sup> J. Aumont, Esthétique du Film, Nathan, Paris, 2004, p. 45

<sup>229</sup> E. Morin, op. cit., p. 186

<sup>230</sup> idem., p. 176

<sup>231</sup> Aumont affirme en ce sens que "*le montage des plans d'un film est avant tout la mise en séquence de blocs de temps*". J. Aumont, op. cit., p. 128

même temps et d'évoquer un événement à plusieurs reprises, ce qui ne constituent pas seulement un vaste domaine de recherche pour la narratologie cinématographique mais aussi toute la richesse du langage cinématographique qui vient d'être né.

Ce bref aperçu, nous montre que le cinéma se situe, -comme le titre de l'ouvrage de Benghozi, *Le cinéma entre l'art et l'argent*, indique- entre la logique économique et la logique de l'art, en étant envisagé le plus souvent "*comme un art qui, malheureusement, dépend d'une industrie*"<sup>232</sup>. Dans la partie précédente, nous avons évoqué que l'exemple de la photographie est frappant pour nous montrer à quel point la dimension sociale cohabite avec la dimension technique. En ce sens, nous pouvons maintenant dire que l'exemple du cinéma est encore plus frappant pour nous montrer à quel point –en s'ajoutant à la dimension sociale et la dimension technique- la dimension artistique cohabite avec la dimension économique<sup>233</sup>. Or, à l'origine, la double signification du terme du « film », film comme la pellicule cinématographique et film comme l'œuvre cinématographique<sup>234</sup>, ne renvoi-t-elle pas à cette double nature du cinéma? Nous pouvons même avancer que c'est ce dilemme-ci qui donne au cinéma sa spécificité.

#### **D) LA VIDEO : USAGE AMATEUR**

Les deux modes de production de l'image, photographie et film, ont partagé le même destin pas seulement pour se faire acceptées dans le domaine artistique, mais aussi pour s'ouvrir aux grandes masses. Tout comme la photographie qui était conçue et adoptée à l'origine par les couches supérieures de la société avant de descendre dans les couches plus profondes<sup>235</sup>, le film au début n'était accessible qu'à un public restreint en termes économiques et techniques. L'Introduction du format 16mm en 1923 qui pourrait être acceptée comme le premier pas important pour ouvrir les portes du tournage à des non professionnels, était suivi par le lancement en 1935 du 8mm, matériel plus léger et moins coûteux, pourtant, ce qui a donné aux

---

<sup>232</sup> P.-J. Benghozi, op. cit., p. 24

<sup>233</sup> Sur ce point, il faut noter que la distinction entre « le cinéma commercial » et « le cinéma d'auteur » est tout un autre débat qui dépasse les limites de notre étude.

<sup>234</sup> Le Robert Micro, Dictionnaire de la Langue Française, rédaction dirigée par A. Rey, Dictionnaires Le Robert, Paris, 1998, p. 558, cité par P.-J. Benghozi, op. cit., p. 24

<sup>235</sup> G. Freund, op. cit., p. 22

grandes masses, la possibilité de filmer dans un esprit amateur à partir des années soixante, n'étaient pas les nouvelles formats cinématographiques (le format super-8 était lancé à cette époque), mais tout un nouvel format de l'image : « la vidéo ».

Dans cette partie, après avoir établi la différence de cette nouvelle image - l'image vidéographique ou l'image vidéo- par rapport à l'image filmique, nous allons nous concentrer sur ses différents usages, en particulier sur l'usage amateur qui nous offrira des éléments importants, pouvons-nous espérer, dans notre analyse portant sur les vidéoblogues.

### **1) Une nouvelle espèce de l'image, des nouveaux usages**

L'image vidéographique qui se donne comme la deuxième espèce de l'image mouvante ou de « l'image temporalisée » (l'image qui *“inclut le temps dans son existence même”*<sup>236</sup>) d'après la terminologie d'Aumont, est née comme le film, en étant d'abord une industrie qui sert de base à l'émission télévisuelle. Mais conformément à son étymologie (*Vidéo* est la première personne singulier du verbe « voir » -*videre* en latin- conjugué au présent, et donc veut dire « je vois »<sup>237</sup>), le développement de la technique de vidéo suit une voie qui ouvre la porte à la production individuelle<sup>238</sup> qui, à son tour, ouvre la voie aux différents usages de l'image mouvante. Avant de commencer à réfléchir sur ces usages, il nous faut d'abord comprendre la varie nature de l'image vidéo.

#### **a) L'image vidéographique**

John Belton suggère que les technologies du cinéma et de la vidéo ne sont pas consécutives mais indépendantes l'une de l'autre et que l'on peut envisager la vidéo davantage comme un prolongement des technologies du télégraphe et de la téléphone<sup>239</sup>. Au premier égard, comparer une technique de production de l'image avec les technologies qui transmettent des informations écrites ou sonores pourrait

<sup>236</sup> J. Aumont, *L'Image*, Nathan, 1990, p. 130

<sup>237</sup> C. Montvalon, op. cit., p. 472

<sup>238</sup> L. Kılıç, *Görüntü Estetiği*, İnkılap Yayınları, İstanbul, 2003, p. 2

<sup>239</sup> J. Belton, “Looking Through Video : The Psychology of Video and Film”, in *Resolutions : Contemporary Video Practices*, M. Renov, E. Suderburg (éd.), University of Minnesota Press, Minneapolis, 1996, p. 61, in A. Altunay, op. cit., p. 111

paraître surprenant, mais pas plus surprenant que cette affirmation de Debray : *“Dans la vidéo, matériellement, il n’y a plus d’image”*<sup>240</sup>.

De fait, contrairement à la photographie et au cinéma (nous savons déjà que l’image de film est une image photographique) dans lesquels l’image existe physiquement ; dans la vidéo, il n’y a plus d’image mais un signal électrique en lui-même invisible, balayant vingt-cinq fois par seconde les lignes d’un moniteur<sup>241</sup>, et enregistrée sur une bande magnétique. Même s’il n’y a entre vidéo et cinéma aucune différence perceptible en ce qui concerne le mouvement apparent<sup>242</sup>, l’image vidéo n’est pas une matière mais un signal, voire une information transmise à distance – tout comme dans les exemples du télégraphe et de la téléphone- par l’intermédiaire d’un circuit électrique. Comme une conséquence directe de cette spécificité, la vidéo permet l’enregistrement et la visualisation immédiate de l’image alors que l’image filmique est une « image latente » qui exige un développement chimique pour être vue<sup>243</sup>. Cette immédiateté de la vidéo, en modifiant tout un mode de perception de l’espace et du temps<sup>244</sup>, détermine aussi l’usage que l’on fera de ce nouvel medium.

### **b) Les domaines de l’usage**

A ses débuts, lié à la facilité d’enregistrement de l’image et du son sur la même piste et plus particulièrement à la possibilité de transmission instantanée à distance par liaison satellite, la télévision se donnait comme le diffuseur naturel de la vidéo<sup>245</sup>. Pendant longtemps la technologie de la vidéo a été réduite à l’émission télévisuelle et pour que le medium ait redécouvert par les artistes, les activistes et -sans doute- les amateurs, il a fallu attendre l’année 1965 où Sony a introduit dans le marché la première caméra vidéo portable qu’il appelait le « *portapack* »<sup>246</sup>.

Le portapack était un grand outil vidéo assez lourd -par rapport aux normes d’aujourd’hui-, capable d’enregistrer seulement en noir et blanc. Lancé à une époque

---

<sup>240</sup> R. Debray, op. cit., p. 377

<sup>241</sup> *ibid.*

<sup>242</sup> J. Aumont, op. cit., p. 131

<sup>243</sup> A. Altunay, op. cit., pp. 114-115

<sup>244</sup> R. Debray, op. cit., p. 379

<sup>245</sup> *idem.*, p. 380

<sup>246</sup> S. M. Hocking, “Early Portable Video”, in The Experimental Television Center, Video History Project, Avril 1992, <http://www.experimental-tvcenter.org/history/tools/ttext.php3?id=20&page=1>

de la dissidence politique et l'activisme social qui précède le Mai 68, avec un coût de moins de 3000 \$ <sup>247</sup>, le portapak en tant que le premier outil de production de l'image vidéo susceptible à l'usage individuel, est devenu aussitôt –dans les mains des activistes- une arme de guérilla visuelle qui combat contre la télévision en utilisant l'arme de l'ennemi <sup>248</sup>. Les premières bandes produites étaient longues et pour la plupart inédites; et la caméra utilisée souvent à main donnait un fort sentiment d'immédiateté <sup>249</sup>. S'appuyant sur la force de cette immédiateté et grâce à la légèreté du support, ces vidéos, en dépit d'une mauvaise qualité technique, traitaient des sujets jamais vus sur les écrans de la télévision. Ces efforts -dont nous pouvons voir les prolongements aujourd'hui dans les mouvements comme *Witness*<sup>250</sup> qui encourage l'utilisation de la vidéo pour sensibiliser les peuples aux violations des droits de l'homme- ont forcé le public à voir la vidéo dans une perspective différente.

Dès qu'il a été introduit aux États-Unis, le portapak n'attirait pas seulement des activistes mais aussi des artistes issus d'une grande variété de pratiques (la peinture, la sculpture, la danse, la musique, la photographie et le cinéma) dont les soucis pour une contre-télévision se croisaient souvent avec ces premiers. Après les premières expériences de Nam June Paik qui a faussé l'image visualisée via un aimant ou a joué sur la vitesse de l'image enregistrée en intervenant par sa main lors de la projection<sup>251</sup>, le terme de « l'art vidéo » est entré dans la littérature de l'art.

L'Art vidéo était avant tout un art électronique<sup>252</sup> qui dépendait largement des caractéristiques de l'image électronique. Le fait que les images vidéo sont des signaux électriques qui sont dans un processus perpétuel de la construction et la déconstruction, a donné aux artistes pas seulement la possibilité de retravailler sur l'image visualisée<sup>253</sup> mais aussi la chance de redéfinir les signaux dans une manière qui pourrait produire des images sans l'intervention des lentilles et des caméras<sup>254</sup>. L'Ecran de la télévision est devenu la toile des artistes vidéastes. Avec l'utilisation

---

<sup>247</sup> S. M. Hocking, web. cit.

<sup>248</sup> A. Altunay, op. cit., p. 157

<sup>249</sup> S. M. Hocking, web. cit.

<sup>250</sup> Fondée en 1992 par le musicien et activiste Peter Gabriel et la Fondation des Droits de l'Homme de Reebok, WITNESS (<http://www.witness.org>) est une organisation internationale à but non-lucratif qui fournit aux groupes locaux la formation et le soutien nécessaires pour qu'ils s'expriment via la vidéo et les technologies en ligne contre les violations des droits de l'homme.

<sup>251</sup> L. Kılıç, op. cit., p. 5

<sup>252</sup> A. Altunay, op. cit., p. 194

<sup>253</sup> idem., p. 165

<sup>254</sup> S. M. Hocking, web. cit.

consciente des limites du support (des sautes d'image, le bruit visuel ou la neige, des grains plus apparents, etc.) dans une manière esthétique et en profitant des possibilités offertes par des nouveaux outils de traitement de l'image (*keyers*, *colorizers*, synthétiseurs et surtout systèmes basés sur l'ordinateur), peu à peu l'art vidéo a développé son langage propre appelé « vidéologie »<sup>255</sup> qui ne dépend pas du langage cinématographique, et qui s'oppose nettement à l'usage de la télévision, donc de la technologie de la vidéo, comme "meuble" dans l'environnement domestique<sup>256</sup>.

Bien que le portapack ait été utilisé par ceux qui s'approchent du support vidéo comme une pratique de l'art ainsi que par ceux dont les préoccupations étaient sociales et politiques, l'outil était probablement plus étroitement associé à l'usage amateur<sup>257</sup>. Dans ce contexte, comme le bref panorama ci-dessus indique, la technologie de la vidéo qui facilite pas seulement la production de l'image mais aussi la reproduction de celle-ci, s'avance dans trois sens : la production télévisuelle, l'art vidéo et la vidéo amateur.<sup>258</sup> Il faut dès lors nous intéresser à cette dernière et d'essayer d'établir une définition de celle-ci, afin de nous focaliser davantage sur le film de famille, qui constitue, nous verrons, la partie dominante de cette catégorie.

## 2) La vidéo amateur et le film de famille

Le lancement du matériel 16mm en 1923 par Eastman Kodak marquait le premier pas important pour mettre le film à la portée d'un public plus large. Mais même avec ce système 16mm qui, après bien des années d'essais et de concurrence de formats divers, coûtait un sixième de 35mm, la pratique du cinéma restait comme une activité assez chère<sup>259</sup>, susceptible d'être adoptée seulement par la haute et la moyenne classe qui pouvaient se payer une caméra et disposaient du capital temps et du capital éducation nécessaire pour pouvoir filmer<sup>260</sup>. Ce n'est qu'en 1935, avec l'introduction du format 8mm, matériel beaucoup plus léger et moins cher, que les autres classes sociales accédaient à cette pratique ; et pendant longtemps la classe

---

<sup>255</sup> A. Altunay, op. cit., p. 184

<sup>256</sup> S. M. Hocking, web. cit.

<sup>257</sup> ibid.

<sup>258</sup> L. Kılıç, op. cit., p. 9

<sup>259</sup> J. K. Ruoff, "1927 : Ciné Kodak Modèle B et Voiture Ford Modèle T", in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 79-96, p. 84

<sup>260</sup> S. Aasman, op. cit., p.109

sociale et la compétence technique demeuraient largement déterminantes dans le choix du format<sup>261</sup>.

Dans ce contexte, nous pouvons dire que le lancement de la première caméra vidéo portable, le *portapak*, en 1965 par Sony a créé un effet comparable avec l'introduction du premier Kodak en 1888 par George Eastman qui avait ouvert le monde de la photographie aux grandes masses. Cet appareil révolutionnaire qui ouvre les portes du tournage à des amateurs est suivi par le produit caméscope qui se donne à la fin des années soixante-dix, comme l'aboutissement du processus toujours évolutif de la conjonction et de la miniaturisation de la caméra vidéo et du magnétoscope<sup>262</sup>. A partir de cette date, le cinéma amateur se réalise de plus en plus avec caméscope qui, comme le développement de son marché indique, constitue pour le grand public "*un prodigieux outil technologique, (...) relativement accessible*"<sup>263</sup>.

Comme nous avons déjà eu l'occasion de le mentionner à plusieurs reprises, tout changement social influence les développements techniques qui à leur tour jouent un rôle déterminant dans la création des nouveaux modèles d'expression. Dans quel contexte faut-il donc considérer ce développement du marché de la caméra à l'usage individuel en général et de la caméra vidéo en particulier ?

Par la perspective des historiens qui soulignent une simultanéité entre l'apparition de ces nouveaux produits du marché de masse et la standardisation des idéaux domestiques de la classe moyenne<sup>264</sup>, Patricia Zimmerman explique qu'à partir des années vingt où l'apparition de la notion de temps de loisir suscite les publicitaires à jouer sur ce terrain, l'association de la caméra avec la famille et ses loisirs est mise en scène<sup>265</sup>. Dans sa thèse sur l'histoire sociale du discours sur le film d'amateur, elle note que notamment après la seconde guerre mondiale, l'idéologie de la vie domestique et familiale est devenue le facteur déterminant dans le développement du cinéma amateur et au fur et à mesure ce dernier est devenu

---

<sup>261</sup> *ibid.*

<sup>262</sup> L. Creton, "Le Marché du Caméscope : Innovation et Logique du Développement", in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 191-205, p. 196

<sup>263</sup> *idem.*, p. 191

<sup>264</sup> S. Aasman, *op. cit.*, p.103

<sup>265</sup> P. Zimmerman, "Family Album. Contested Terrain", in *After Image*, Vol. 16, n°1, Summer 1988, pp. 9-12, in S. Aasman, *op. cit.*, p. 103



presque synonyme du terme du film de famille<sup>266</sup>. La caméra vidéo et puis le produit caméscope s'inscrivent donc dans ce contexte dominé par le film de famille dont les caractéristiques esthétiques et les conclusions sociales méritent une attention particulière.

### a) L'esthétique du film de famille

Le « film de famille »<sup>267</sup>, qui est souvent accepté comme l'origine du cinéma en s'appuyant sur les premiers films de Frères Lumière comme *Déjeuner de Bébé*<sup>268</sup>, est défini plus spécifiquement par Odin comme « un film ou une vidéo réalisé/e par un membre d'une famille à propos des personnages, d'événements ou d'objets liés d'une façon ou d'une autre à l'histoire de cette famille et à usage privilégié des membres de cette famille »<sup>269</sup>.

Ce qui nous frappe au premier égard dans cette définition est la ressemblance du film de famille à la photographie de famille comme il partage avec ce dernier le même sujet (la famille), le même opérateur (un membre d'une famille) et le même destinataire (des membres de cette famille). La différence du film de famille réside donc premièrement dans sa capacité de représenter le « mouvement », et comme le mouvement se déroule dans le temps, dans sa manière à concevoir le « temps ». S'appuyant sur ces deux notions fondamentales, le film de famille développe une esthétique dont les figures récurrentes sont résumées par Odin sous huit grandes titres<sup>270</sup>. En nous adressant de temps en temps aux précisions de Kuyper, nous allons maintenant énumérer ces caractéristiques du film de famille qui nous serviront de base pour étudier l'esthétique des vidéoblogues, notre objet d'étude.

<sup>266</sup> P. Zimmerman, *Reel Families : A Social History of The Discourse on Amateur Film, 1897-1962*, Phd Thesis, University of Wisconsin, 1984, in S. Aasman, op. cit., pp. 103-104

<sup>267</sup> Prenant le terme « non-professionnel » en un sens strictement économique pour désigner toute personne qui ne vit pas de ses réalisations, Odin considère le « film de famille » comme une catégorie distincte de productions non-professionnelles qui incluent –autre que le film de famille- les « films d'amateurs » (réalisés dans le cadre des clubs de cinéma amateurs), les « films militants » qui prennent pour objet la politique et les films réalisés par les élèves dans le cadre de l'institution scolaire. Mais dans le cadre de ce mémoire qui prend la notion du film amateur de façon large comprenant tous les films « réalisés à titre de passe-temps sur des bases non professionnelles » comme suggère Aasman, « le film de famille » sera considéré comme une sous-section du film amateur.

<sup>268</sup> *Landmarks of Early Film (1886-1913)*, [DVD], The Blackhawk Films Collection, Image Entertainment Inc., 1994

<sup>269</sup> R. Odin, «Le Film de Famille dans L'Institution Familiale», in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 27-41, p. 27

<sup>270</sup> idem., pp. 28-31

- L'Absence de clôture : Le film de famille, qui ne comporte ni marques de début ni marques de fin, fonctionne en ce qui concerne sa durée, sur une élasticité extrême (notamment avec la possibilité de longue durée des nouveaux appareils et de la technologie numérique) qui n'a rien à voir avec la durée du spectacle<sup>271</sup>. Ultra court ou au contraire excessivement long, le film de famille présente une incomplétude définitive qui nous empêche de le considérer comme un texte ayant un début et une fin.

- L'Emiettement narratif : Nous savons qu'à l'exception d'un nombre limité des films dynarratifs (un terme introduit par Alain Robbe-Grillet) qui refusent volontairement les règles de la cohérence narrative, l'immense majorité des films projetés en public sont des films narratifs dont le succès conduit le cinéma d'être "*une machine à raconter*"<sup>272</sup>. Quant au film de famille, il ne raconte pas une histoire mais nous donne à voir des fragments d'actions entre lesquels les relations sont implicites.

- Une temporalité indéterminée : Le montage étant absent en tant qu'éléments de sélection, d'organisation et de hiérarchisation<sup>273</sup>, le film de famille s'opère, au niveau temporel, sur l'ordre chronologique le plus primaire qui ne comporte ni flash back, ni flash forward, ni relations de simultanéité. A part des indices écrits (l'heure et la date) annoncés sur l'écran (si le film est tiré par une caméra vidéo), et des indications iconiques indirectes (comme les changements de lumière et de costume) s'il y en a, le film de famille ne donne pas des repères directs pour faire comprendre la relation temporelle entre les actions.

-Un rapport à l'espace paradoxal : Autre que de donner à voir des espaces facilement identifiables dont les panneaux indicateurs sont parfois montrés, le film de famille ne s'intéresse pas à décrire l'espace dans lequel l'action se déroule. Dans les décors stéréotypés (un restaurant comme tous les restaurants), l'on se souvient contente de voir des gros plans de personnages dont le rapport à l'espace sont implicites.

-La photographie animée : Etant donné que la photographie de famille est une pratique antérieure au film de famille, ses traces sont largement présentes dans ce

---

<sup>271</sup> E. Kuyper, "Aux Origines du Cinéma : Le Film de Famille", in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 11-26, p. 14

<sup>272</sup> F. Vanoye, *Récit Ecrit, Récit Filmique*, Collection Nathan Cinéma, 1989, p. 192

<sup>273</sup> E. Kuyper, op. cit., p. 14

dernier comme de nombreux plans dans lesquels des membres de la famille ne font rien que de s'arrêter devant un paysage ou un monument en témoignent.

-L'Adresse à la caméra : Toujours dans la même logique de la photographie qui bouge, avec l'intervention de l'opérateur de la caméra qui commande sans cesse au sujet de faire ou dire quelque chose<sup>274</sup>, l'individu filmé regarde à celui qui se tient derrière la caméra, lui parle, et surtout quand il ne sait pas quoi faire, lui fait des signes de la main ou lui tire la langue. C'est cette "*urgence obsessionnelle de la communication ou du partage*"<sup>275</sup>, qui est d'après Kuyper, la caractéristique décisive pour délimiter l'amateurisme du professionnalisme.

-Les sautes : Lié au manque de la connaissance technique, l'opérateur du film de famille ignore les processus d'homogénéisation comme la règle des 180 degrés ou la règle du champ/contrechamp qui donnent à une suite des plans une cohérence. Dépourvu des raccords de mouvements et de regards, le film de famille présente donc des nombreuses ruptures et sautes.

-Brouillages de la perception : Comme un résultat de non-maîtrise de l'appareil<sup>276</sup> dont les signes se donnent comme des flous non-artistiques, le tremblement du cadre (notamment à cause de la généralisation du zoom), des images filées (surtout lors des panoramiques effectués à une vitesse trop rapide) ou des changements brusques de niveau sonore, le film de famille présente de nombreux passages pendant lesquels la perception se brouille.

A la lumière des ces figures stylistiques récurrentes, Susan Aasman parle du film de famille "*comme une succession d'images pleines de fautes, dépourvues de construction narrative et donc seulement susceptible d'intéresser les membres de la famille*"<sup>277</sup>. Mais le fait que les réalisateurs précurseurs du cinéma personnel comme Maya Deren, Jonas Mekas, Stan Brakhage ou Joseph Morder prennent le film de famille comme un genre esthétique avec ses caractéristiques propres et revendiquent pour eux-mêmes des conditions amateur de réalisation<sup>278</sup>, nous montre la nécessité de prendre l'esthétique du film de famille au sérieux.

---

<sup>274</sup> *ibid.*

<sup>275</sup> *idem.*, pp. 16-17

<sup>276</sup> *idem.*, p. 23

<sup>277</sup> S. Aasman, *op. cit.*, p. 101

<sup>278</sup> L. Allard, "Une Rencontre Entre Film de Famille et Film Expérimental : Le Cinéma Personnel", in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 113-125, p. 113

Or, avant d'appliquer au film de famille l'étiquette « mal fait » en l'évaluant avec les normes du cinéma commercial narratif<sup>279</sup> ou de le considérer comme l'origine du cinéma d'avant-garde ou expérimental<sup>280</sup>, il faut tout d'abord tenter de comprendre la fonction sociale du film de famille<sup>281</sup>, qui constitue –comme la définition d'Odin citée au début indique- la raison d'être de cette pratique.

### **b) La fonction sociale du film de famille**

Même s'il y a de nombreuses différences techniques entre les modes d'enregistrement et de restitution de l'image filmique et l'image vidéographique, comme évoque Debray, ce dernier partage avec la grande famille des captations indicielles *“la force sans réplique du constatif : « cela a été »”*<sup>282</sup>. Etant donné que la photographie semble nous présenter quelque chose qui a déjà eu lieu, « un avoir-été-là » selon Barthes et l'image mouvante donne plutôt l'impression d'un « être-la-vivant » au sens metzien<sup>283</sup>, nous pouvons dire que l'image filmique et vidéographique, avec illusion du mouvement, permettent au film de famille de dire « Voilà, alors, là, nous étions heureux ! »<sup>284</sup>. Par cette force de preuve par l'image mouvante, le film de famille ne fait qu'endurcir la fonction sociale de la photographie de famille évoquée par Bourdieu : *“de solenniser et d'éterniser les grands moments de la vie familiale, bref, de renforcer l'intégration du groupe familial en réaffirmant le sentiment qu'il a de lui-même et de son unité”*<sup>285</sup>.

De cet égard, *“L'image qui ressort (...) de la projection de films de famille est l'histoire de la famille heureuse”*<sup>286</sup> dit Aasman. Tout comme la photographie de la famille, en retenant que certains éléments de la vie familiale (les drames familiaux comme les maladies, les décès ou les disputes ne sont jamais montrés) et par une mise en scène ou une mise en forme, voire une poétisation -qui n'est pas forcément

---

<sup>279</sup> R. Odin, op. cit., p. 39

<sup>280</sup> L. Allard, op. cit., p. 113

<sup>281</sup> Recours des concepteurs publicitaires à des films de famille témoigne aussi de cette dimension sociale de la pratique du film de famille. Pour une étude détaillée voir M.-T. Journot, C. Duchet, “Du Privé au Publicitaire”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 177-190

<sup>282</sup> R. Debray, op. cit., p. 480

<sup>283</sup> A. Gaudreault, F. Jost, *Le Récit Cinématographique*, Nathan Cinéma, 2004, p. 101

<sup>284</sup> E. Kuyper, op. cit., p. 15

<sup>285</sup> P. Bourdieu, op. cit., p. 39

<sup>286</sup> S. Aasman, op. cit., p. 107

artistique- de l'instant capté<sup>287</sup>, le film de famille se donne comme une *“recréation mythique du passé vécu”*<sup>288</sup>. En ce sens, le discours du film de famille n'est accessible qu'aux membres de la famille<sup>289</sup> qui y reconnaissent un événement qui les concerne directement. Sortis de leur contexte, les films de famille gênent le spectateur hors famille par leur intimité<sup>290</sup>.

Le support vidéo, autre que de faciliter la pratique du film de famille par son développement rapide sur l'axe essentiel de l'automatisation, joue un rôle important dans l'élargissement des limites de l'intime que l'on se trouve dans ce type de films. De même que le Polaroid qui, avec sa capacité du développement instantané, rend un usage plus personnel de la photographie possible en ouvrant les portes au narcissisme, à la nudité et à la sexualité<sup>291</sup>; avec la vidéo qui efface le facteur d'un deuxième œil étranger dans le laboratoire, des images échographiques, des films pornographiques ou des films d'accouchements se trouvent augmentés<sup>292</sup>.

*“Dans les études culturelles, les films de famille sont conceptuellement considérés comme le dépotoir des modes de représentation”*<sup>293</sup> dit Patricia Zimmermann. Il n'est pas étonnant que des productions comme les films de famille qui touchent tant à l'intimité de la famille sont pris au sérieux par les sociologues et les historiens qui travaillent sur la vie domestique, mais sur ce point, une question se pose inévitablement : Si le film de famille n'est que l'histoire de la famille heureuse, s'il comporte tant de subjectivité, s'il relate des événements qui varient peu d'un film à l'autre qui se passent dans des lieux tant stéréotypés, comment le considérer comme document ? « Grands scénarios » ou « modèles impératifs » dont parle l'anthropologue américain Richard Chalfen<sup>294</sup>, en constitue la réponse.

---

<sup>287</sup> K. Sierek, “ « C'est Beau, Ici », Se Reagerder Voir Dans Le Film de Famille”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 63-77, p. 72

<sup>288</sup> R. Odin, op. cit., p. 32

<sup>289</sup> J.-P. Esquenazi, “L'Effet « Film de Famille »”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 207-224, p. 211

<sup>290</sup> E. Kuyper, op. cit., p. 17

<sup>291</sup> G. Bauret, op. cit., pp. 105-107

<sup>292</sup> L. Allard, op. cit., p. 123

<sup>293</sup> P. Zimmermann, “Geographic Desire in Cinema : Mapping Gender, Race and Imperialism in Women's Amateur Film”, conférence donnée à la Société pour les Etudes Cinématographiques, Mai 1991, Californie, in S. Aasman, op. cit., p. 109

<sup>294</sup> R. Chalfen, “The Home Movie in a World of Reports : An Anthropological Appreciation”, *The Journal of Film and Video*, Summer/Fall, 1986, pp. 102-111, in S. Aasman, op. cit., pp. 104-105

Comme nous avons déjà souligné, chaque image porte en soi des traces de son producteur et elle sert d'une certaine façon à son producteur à s'exprimer. De la même perspective, Chalfen considère le film de famille comme un portrait personnel qui représente à la fois un portrait social du fait que sa fabrication suit des règles collectives déterminées par des structures dominantes de l'époque. Par rapport à ces structures que Chalfen appelle les « grands scénarios » ou « modèles impératifs », les mêmes événements produisent toujours les mêmes types d'images.<sup>295</sup> En ce sens, les films de famille sont des objets de recherche si précieux pas parce qu'ils nous informent sur l'histoire de telle ou telle famille mais parce que la permanence de quelques structures nous donne une idée sur l'histoire de la famille et de la vie domestique en général.

Nous avons vu qu'en transformant les membres de la famille eux-mêmes en producteurs de leurs images, la photographie de famille avait marqué la fin de la distinction entre le fabricant et le public. Bien que toutes les critiques adressées à cette pratique concernant l'inertie provoquée par la caméra et le renforcement de notre acharnement indéniable aux images soient susceptibles à appliquer au film de famille, nous pouvons toutefois dire que ce dernier, en donnant l'occasion aux familles de s'exprimer à travers l'image mouvante ne signifie pas seulement un pas de plus vers la démocratisation de l'image, mais remplit aussi une fonction vitale dans le cercle domestique dont les reflets sociaux méritent d'être étudiés. Avec son histoire technologique, économique, esthétique et sociale qui s'inscrit dans une tradition antérieure au cinéma, en continuité avec la tradition du portrait de famille qui va de la peinture jusqu'aux différentes modalités de la reproduction mécanique au XXème siècle, le film de famille « dit » plus qu'il « montre ».

---

<sup>295</sup> *ibid.*

## II) LES NTICs, L'INTERNET ET LA DEMOCRATIE

A propos du film amateur dont le film de famille constitue une grande partie et que nous avons présentés comme un pas de plus vers la démocratisation de l'image dans le premier chapitre, Bertrand Tavernier, réalisateur français, dit que "*Ces films ne peuvent avoir aucun avenir, car il ne seront jamais distribués. Toutes les expériences en chambre close sont vaines et stupides*"<sup>296</sup>. Contre cette affirmation qui s'appuie sur la logique économique du cinéma et sur l'idée d'après laquelle le film est avant tout un spectacle, Jonas Mekas, qui –comme un des précurseurs du film personnel expérimental- célèbre les conditions amateur de réalisation et définit ses productions comme étant "*des films faits pour soi-même et quelques autres*"<sup>297</sup>, propose la construction des lieux privés et communautaires pour la mise au public des films par essence non commerciaux qui n'intéressent qu'un public très limité<sup>298</sup>.

Mekas parle des ciné-clubs spécialisés, mais est-ce que nous pouvons, partant de ses propositions, avancer que l'Internet se donne aujourd'hui comme l'espace tant rêvé par Mekas ? Nous pensons répondre par l'affirmative car bien que le modèle égalitaire selon lequel cette nouvelle technologie de l'information et de la communication permet la voix de chacun –les plus marginalisés ou les amateurs- de se faire entendre soit souvent critiqué, le fait qu'aujourd'hui plus de cent mille vidéos amateurs circulent dans un seul site Web comme YouTube, semble témoigner du rôle primordial de l'Internet comme le diffuseur principal du film amateur. Etant donné que le vidéoblogue, notre objet d'étude, constitue pour le moment la dernière chaîne de la pratique du film amateur, dans ce deuxième chapitre, nous nous proposons de réfléchir à la nature de l'Internet qui ne constitue pas seulement le diffuseur mais -grâce au Web 2.0- la raison d'être des vidéoblogues en nous focalisant

---

<sup>296</sup> B. Tavernier, "Entretien", in P. et J.-L. Leutrat, *Jeune Cinéma Américain*, Premier Plan, Serdoc, 1967, p. 97, in L. Allard, op. cit., p. 120

<sup>297</sup> Cité par L. Allard, op. cit., p. 119

<sup>298</sup> idem., p. 121

plus particulièrement sur les blogues qui techniquement et aussi philosophiquement les précèdent.

### A) INTERNET : DEFINITION, STRUCTURE ET FONCTIONS

*“Gouvernements du monde industriel, géants fatigués de chair et d’acier, je viens du cyberspace<sup>299</sup>, nouvelle demeure de l’esprit. Au nom de l’avenir, je vous demande, à vous qui êtes du passé, de nous laisser tranquilles. Vous n’êtes pas les bienvenus parmi nous. Vous n’avez aucun droit de souveraineté sur nos lieux de rencontre.*

(...)

*Nous créons un monde où tous peuvent entrer, sans privilège ni préjugé dicté par la race, le pouvoir économique, la puissance militaire ou le lieu de naissance.*

(...)

*Nous allons créer une civilisation de l’esprit dans le cyberspace. Puisse-t-elle être plus humaine et plus juste que le monde que vos gouvernements ont créé”<sup>300</sup>*

Ces phrases empruntées à la *“Déclaration d’Indépendance du Cyberspace”<sup>301</sup>* annoncée par John Perry Barlow, l’un des co-fondateurs de l’*Electronic Frontier Foundation*<sup>302</sup>, dans les jours qui suivent l’acceptation de *Communications Decency Act* (la loi de libéralisation du secteur des télécommunications) en 1996 aux Etats-Unis, nous montre à quel point l’Internet est considéré, en tant que support individuel, comme le symbole de la liberté face aux modes hiérarchiques de diffusion de l’information et défendu comme le dernier fort contre les monopoles géants des médias de masse. Mais il faut tout de suite remarquer qu’avec les conséquences sociales de ses spécificités structurelles (la modification de tout un mode de perception de l’espace et du temps, l’augmentation de la production textuelle qui rend le domaine du droit de l’auteur encore plus complexe,

<sup>299</sup> Employé pour la première fois dans le roman de science-fiction *Neuromancer* (Neuromancier) par William Gibson en 1984, « le cyberspace » (*cyberspace*) désigne l’univers des réseaux numériques comme le lieu de rencontre et d’aventures, enjeu de conflits mondiaux, nouvelle frontière économique et culturelle. P. Lévy, *L’Intelligence Collective : Pour une Anthropologie du Cyberspace*, La Découverte, Paris, 1994, p. 119

<sup>300</sup> J. P. Barlow, “A Declaration of the Independence of Cyberspace”, [http://w2.eff.org/Misc/Publications/John\\_Perry\\_Barlow/barlow\\_0296.declaration.txt](http://w2.eff.org/Misc/Publications/John_Perry_Barlow/barlow_0296.declaration.txt)

<sup>301</sup> Pour la texte complète de la déclaration traduite de l’anglais par J.-M. Mandosio voir Annexe-2

<sup>302</sup> Une organisation non gouvernementale internationale fondée en 1990 pour défendre la liberté d’expression sur l’Internet



l'embrouillement des frontières entre ce qui est public et ce qui est privé)<sup>303</sup>, l'Internet, dont la naissance est comparée avec la révolution qui est mise en scène avec l'invention de l'imprimerie par Gutenberg en 1440<sup>304</sup>, ne devient pas seulement la figure de l'utopie d'une société où les hommes/les femmes sont libres, mais aussi le centre des critiques qui y voit le dernier symbole de l'assujettissement de la culture à la technique<sup>305</sup>.

Avant de nous pencher sur ces débats à savoir si l'Internet est une plate-forme sans frontières des libertés qui change tout ou s'il n'est qu'un moyen qui, en reproduisant le pouvoir, approfondit et prolonge des anciennes possibilités, il nous faut d'abord préciser ce que l'on entend par l'Internet et comprendre comment cette nouvelle technologie<sup>306</sup> fonctionne.

### 1) Les principes de base et un aperçu historique

L'Internet désigne un système de la communication<sup>307</sup> constitué par “*un ensemble de réseaux d'ordinateurs, éventuellement différents, reliés les uns aux autres par des passerelles qui gèrent le transfert de données et la conversion des messages, depuis le réseau de départ vers le réseau de destination*”<sup>308</sup>. Comme le système s'appuie sur la liaison de plusieurs réseaux, l'Internet se dote d'une structure flexible qui peut maintenir l'échange d'informations malgré le dysfonctionnement de quelques réseaux<sup>309</sup>. Donc, pour comprendre le fonctionnement de ce système que l'on peut appeler « le réseau de réseaux », voire le réseau global qui possède d'après

<sup>303</sup> M. Binark, B. Kılıçbay (éd.), *İnternet, Toplum, Kültür*, Epos Yayınları, 2005, p. 7

<sup>304</sup> I. Ramonet, *Medyanın Zorbalığı*, traduit par A. Derman, Om Yayınevi, İstanbul, p. 7

<sup>305</sup> N. Postman, op. cit., p. 66

<sup>306</sup> Le français ne possède pas la distinction que la langue anglaise opère entre *technique* (un certain mode opératoire pour accomplir une action donnée) et *technology* (l'ensemble des instruments matériels et des savoir-faire dont on dispose pour une action donnée), mais sous l'influence de l'anglais, le terme *technologie* qui désigne en français “discours sur la technique” tend à perdre ce premier sens et à prendre le sens de *technology* (J. Aumont, op. cit., p. 136). Pour éviter des confusions, il importe de préciser que dans ce mémoire, pour désigner l'Internet, tous les deux formulations (« cette nouvelle technique » et « cette nouvelle technologie ») seront utilisées.

<sup>307</sup> K. İçel, Y. Ünver, *Kitle Haberleşme Hukuku*, Beta, İstanbul, 2005, p. 465

<sup>308</sup> Le Dictionnaire de L'Informatique, (Microsoft Press Computer Dictionary) traduit par P. Brandeis, F. Leroy, Dunod, Paris, 1992, p. 194

<sup>309</sup> K. Batır, “İnternet ve Hukuk”, in *İnternet, Toplum, Kültür*, M. Binark, B. Kılıçbay (éd.), Epos Yayınları, 2005, pp. 153-176, p. 154

McLuhan plusieurs caractéristiques de notre système nerveux central<sup>310</sup>, il faut tout d'abord expliciter comment cet échange d'informations s'effectue.

La technologie de l'Internet repose sur deux principes de base : le découpage des messages en petits paquets et un adressage hiérarchisé.<sup>311</sup> Différemment de réseaux téléphoniques qui utilisent un système appelé la « commutation de circuits » (*circuit switching*) dans lequel les lignes de communications se raccordent entre elles pour créer une ligne physique entre le demandeur et le demandé<sup>312</sup> ; à l'origine de l'Internet se trouve le système de la « commutation de paquets » (*packet switching*) utilisant des petites unités de données (paquets) qui sont acheminés, par le meilleur itinéraire possible, entre la source et la destination<sup>313</sup>. Ainsi, comme les paquets lancés sur le réseau voyagent de manière indépendante d'ordinateur en ordinateur jusqu'à leur destination finale, contrairement à la communication téléphonique qui peut être détruite facilement par une coupure de ligne, l'Internet s'appuie sur un système de communication efficace et difficile à détruire<sup>314</sup>.

La transmission de l'information paquée sur l'Internet est assurée grâce à une série des règles appelée Les Protocoles TCP/IP<sup>315</sup> (abréviation de *Transmission Control Protocol/Internet Protocol*), donc par un adressage hiérarchisé. TCP spécifie les attributs des paquets et IP permet d'écrire une adresse<sup>316</sup>. Découpant l'information qui vient d'une couche supérieure en des petites unités de données, le TCP ajoute son titre devant chaque unité et les envoie au IP qui se trouve au dessous de lui. Quant au IP, il ajoute sa propre titre devant l'information qu'il a reçu et l'envoie au réseau pour qu'elle soit transportée à sa destination où les paquets seront remise en ordre et le message sera reconstitué.<sup>317</sup> Le SMTP (*Simple Mail Transfer Protocol*) qui nous permet d'envoyer les postes électroniques et le HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*) qui permet à l'utilisateur de naviguer parmi des sujets variés sans

---

<sup>310</sup> M. McLuhan, Pour Comprendre Les Médias, Coll. « Points Essais », Seuil, 1968

<sup>311</sup> G. Lacroix, Le Mirage Internet : Enjeux Economiques et Sociaux, Editions Vigot, Paris, 1997, p. 19

<sup>312</sup> Le Dictionnaire de L'Informatique, p. 79

<sup>313</sup> idem., pp. 79-80

<sup>314</sup> K. Batır, op. cit., p. 155

<sup>315</sup> "Ensemble de règles conventionnelles ou de procédures informatiques qui permettent les échanges et la circulation des informations entre ordinateurs reliés par réseaux." Dictionnaire des Médias, F. Balle, Larousse, 1999

<sup>316</sup> G. Lacroix, op. cit., p. 18

<sup>317</sup> R. Çölkesen, Network, TCP/IP ve Unix El Kitabı, Papatya Yayıncılık, İstanbul, 2002, in A. O. Özdilek, İnternet ve Hukuk, Papatya Yayıncılık, İstanbul, 2002, pp. 16-17

tenir compte de l'ordre dans lequel ils sont rangés<sup>318</sup>, sont des exemples les plus utilisés de cette « Famille de Protocoles TCP/IP ».

Comme toute information transmise par Internet, chaque ordinateur qui participe au réseau Internet possède un numéro IP formé de douze chiffres<sup>319</sup>. Quand nous voulons visiter un site Web, dans une durée de 1/1000 seconde, l'adresse -qui ne correspond, quant à elle, qu'à une suite de chiffres formant le numéro IP du site Web-<sup>320</sup> que nous avons écrit sur un logiciel de navigation (*browser*) est reçue par l'un de treize serveurs d'origine (*root servers*) dans le monde qui synchronise le numéro IP du site Web donné et le numéro IP de notre ordinateur. Le fait que dix de ces treize serveurs d'origine se trouvent aux Etats-Unis (les autres trois sont à Amsterdam, à Stockholm et à Tokyo), tout comme l'organisation ICANN (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*) qui est responsable de la distribution des numéros du IP, des noms du domaine ('gov' pour des institutions gouvernementales, 'edu' pour l'éducation, 'com' pour designer commercial, etc.) et aussi des extensions réservées pour les pays (comme 'fr' pour la France, 'tr' pour la Turquie), fait émerger des doutes en ce qui concerne l'administration centrale de ce réseau géant de réseaux. Bien que les débats qui fleurissent autour du rôle des Etats-Unis dans l'administration de l'Internet dépassent largement le cadre de notre travail, réfléchir un peu à l'histoire de l'Internet peut être éclairant pas seulement pour comprendre l'origine de ces débats mais aussi pour voir sur quelles racines s'élèvent cette nouvelle technologie de l'information et de la communication tournante de notre ère.

Né dans les années soixante, en pleine guerre froide, par la connexion de quatre ordinateurs qui se situent dans quatre villes différentes des Etats-Unis de manière à échanger des informations entre eux, avec le support financier de l'ARPA (*Advanced Research Project*, l'agence responsable des recherches militaires) et le leadership technique de M.I.T. (*Massachusetts Institute of Technology*), l'Internet se présente comme une conséquence directe de la recherche des Etats-Unis pour construire un réseau de communication résistant face au danger d'une attaque nucléaire de L'Union des Républiques Socialistes Soviétiques (URSS). La construction du réseau

---

<sup>318</sup> Le Dictionnaire de L'Informatique, p. 176

<sup>319</sup> G. Lacroix, op. cit., p. 20

<sup>320</sup> Le Dictionnaire de L'Informatique, p. 10

ARPAnet pour des fins militaires en combinaison avec la volonté des informaticiens et des scientifiques désirant faire communiquer les ordinateurs pour en partager la puissance de calcul, est suivi dans les débuts des années soixante-dix, par des travaux des autres pays comme la France pour former leur propre réseau, et les recherches pour un protocole commun donnent naissance en 1974 à la proposition des protocoles de base IP et TCP.<sup>321</sup> En 1980, avec la construction d'un autre réseau, MILNET, pour la communication militaire, ces protocoles sont laissés à l'usage public<sup>322</sup>, même si la domination des Etats-Unis sur les réseaux persiste.

Les années soixante-dix marquent aussi la date où les mini-ordinateurs qui sont susceptibles d'être utilisés dans les universités et les entreprises moyennes apparaissent<sup>323</sup>. Mais ce qui ouvre la voie à la popularisation de l'Internet est sans doute l'invention dans les années quatre-vingt-dix du *World Wide Web* (www), une interface graphique de l'Internet facile à utiliser<sup>324</sup>, qui s'appuie sur le principe de l'hypertexte, désignant "*une forme d'information dans laquelle le texte, les images, les sons et les actions sont chaînés entre eux par un tissu complexe et non séquentiel de relations*"<sup>325</sup> qui donne à l'Internet son dynamisme et sa souplesse. Avec la mise au point du Mosaic en 1993 qui, par sa capacité de l'affichage non seulement du texte, mais aussi des images et du son, permet d'utiliser toutes les possibilités du Web, l'Internet devenait, selon la formulation de Lacroix, "*non seulement un réseau de réseaux, mais une sorte de supermédia*"<sup>326</sup>. Avec ses conséquences sociales, cette transformation nous conduit inévitablement à repenser les fonctions et les usages de l'Internet.

## 2) L'usage

Nous appuyant sur ce bref aperçu de la structure technique et de la genèse de l'Internet, nous pouvons dire tout de suite que cette nouvelle technique sert avant tout à communiquer, à accéder à l'information ou à l'échanger et -ce qui est plus

---

<sup>321</sup> G. Lacroix, op. cit., p. 18

<sup>322</sup> K. İçel, Y. Ünver, op. cit., p. 466

<sup>323</sup> G. Lacroix, op. cit., p. 18

<sup>324</sup> M. Deuze, "The Web and Its Journalisms : Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online", in *New Media&Society*, Vol. 5, No. 2, Sage Publications, London, 2003, pp. 203-230, p. 203

<sup>325</sup> Le Dictionnaire de L'Informatique, p. 176

<sup>326</sup> G. Lacroix, op. cit., p. 22

important- à en produire. D'un point de vue technique, il faut préciser que tous ce que nous venons de citer ne sont possible qu'avec les modulations de manières diverses de trois fonctions de base de l'Internet, qui sont le courrier, le transfert de fichier et la prise de contrôle à distance d'un autre ordinateur, régie chacune par un protocole distinct<sup>327</sup>. En ce sens, il ne serait pas faux d'affirmer que la transformation de l'Internet –avec les possibilités offertes par le Web- *“d'un simple extension de la communication vocale du réseau téléphonique commuté en multimédias qui permettent de produire des matériaux interactifs”*<sup>328</sup>, suscite une modulation qui ouvre la voie à la fonction vitale –et peut être la plus discutée- de l'Internet : la fonction de la publication.

Ramonet, qui -comme mentionné- compare la révolution mise en scène dans le domaine de la communication après la naissance de l'Internet avec celle de l'imprimerie, évoque deux événements clés avec lesquels, d'après lui, « l'ère de l'information globale » a commencé : la faiblesse des chaînes informatiques mondiales de la télévision qui n'affichaient pas la mort de Lady Diana qui a eu un accident à Paris en 1997 avant de la faire affirmer, face aux sites Web informatiques qui ont publié la nouvelle instantanément ; et le choc que la presse écrite, qui était en train de rechercher la relation Clinton-Lewinsky, a subi en 1998 contre l'effet produit par la publication de ce scandale dans le site Web de quelqu'un appelé Matt Drudge.<sup>329</sup>

Pour comprendre le succès des nouvelles techniques, Wolton propose trois mots : autonomie, maîtrise et vitesse<sup>330</sup>. Matt Drudge n'attendait pas, il a agi –au risque de donner des informations fausses- et le résultat était immédiat. Il a montré à quel point un citoyen ordinaire peut lutter grâce au Web, contre les medias de masse traditionnels, et a été accepté comme le symbole de la cyber-révolution tant mentionnée par les théoriciens de l'Internet<sup>331</sup>. Malgré les théoriciens comme Ellul entre autres<sup>332</sup>, pour qui la technique érigée en système n'est que la trivialisation de

---

<sup>327</sup> idem., p. 20

<sup>328</sup> B. Miège, “Les TICs : Un Champ Marqué par la Complexité et un Entrelacs d'Enjeux”, Avril 2002, <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Mige.pdf>

<sup>329</sup> I. Ramonet, op. cit., pp. 9-17

<sup>330</sup> D. Wolton, op. cit., p. 87

<sup>331</sup> Y. Eudes, “Sexe, Mensonges et Internauts”, Le Monde, 16.08.1998, in I. Ramonet, op. cit., p. 15

<sup>332</sup> Parmi les auteurs qui voient dans la technologie un ennemi potentiel, nous pouvons citer -autre que Ellul- Lewis Mumford, Herbert Read, Arnold Gehlen et Ivan Illich. N. Postman, op. cit., p. 12

la culture et l'idée selon laquelle la technique est productrice de liberté n'est que le langage berceur de la publicité<sup>333</sup>, le Web devient aussitôt le symbole de maîtrise du temps et de l'espace, et la figure de la liberté. Il est adopté par les groupes d'intérêt spécial comme les environnementalistes, les activistes politiques dont les voix, autrement, seraient étouffées par la circulation de l'information restrictive. Les premiers exemples d'un tel usage de l'Internet sont donnés dès 1994 par la construction des sites Web pour faire entendre la voix du mouvement Zapatiste qui représente les droits des populations indigènes au Mexique, par l'organisation d'une campagne de la protestation contre MAI (Accord Multilatéral sur L'Investissement) en 1997 qui a fini par la suspension de ce dernier par l'OECD (Organisation de Coopération et de Développement Economiques), et surtout en 1999 à Seattle où la désobéissance civile contre la Conférence de WTO (Organisation Mondiale du Commerce) a débordé des rues à la plate-forme virtuelle.<sup>334</sup>

Cette nouvelle aventure individuelle et collective célébrée par Castells comme un nouveau lien social universel<sup>335</sup>, ouvert à tous et pour le moment non hiérarchique et non académique, cette possibilité d'émancipation individuelle qui s'ouvre nourrissent de douces utopies, voire un nouvel « humanisme »<sup>336</sup> : plaisir d'agir spontanément sans intermédiaire, plaisir de l'accès immédiat et d'être virtuellement partout, plaisir de vivre ensemble séparément dans un monde qui est régi, d'après Negroponte, par une logique circulaire sans centre<sup>337</sup>, voire dans une « société de l'information »<sup>338</sup> qui, contrairement à la société traditionnelle s'inscrivant dans l'espace et dans le temps, tend à abolir ces deux paramètres, et où -grâce aux technologies de l'information- une grande somme de l'information accessible à tous circule sans cesse. Or, comme évoque Wolton, nous savons qu'il ne suffit pas que les hommes/femmes échangent beaucoup d'informations pour qu'ils/elles se

<sup>333</sup> J. Ellul, *Le Bluff Technologique*, Hachette, Paris, 1988, p. 9

<sup>334</sup> A. Tunç, "Yuttaşlık Hareketi Bir Klik Ötede mi ? Küresel Direnç Platformu Olarak İnternet", in *İnternet, Toplum, Kültür*, M. Binark, B. Kılıçbay (éd.), Epos Yayınları, 2005, pp. 139-152, pp. 142-152

<sup>335</sup> M. Castells, *op. cit.*

<sup>336</sup> D. Wolton, avec O. Jay, *Internet, Petit Manuel de Survie*, Flammarion, 2000, p. 179

<sup>337</sup> N. Negroponte, *Being Digital*, Knopf, New York, 1995, in G. Sartori, *op. cit.*, p. 44

<sup>338</sup> Nommée aussi « la société de savoir », la société de l'information désigne "*une société de l'immatériel où l'information, la connaissance et le savoir sont véhiculés par des bits électroniques - devenant la base économique de cette société- (et qui) donne à chaque citoyen la possibilité d'avoir accès à une créativité intellectuelle et à une productivité de haut niveau grâce au traitement numérique de l'information et à une éducation adaptée*". M. Cartier, "Les Groupes d'Intérêts et les Collectivités Locales", in MichelCartier.com [en ligne], consulté le 11.03.2007, [http://www.michelcartier.com/pdf/Cartier\\_groupes.pdf](http://www.michelcartier.com/pdf/Cartier_groupes.pdf)

comprennent mieux<sup>339</sup>, et ce qui doit être questionné avant tout, c'est le statut et la valeur de l'information qui circule.

De cet égard, au lieu de parler de l'émergence d'une « société de l'information », Bernard Miège préfère discuter l'émergence d'un nouveau « modèle de communication »<sup>340</sup> qui suit les quatre modèles existants formulés par Habermas (la presse d'opinion, la presse commerciale de masse, des medias audiovisuels de masse et des relations publique généralisées). Afin d'éviter des confusions que l'emploi de l'expression « société de l'information » tant critiquée peut susciter, nous proposons d'utiliser dans ce mémoire, ce terme avancé par Miège. Avec ses caractéristiques comme l'individualisation des pratiques informationnelles et communicationnelles, l'extension de la médiatisation, leur inscription dans des nouveaux territoires et leur sélectivité sociale<sup>341</sup>, l'adoption de ce nouveau modèle de communication comme point de départ, peut éclairer notre voie pour comprendre la nature de blogues en tant que nouveaux moyens de l'expression personnelle.

## **B) BLOGUES: DES NOUVEAUX MOYENS DE L'EXPRESSION DE SOI**

La promesse du Web, comme évoque Rebecca Blood -dont le livre *We've Got Blog: How Weblogs Are Changing Our Culture*<sup>342</sup> (*Nous avons un Blogue: Comment les Blogues Changent Notre Culture*) fut un des premiers du domaine-, était l'ouverture des portes de la publication à tout le monde pour que toutes les voix puissent s'épanouir, communiquer et connecter entre elles<sup>343</sup>, mais la vérité était un espace dans lequel seules les voix des personnes qui -comme Matt Drudge- savaient comment coder une page Web, pourraient être entendues. En ce sens, nous pouvons dire que les blogues, qui permettent de publier en ligne sans avoir à gérer la moindre partie technique d'un site Web, émergent dans le monde virtuel comme une vraie révolution. En tant que nouveau medium de l'expression de soi conforme au nouveau

---

<sup>339</sup> D. Wolton, op. cit., p. 177

<sup>340</sup> B. Miège, web. cit.

<sup>341</sup> ibid.

<sup>342</sup> R. Blood (éd.), *We've Got Blog : How Weblogs Are Changing Our Culture*, Perseus Publishing, 2002

<sup>343</sup> R. Blood, "Weblogs : A History and Perspective", in *Rebecca's Pocket* [en ligne], 07.09.2000, [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)

modèle de communication proprement individuel dont parle Miège, l'arrivée du blogue prolonge et approfondit inévitablement les débats hérités de l'Internet. Dans cette partie, après un bref aperçu sur le développement technique et historique qui nous donnera –nous espérons- des éléments importants sur les spécificités de ce nouveau moyen de l'expression, nous allons nous arrêter sur deux de ces débats vitaux : la place des blogues dans les communautés virtuelles et le rapport du blogue à l'espace public.

### 1) Définition, perspectif, portée

Né de la contraction de « *Web* » (*Word Wide Web*) et « *log* » (journal de bord, journal intime), *weblog* (utilisé pour la première fois par Jorn Barger, un des blogueurs précurseurs, en Décembre 1997<sup>344</sup>) ou tout simplement *blog* en anglais et le « *blogue* »<sup>345</sup> en français désigne un site Web sur lequel une ou plusieurs personnes s'expriment de façon libre, sur la base d'une certaine périodicité. En tant que publication en ligne présentant un flux d'actualité décomposé en unités chronologiques, les blogues peuvent être consacrés à un seul sujet (l'actualité, le sport, la musique, la technologie, la cuisine ou même la dentelle), ou ils peuvent tenir compte de ce que l'auteur s'intéresse à n'importe quel moment donné. Donc, sous le mot *blogue*, nous pouvons trouver sur l'Internet, une diversité de contenu: des oeuvres de dessinateurs, le carnet de bord de photographes, des carnets de voyage, des satires, des romans en construction et -plus souvent- des sites relatant quotidiennement des pensées en passant, des anecdotes ou des souvenirs.

De cette brève définition, il ressort qu'un *blogue* n'est qu'une page Web dans un format de journal intime. Nous pouvons demander donc, en quoi il diffère d'une page personnelle qui existe presque depuis l'émergence du Web.

---

<sup>344</sup> R. Blood, web. cit.

<sup>345</sup> Bien que le terme « *blog* » internationalement connu est utilisé aussi en français pour désigner ce type de sites Web, autre que le « *blogue* », les termes « *carnet web* », « *cybercarnet* », « *journal web* » et quelque fois « *joueb* », « *journal extime* » (emprunté à l'écrivain Michel Tournier), « *bloc-notes* » (proposition de la Commission Générale de Terminologie et de Néologie) sont aussi courants.  
<http://fr.wikipedia.org/wiki/Blog>



### a) Des pages personnelles aux blogues

La différence principale entre un blogue et une page personnelle réside dans le fait que pour avoir un blogue ou pour publier dans un blogue (pour « bloguer » -dans le langage courant-), il n'est pas nécessaire de maîtriser la syntaxe HTML, donc de gérer la partie technique d'un site Web. Par une simplification radicale des outils complexe<sup>346</sup>, les nouveaux systèmes de gestion de contenu -avec lesquels créer et maintenir un blogue ne sont pas plus difficiles qu'envoyer un courrier électronique<sup>347</sup>- permettent à beaucoup de personnes à différents niveaux de compétences informatiques, la possibilité de publier dans un site Web –au détriment de la qualité esthétique- sur une base quotidienne<sup>348</sup>.

Deuxièmement, les blogues diffèrent des pages personnelles qui peuvent rester figées des années, par leur dynamisme issu de la technologie appelée RSS<sup>349</sup> et du mécanisme des *trackbacks* (suivi des traces ou rétrolien). Le fil RSS, qualifié par Tim O'Reilly, l'initiateur du terme Web 2.0, comme l'avancée la plus significative dans l'architecture du Web, est défini, si l'on se réfère encore une fois à O'Reilly, comme un système qui *“permet à quelqu'un de ne pas seulement créer un lien vers une page, mais de s'y abonner, et d'être averti à chaque fois que le contenu de la page change”*<sup>350</sup>. En ce sens, nous pouvons dire que la technologie RSS, en combinaison avec le mécanisme des *trackbacks*, qui –quant à lui- permet à blogueur (celui qui tient un blogue ou l'auteur d'un blogue, *blogger* en anglais) de voir qui est

<sup>346</sup> En ce sens, pour désigner la simplicité du blogue, *“Ce n'est rien mais un formulaire sur une page Web collé à une base de données avec des réglages personnalisés”* dit Tom Coates. T. Coates, web. cit.

<sup>347</sup> A cet égard, Rebecca Blood cite l'exemple de *Blogger*, un des premiers systèmes de gestion de contenu : *“L'Interface Web de Blogger, à laquelle il est possible d'accéder avec n'importe quel navigateur, se compose d'une boîte vide dans laquelle le blogueur pouvez taper n'importe quoi : une pensée en passant, une longue dissertation ou un souvenir d'enfance. En un clic, Blogger poste (...) et présente à l'auteur une autre boîte vide, qui ne demande qu'à être remplie.”* R. Blood, web. cit.

<sup>348</sup> L. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C. Ratliff, J. Reyman, “Introduction : Weblogs, Rhetoric, Community and Culture”, in *Into The Blogosphere : Rhetoric, Community and Culture of Weblogs* [en ligne], [consulté le 12.04.2007], <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/introduction.html>

<sup>349</sup> Né en 1997 de la rencontre de la « Really Simple Syndication » (La Syndication vraiment simple) de Dave Winer, utilisée pour signaler les mises à jour de blogs, et de la « Rich Site Summary » (Sommaire de Site Riche) de Netscape qui permettait à ses utilisateurs de créer des pages personnelles avec des flux de données régulièrement mis à jour, le fil RSS signifie un système de gestion de contenu qui permet à plusieurs individus de travailler sur un même document. T. O'Reilly, *“Qu'est Ce Que le Web 2.0 : Modèles de Conception et d'Affaires Pour la Prochaine Génération de Logiciels”*, traduit par J.-B. Boisseau, 30.09. 2005, <http://www.internetactu.net/2006/04/21/quest-ce-que-le-web-20-modeles-de-conception-et-daffaires-pour-la-prochaine-generation-de-logiciels/>

<sup>350</sup> T. O'Reilly, web. cit.

relié sa page et de répondre soit par un lien réciproque, soit par des commentaires<sup>351</sup>, donne au Web à travers les blogues, une interactivité jusqu'à là jamais attendue.

Bien qu'il y ait maintenant plus de soixante-dix millions des blogues actifs dans le monde<sup>352</sup> -la quasi-totalité d'entre eux alimentés par de simples systèmes de gestion de contenu comme *Blogger*, *LiveJournal*, *Movable Type*, *Bloxsom*-<sup>353</sup>, les premiers blogues n'apparaissent guère avant la fin des années 1990. Rebecca Blood affirme qu'en 1998, il y avait seulement une poignée de sites qui correspondaient à ce qui est maintenant identifiés comme le blogue. Les premiers blogues étaient présentés sous la forme d'un carnet de bord commenté citant les pages Web que l'auteur avait jugées intéressantes<sup>354</sup>. En 1998, Jesse James Garrett, rédacteur en chef d'*Infosift* et un des blogueurs précurseurs qui maintient un tel site Web, a commencé à compiler une liste des autres sites qui ressemblent au sien et qu'il a repéré par hasard en surfant sur l'Internet. En Novembre de la même année, il a envoyé cette liste à Cameron Barret, un autre blogueur précurseur, qui l'a publié sur son site Web, *Camworld*. D'autres qui maintiennent des sites similaires ont commencé à lui envoyer leurs URL pour faire partie de la liste, et au fur et à mesure, de la page de Jesse James Garrett qui contient 23 blogues au début de l'année 1999, une communauté est née.<sup>355</sup>

L'Année 1999 marque aussi le lancement des premiers outils de gestion de contenu comme *Blogger*, faciles à utiliser et sans frais<sup>356</sup>. Comme évoque Coates, après cette date, la mise à jour d'un site Web sur une base quotidienne n'était plus une activité que seule quelqu'un avec une formation professionnelle ou un amateur passionné pouvaient accomplir<sup>357</sup>. Donnant les premiers signaux d'un débrouillement entre les frontières de ce qui est professionnel et ce qui est amateur, le monde de publication en ligne était ouvert à peu près à tout le monde, gratuitement et pratiquement sans effort. En Février 2003, grâce à Google qui a racheté *Blogger* et a mis sur son menu le choix "*Blog This!*" qui permet à l'utilisateur d'afficher l'adresse

---

<sup>351</sup> *ibid.*

<sup>352</sup> 05.04.2007 (David Sifry, "The State of the Live Web", April 2007)  
<http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html>

<sup>353</sup> T. Coates, web. cit.

<sup>354</sup> <http://fr.wikipedia.org/wiki/Blog>

<sup>355</sup> R. Blood, web. cit.

<sup>356</sup> L. Gurak et *al.*, web. cit.

<sup>357</sup> T. Coates, web. cit.

de la page qui est en train de visiter directement sur son blogue, plusieurs personnes - qui connaissent la langue anglais- ont découvert les blogues<sup>358</sup>.

Ce phénomène a aussi donné son nom au premier article publié par un académicien sur les blogues. Dans son article *“Blog This!”*, Henry Jenkins, directeur des recherches en médias au MIT, en disant que *“Nous surfons sur le Web; ces personnes font du snowboard sur lui. Les blogueurs marquent la révolution numérique.”*<sup>359</sup>, a mis l’accent sur la puissance des blogues et son approche a été approfondi dans les conférences comme *Computers and Writing* 2003 et 2004, la Conférence organisée par l’Association des Chercheurs de l’Internet en 2003 et la *BloggerCon* de la Faculté de droit de Harvard (*Harvard Law School*) présentée comme une conférence consacrée à *“l’art et la science de blogues”*, lors de lesquelles les chercheurs ont reconnu que les blogues ne sont pas que des simples outils de communication en ligne et qu’ils offrent à l’Internet, en tant qu’espace rhétorique, des nouvelles possibilités<sup>360</sup>.

En tant qu’intermédiaire entre la page personnelle dans laquelle l’auteur parle et personne ne répond et le forum de discussion ou les groupes électroniques dans lesquelles tout le monde peut parler à égalité, le blogue dont la montée représente un des traits les plus remarquable de l’ère Web 2.0<sup>361</sup>, nous conduit inévitablement à réfléchir sur ce nouveau phénomène.

## **b) Un concept clé: Web 2.0**

*“En termes d’auto-représentation, si une page personnelle est une statue en marbre, soigneusement étiquetées, le blogue désigne un avatar dans le cyberspace que nous portons comme une peau. Il se déplace avec nous, à travers lui, nous nous exprimons. Le blogue est la page personnelle que l’on porte comme un habit”*<sup>362</sup> conclut Tom Coates en accentuant le caractère dynamique, interactif et fortement

<sup>358</sup> <http://tr.wikipedia.org/wiki/Blog>

<sup>359</sup> Cité par T. Mortensen, J. Walker, “Blogging Thoughts : Personal Publication as An Online Research Tool”, in *Researching ICTs in Context*, A. Morrison (éd.), Intermedia Report, Oslo, 2002, pp. 249-279, p. 263

(Disponible en ligne : [http://imweb.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching\\_ICTs\\_in\\_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf](http://imweb.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching_ICTs_in_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf))

<sup>360</sup> L. Gurak et al., web. cit.

<sup>361</sup> T. O’Reilly, web. cit.

<sup>362</sup> T. Coates, web. cit.

personnel des blogues que nous venons de citer. Cette nouvelle conception du Web suscite plusieurs comme Rich Skrenta, l'entrepreneur à *Silicon Valley* (Vallée du Sillicium), parler du « web incrémental »<sup>363</sup>, d'autres disent « *live web* » (le Web en temps réel), mais ce qui explique mieux le caractère des sites Web dynamiques qui ont remplacé les pages Web statiques est sans doute le concept clé du « Web 2.0 ».

Le concept de Web 2.0 qui est apparu lors d'une conférence « *brainstorming* » organisée par *O'Reilly Media*<sup>364</sup> et *Medialive International* et dont la définition précise et les fonctions se trouvent au centre de nombreux débats, est défini par Tim O'Reilly, président d'*O'Reilly Media* et l'initiateur du terme Web 2.0, comme « *un ensemble de principes et de pratiques qui, à la manière d'un système planétaire, verrait des sites utilisant tout ou partie de ses préceptes graviter à des distances variables du centre en question* »<sup>365</sup>. Après avoir précisé que le Web 2.0, comme de nombreux concepts majeurs, n'a pas de frontière claire mais plutôt un centre de gravité, O'Reilly explique les deux facteurs clé de ce nouveau phénomène Web : la mise au point d'un service simple d'accès et une question algorithmique des données pour toucher l'intégralité du Web, jusque dans sa périphérie, et l'implication des utilisateurs dans le réseau.<sup>366</sup> S'appuyant sur ce dernier facteur, Stephen Fry, auteur, producteur et réalisateur britannique, tente de faire une plus simple définition du concept: « *Le Web 2.0 est une idée dans les têtes des personnes plutôt qu'une réalité. C'est en vérité une idée dans laquelle la réciprocité entre l'utilisateur et le fournisseur est ce qui est souligné. En d'autres termes, une vraie interactivité si vous voulez, tout simplement parce que les gens peuvent upload aussi bien que download.* »<sup>367</sup>

A la lumière de ces précieuses définitions qui montrent que le Web 2.0 est une révolution plutôt sociale que technique, nous pouvons voir le Web 2.0 comme une nouvelle manière de concevoir le Web qui, contrairement au Web 1.0 (la conception originale du Web) comprenant des pages Web statiques dont les contenus sont produits pour l'utilisateur, est centrée sur l'utilisateur en lui fournissant les

---

<sup>363</sup> Cité par T. O'Reilly, web. cit.

<sup>364</sup> Un maison d'édition américain spécialisé dans les livres sur l'informatique

<sup>365</sup> T. O'Reilly, web. cit.

<sup>366</sup> *ibid.*

<sup>367</sup> «Stephen Fry : Web 2.0», Video Interview, [consulté le 15.10.2007], <http://www.videojug.com/interview/stephen-fry-web-20>

applications du Web sur le principe de l'interaction entre les usagers. De cet égard, les blogues dont les contenus sont produits -simplement et gratuitement- par les gens qui ont les créés et qui diffèrent en ce sens des sites Web personnels, s'inscrivent dans cette logique du Web 2.0 qui glorifie l'homme/la femme ordinaire.

## **2) La construction d'une nouvelle communauté et les rapports à l'espace public**

*“Peu de temps après que j'ai commencé à écrire (mon blogue) 'Rebecca's Pocket', j'ai remarqué deux choses que je n'avais pas prévu. Tout d'abord, j'ai découvert mes propres intérêts. (...) Plus important, j'ai commencé à valoriser plus mon propre point de vue. Chaque jour, en composant le texte que j'allais publier, j'ai soigneusement examiné mes idées et j'ai commencé à penser que mon point de vue est unique et important.”*<sup>368</sup>

*“Si votre blogue a une structure calculant les entrées, en regardant les statistiques, vous pouvez vous réjouir au milieu de la nuit de voir qu'il y a des gens qui vous lisent chez Microsoft. Après vous souvenez que vous avez deux amis là bas et pouvez demander : 'Si ces deux IP appartiennent à 'ssg' et à 'airbug', qui est ce troisième ?'. En tout cas, en voyant qu'il y a des personnes qui vous lisent, que vos pensées parviennent à quelques gens, vous vous mettez au lit tranquillement.”*<sup>369</sup>

Ces deux citations qui expliquent la motivation de deux blogueurs pour maintenir un blogue, montre à quel point les blogues en donnant un moyen aux gens ordinaires de s'exprimer, de dire que “*nous sommes ici !*”, de se sentir précieux et important, rejoignent le profond mouvement d'individualisation de la société dont parle Wolton<sup>370</sup>. Le lancement du *Blog de Max*, le premier « *blook* » (*blog-book*, appelé « *bloquin* » en français) de l'histoire, vient de confirmer cette précision : “*Comme des millions de personnes, Max travaille derrière un bureau, brasse des*

<sup>368</sup> R. Blood, web. cit.

<sup>369</sup> Un billet d'*Eksisözlük* (Sourtimes) écrit le 30.11.2004 par un blogueur dont le pseudonyme est « *cyrus* ». Créé en 1999 comme un site Web interactif de divertissement sous la forme d'une dictionnaire ouverte en turc, chaque membre d'*Eksisözlük* peut proposer des mots ou des concepts en les définissant, ou donne des définitions pour des mots ou des concepts proposés par des autres membres. (<http://sozluk.sourtimes.org>)

<sup>370</sup> D. Wolton, *Internet et Après ? : Une Théorie Critique des Nouveaux Médias*, Flammarion, 2000, p. 87

*papiers à la pelle et s'ennuie. En Septembre 2004, il ouvre un blog où chaque jour, brossant un tableau féroce de la vie d'entreprise, il décrit 'les modalités de sa démission mentale'. Trois millions de visites en quelques mois, un succès phénoménal... ”<sup>371</sup>. Conformément à la logique du Web 2.0 qui enlève la friction entre l'utilisateur et le producteur du contenu en transformant ce premier en deuxième, les blogues représentent une nouvelle chance pour tous -quelque soit son itinéraire professionnel et ses diplômes- qui ont raté la première<sup>372</sup>. La promesse des blogues est un monde où chacun est unique.*

L'Accent mis sur l'individualité nous montre qu'un blogue n'est pas seulement un texte à lire. Chaque billet signifie une conversation potentielle et chaque entrée renvoie à un appel en attente d'une réponse. Grâce au fil RSS et le mécanisme des *trackbacks*, la communauté des blogueurs se réfère souvent à elle-même<sup>373</sup>, les blogues renvoient vers d'autres, ce qui -autre que de renforcer leur visibilité-, donne lieu aux véritables conversations entre trois ou cinq blogues<sup>374</sup>.

Cette idée d'un monde ouvert accessible à tous dans lequel qui se ressemble s'assemble, nous conduit même inconsciemment à mesurer l'efficacité de blogues comme un espace public. Mais avant de commencer à parcourir cette voie, il nous faut mieux comprendre la nature de cette nouvelle communauté construite par le fusionnement des blogues.

#### **a) La blogosphère: une nouvelle communauté virtuelle**

*“Cela peut sembler n'être aujourd'hui qu'un élément anodin, mais c'était en réalité ce qui a fait que les weblogs, jusqu'alors un simple moyen de publier facilement du contenu, sont devenus cette extraordinaire fatras de communautés entremêlées. Pour la première fois, il est devenu assez simple de pointer vers un article très spécifique et d'en débattre. Des discussions se sont créées. Des sessions de 'chat' se sont déroulées. Et, naturellement, des amitiés se sont nouées et renforcées. Le permalien (le lien permanent) fut la première – et la plus réussie – des*

<sup>371</sup> <http://www.amazon.fr/blog-Max/dp/2221104498>

<sup>372</sup> D. Wolton, op. cit., p. 88

<sup>373</sup> T. O'Reilly, web. cit.

<sup>374</sup> R. Blood, web. cit.

*tentatives de bâtir des ponts entre les blogs.*”<sup>375</sup> évoque Tom Coates pour signifier l’importance des tentatives de communication entre les blogues.

Ces ponts construits entre les blogues dont parle Coates avec l'aide du fil RSS, le mécanisme de *trackbacks* et aussi des applications offertes par les sites Web comme *MyBlogLog*<sup>376</sup> qui favorisent les échanges entre les blogueurs en faisant correspondre automatiquement leurs profils d'intérêt, donnent naissance à un sous réseau du Web que l'on appelle la « blogosphère ». La blogosphère qui désigne donc l'ensemble des blogues peut être vue comme une nouvelle voie de communication<sup>377</sup> qui fait une contribution significative à la promotion de communautés en ligne, dite les « communautés virtuelles » au sens où celles-ci sont définies par Howard Rheingold, l'initiateur du terme, comme “*des agrégations sociales qui émergent du Net lorsque les gens mènent les débats publics assez longtemps, avec suffisamment de sentiment humain, pour former des bandes de relations personnelles dans le cyberspace*”<sup>378</sup>. Sur ce point-ci, il ne serait pas faux d'affirmer que cette nouvelle communauté virtuelle qu'est la blogosphère se trouve aussi au centre des critiques adressées aux communautés en ligne en générale.

A partir des années 90, les nouvelles techniques de l'information et de la communication, en introduisant l'interactivité qui est -contrairement à ce que suggère la théorie de *feedback* (la rétroaction) concernant les medias de masse- individuelle et instantanée, donnent naissance à une multitude de groupes d'intérêts de toutes sortes. Le grand public, qui a été défini auparavant comme une majorité silencieuse formée de millions de personnes anonymes et passives, se fragmente donc en collectivités formées de membres participant aux diverses activités grâce aux nouveaux outils électroniques et surtout grâce à l'Internet qui est rapidement devenu le paradis des communautés virtuelles.<sup>379</sup>

*“Par rapport aux communautés territoriales, celles qui sont virtuelles sont des communautés de choix, ce qui les rend plus homogènes, mais aussi plus*

---

<sup>375</sup> Cité par T. O'Reilly, web. cit.

<sup>376</sup> <http://www.mybloglog.com>

<sup>377</sup> T. O'Reilly, web. cit.

<sup>378</sup> H. Rheingold, *The Virtual Community*, 1993, [en ligne], <http://www.rheingold.com/vc/book>

<sup>379</sup> M. Cartier, web. cit.

*cloisonnées*”<sup>380</sup> dit Jean-Marie Guechenno. De la même manière Sartori fait une analogie entre ce monde virtuel dans lequel -contrairement à la socialisation au sens traditionnel qui détermine l’intégration de l’individu dans une société qu’il ne choisit pas- la socialisation dépend de la volonté et le monde envisagé dans la nouvelle *The Machine Stops*<sup>381</sup> de E. M. Forster. Déjà en 1909, à peu près soixante-dix ans avant la découverte de l’Internet, Forster relate un monde où l’ensemble de la population est relié par un réseau électronique omnipotent (la machine globale) et chaque individu vit dans l’isolement en partageant sans cesse des idées et des connaissances via une sorte de messagerie instantanée qui ressemble à un système de vidéo conférence appelée « *the speaking apparatus* » (l’appareil de parole).<sup>382</sup> S’appuyant sur cette anticipation de Forster, Sartori conclut que l’Internet ne nous ouvre pas les portes du village global ou du village planétaire de McLuhan qui désigne une seule et même communauté où l’on vivrait dans un même temps, au même rythme et donc dans un même espace, mais nous amène au seuil de « l’état-tribu »<sup>383</sup> dont parlent Nimmo et Combs pour désigner un monde dans lequel une multitude de communautés vivent à côté des autres en s’ignorant<sup>384</sup>.

De cette perspective, nous pouvons dire que la blogosphère, en tant que système émergant dans lequel « qui se ressemble s’assemble » et chaque blogueur veut remplir la blogosphère en attirant l’attention des autres blogueurs, ne peut pas s’échapper de ces critiques concernant l’isolation et l’anti-humanisme des communautés virtuelles. Mais de l’autre côté, la nature de cette nouvelle communauté en ligne susceptible de faire entendre les voix qui seraient autrement étouffées par la circulation de l’information restrictives, nous pousse à repenser l’importance de la blogosphère sur le modèle de l’espace public de XVIIIe siècle, proposé par Habermas dans les années soixante.

---

<sup>380</sup> J.-M. Guechenno, *L’Avenir de la Liberté*, Flammarion, Paris, 1990, in M. Cartier, web. cit.

<sup>381</sup> E. M. Forster, *The Machine Stops*, 1909 (Disponible en ligne : <http://emforster.de/hypertext/template.php3?t=tms>)

<sup>382</sup> G. Sartori, op. cit., p. 106

<sup>383</sup> D. D. Nimmo, J. E. Combs, *Mediated Political Realities*, Longman, New York, 1983

<sup>384</sup> G. Sartori, op. cit., p. 96



## b) La blogosphère comme un espace public?

Les attaques terroristes du 9/11 en 2001 aux Etats-Unis sont signalées par plusieurs auteurs comme un phénomène qui déclenche une compréhension publique de la puissance des blogues. Gillmor relate en ce sens, comment New York City blogueurs qui ont directement vécu les attaques s'exprimaient aussitôt avec des photos en fournissant plus d'informations par rapport aux grands médias et comment les autres gens en court-circuitant ces grands médias ont compris le contexte<sup>385</sup>. Mortensen et Walker, en montrant que dans le jour des attaques, il y avait 22% plus des postes chez les utilisateurs de *Blogger* que dans une journée moyenne<sup>386</sup> soulignent le besoin d'un medium de communication comme les blogues qui ne dépend pas des autorités publiques<sup>387</sup>.

“(…) *Au lieu de lire les mensonges dans les journaux ou de regarder les bulletins d'informations qui ne parlent que des bêtises, je préfère lire des blogues*”<sup>388</sup> dit un des écrivains d'*Ekşisözlük*. Le succès du célèbre blogue *Where is Raed?*<sup>389</sup> (Où est Raed?) de Salam Pax, qui décrit la vie à Bagdad après les attaques du 9/11 en critiquant ouvertement le régime de Saddam, constitue un bon exemple<sup>390</sup> de cette popularisation globale des blogues qui –parallèlement à l'âme de la “Déclaration d'Indépendance du Cyberspace” - deviennent aux yeux des blogueurs et leurs internautes lecteurs le seul moyen de la résistance aux modes hiérarchiques de diffusion de l'information et de la démocratisation de l'expression politique. Grâce à l'Internet et en particulier aux blogues, le « public » devient désormais partie prenante de la conversation, mais s'agit-il vraiment d'un espace public ?

Bien qu'elle soit aussi critiquée -en particulier par les post-structuralistes et les féministes comme Lyotard et Fraser qui n'y voient pas d'égalité d'accès dès le départ-, la notion de l'espace public se trouve au cœur de toute conception de la

<sup>385</sup> D. Gillmor, *We, The Media : Grassroots Journalism by the People, for the People*, O'Reilly, 2004, p. 20 (Disponible en ligne : <http://oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>)

<sup>386</sup> T. Mortensen, J. Walker, op. cit., p. 259

<sup>387</sup> idem., p. 258

<sup>388</sup> Un billet d'*Ekşisözlük* (Sourtimes) sous le titre « blog », écrit le 02.04.2006 avec le pseudonyme « beach arab ». <http://sozluk.sourtimes.org>

<sup>389</sup> [http://dear\\_raed.blogspot.com](http://dear_raed.blogspot.com)

<sup>390</sup> L. Gurak et al., web. cit.

démocratie et désigne encore un idéal<sup>391</sup>. Proposé dans les années soixante par Habermas qui s'est inspiré des salons et des cafés de XVIIIe siècle, l'espace public s'identifie avec trois caractéristiques essentielles: une participation ouverte à tous (le principe de l'inclusivité), l'acceptation de tous les participants comme égaux (indépendamment du statut social), et la problématisation rationnelle de domaines qui jusqu'à lors n'avaient pas été remis en question.<sup>392</sup>

Si nous tentons de mesurer l'efficacité de la blogosphère en tant qu'espace public en commençant par le premier principe, celui de l'inclusivité, la première chose qui nous frappe est le fait que cette nouvelle communauté n'est ouverte pratiquement qu'à des gens qui ont accès à l'Internet. De l'autre côté, si l'on tient compte que la plupart des blogues sont écrits en japonais (37%) et en anglais (36%)<sup>393</sup>, nous pouvons dire que le problème de la langue constitue une barrière efficace contre l'accès universel même pour ceux qui ont accès à l'Internet et qui donc peuvent se situer du côté prospère de *knowledge gap*<sup>394</sup>.

*"Il n'est pas impossible de lancer un bon nouveau blogue qui sera largement lu et suivi, mais il est plus difficile qu'il ne l'était l'an dernier, et il sera plus difficile encore l'année prochaine"*<sup>395</sup> affirme Clay Shirky pour accentuer la difficulté de se faire remarquer dans la blogosphère qui s'élargit sans cesse et sans mesure. S'appuyant sur cette remarque de Shirky, Baoill affirme que le système blogosphère fournit aussi une mauvaise mise en oeuvre du deuxième critère selon lequel l'espace public devrait impliquer un mépris de rang. Bien que tout le monde puisse publier en ligne, dans cette abondance de blogues qui veulent tous remplir la blogosphère et peuvent le faire qu'en attirant l'attention des autres blogueurs, il est encore difficile de se faire remarquer, même si le contenu est très bon. En ce sens, en prenant le

<sup>391</sup> M. Poster, "CyberDemocracy : Internet and the Public Sphere", 1995,

[http://www.uoc.edu/in3/hermeneia/sala\\_de\\_lectura/mark\\_poster\\_cyberdemocracy.htm](http://www.uoc.edu/in3/hermeneia/sala_de_lectura/mark_poster_cyberdemocracy.htm)

<sup>392</sup> J. Habermas, "Institutions of the Public Sphere", in C. Newbold (éd.), *Approaches to Media : A Reader*, Arnold, London, pp. 235-244, p. 238, in A. Ó Baoil, "Weblogs and The Public Sphere", in *Into The Blogosphere : Rhetoric, Community and Culture of Weblogs* [en ligne], [consulté le 12.04.2007], [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblogs\\_and\\_the\\_public\\_sphere.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblogs_and_the_public_sphere.html)

<sup>393</sup> 05.04.2007 (David Sifry, "The State of the Live Web", April 2007)

<http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html>

<sup>394</sup> En ce sens, évoquant que l'Internet accentue les inégalités Nord-Sud, Wolton dit : "*Cependant que le Sud découvre les nouvelles technologies, le Nord continue d'évaluer et se sert de toute l'ingénierie des industries de l'information et de la langue pour, consciemment ou non, maintenir l'écart*". D.

Wolton, avec Olivier Jay, *Internet, Petit Manuel de Survie*, Flammarion, 2000, pp. 162-163

<sup>395</sup> C. Shirky, "Power Laws, Weblogs and Inequality", in Clay Shirky's *Writings About The Internet*, 02.10.2003, [http://www.shirky.com/writings/powerlaw\\_weblog.html](http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html)

terme de la « démocratie Athénienne » auquel les cyberdémocrates se réfèrent souvent pour célébrer la participation directe (sans intermédiaire) assurée par l'Internet, Castells affirme sa crainte d'un vrai retour à cette forme de gouvernement<sup>396</sup> à laquelle la participation était limitée aux libres (non esclaves) adultes masculins dont les deux parents étaient nés à Athènes<sup>397</sup>. Selon lui, en suscitant la construction des tribus qui rejouent les rituels de l'agora antique, l'Internet risque d'abandonner la participation politique dans les mains d'une minorité.

Dernièrement, Mark Poster, en évoquant l'impossibilité de la mise en scène d'un débat rationnel entre les personnes qui n'affichent pas leurs identités mais qui se cachent derrière des pseudonymes ou des avatars changeants, conclut que l'Internet n'offre pas un espace public au sens Habermasien<sup>398</sup>. Même s'il y a plusieurs bloguers qui utilisent leurs vraies identités et qui donc surmontent cette critique de Poster, le fait que les listes de *Technorati*<sup>399</sup> concernant les recherches populaires sur des blogues sont remplies par des noms comme Jennifer Garner, Paris Hilton, Jennifer Aniston ou par des articles généraux comme « *men* » (les hommes) ou « *cheat-codes* » (codes de tricherie)<sup>400</sup>, ne nous montre pas seulement que tous les sujets ne sont pas également soumis à débat rationnel, mais aussi fait émerger des doutes en ce qui concerne la qualité des sujets abordés dans la blogosphère.

Nous appuyant sur cette brève comparaison, nous pouvons conclure que la blogosphère ne correspond pas à un modèle idéalisé de l'espace public. En effet, l'écart entre les blogues et la conception d'une vraie démocratie ne se limite pas à cette incompatibilité des blogues acceptés comme un moyen de la démocratisation de l'expression politique et de l'espace public tant important dans la conception de la démocratie. A titre d'exemple ;

---

<sup>396</sup> M. Castells, *The Power of Identity, Volume 2, The Information Age : Economy, Society and Culture*, Blackwell, Oxford, 1997, p. 351, in M. Underwood, "Kamusal Alan Olarak İnternet", *İnternet : Üçüncü Devrim ?*, Cogito n°30, Kış 2002, pp. 120-142, p. 137

<sup>397</sup> M. Klang, *Disruptive Technology : Effects of Technology Regulation on Democracy*, thèse de Doctorat, l'Université de Göteborg, Octobre 2006, p. 11  
[http://www.ituniv.se/~klangm/web/thesis/klang\\_thesis2.pdf](http://www.ituniv.se/~klangm/web/thesis/klang_thesis2.pdf)

<sup>398</sup> M. Poster, web. cit.

<sup>399</sup> Un moteur de recherche spécialisé dans le domaine des blogues (<http://www.technorati.com>)

<sup>400</sup> 22.08.2008, <http://technorati.com/pop>

- nous pouvons critiquer les blogues en soutenant l'idée que les blogues sont encore largement inconnus et que leur popularité est gonflée par les médias et par les blogueurs eux-mêmes<sup>401</sup>,

- nous pouvons dire que ce nouveau système qu'est la blogosphère renforce l'inertie (nous n'avons plus besoin d'agir parce que nous nous affirmons en ligne)<sup>402</sup> provoqué par les images et que les idées marginales lancées dans le système risquent d'y être absorbées<sup>403</sup>,

- nous pouvons affirmer que les blogues constituent de plus en plus un champ de bataille sur lequel des grandes sociétés mènent leur guerre de propagande<sup>404</sup>,

- nous pouvons alléguer l'hypothèse que comme les radios libres des années quatre-vingt-dix qui ont donné naissance à une véritable industrie<sup>405</sup>, l'idéal de liberté et de solidarité de blogues se heurteront aux comportements terriblement efficaces des grands entreprises comme Google ou Yahoo qui rachètent sans cesse des plates-formes indépendantes et que le cyberspace répétera l'histoire des médias électroniques à se poser de prime abord en défenseur de la démocratie pour finalement évoluer vers une monoculture commerciale<sup>406</sup>.

Malgré la sévérité de toutes ces critiques qui relativisent le nouvel « humanisme » associé aux blogues et en dépit de l'égoïsme latent de ce nouveau moyen de l'expression de soi dans lequel le public et le privé se chevauchent souvent, il faut admettre que grâce aux blogues, pour la première fois, l'on a un média qui est par essence ouvert à tout un chacun. Contrairement aux critiques d'Ellul concernant la société technicienne qu'il définit comme une nouvelle aristocratie possédant des habiletés techniques qui s'appliquent partout et permettent d'exercer la totalité des pouvoirs<sup>407</sup>, en permettant à l'homme/la femme ordinaire de s'affranchir des contraintes techniques, la naissance du Web et en particulier

---

<sup>401</sup> L. Gurak et *al.*, web. cit.

<sup>402</sup> H. L. Dreyfus, "Bilgi Otobanında Nihilizm : Günümüz Çağında Anonimlik Karşısında Bağımlılık", *İnternet : Üçüncü Devrim ?*, Cogito n°30, Kış 2002, pp. 100-118

<sup>403</sup> A. Ergur, "Web 2.0'ın Yeni Olanakları ve Yeni Toplumsalılıklar", in *Web 2.0 : Web'de Evrim mi, Devrim mi ?*, Tekil'03 (Conférence Nationale), l'Université Galatasaray, 18 Avril 2007

<sup>404</sup> A. Keen, *The Cult Of Amateur : How Today's Internet is Killing Our Culture*, Doubleday, 2007, p. 14

<sup>405</sup> D. Wolton, *op. cit.*, pp. 36-37

<sup>406</sup> V. Mosco, "Les Nouvelles Technologies de Communication : Une Approche Politico-économique", in *Réseaux : Communication, Technologie, Société, Questionner la Société de l'Information*, dossier coordonné par B. Miège, Vol. 18, n°101, Hermès, Paris, p. 109

<sup>407</sup> J. Ellul, *Le Bluff Technologique*, Hachette, Paris, 1988, p. 43

l'arrivée des blogues se posent comme une innovation disruptive<sup>408</sup> dans le monde des médias. En ce sens, conformément à ce que désigne Dan Gillmor par l'expression « nous, les médias »<sup>409</sup>, les blogues et l'univers du Web 2.0 dont ils font partie, imposent *“un monde dans lequel ceux qui n'étaient jusque là qu'auditeurs reprennent à quelques personnes réunies dans une arrière-salle le pouvoir de choisir ce qui est important ou non”*<sup>410</sup>.

A la lumière de ce que nous venons de souligner, nous pouvons conclure que l'Internet, et en particulier les blogues, ne sont ni une plate-forme sans frontières des libertés qui change tout, ni de simples moyens, qui en reproduisant le pouvoir, approfondissent et prolongent des anciennes possibilités. L'Enjeu de ces nouvelles techniques réside justement dans leur nature qui se situe entre l'idéal de la démocratie qu'elles promettent et la logique économique qui tend d'absorber ce premier. En ce sens, étudier les vidéoblogues, considérés pas seulement comme des nouveaux mediums de l'expression personnelle qui suivent les blogues mais aussi comme des nouveaux moyens de l'expression artistique qui tentent d'élargir les limites de l'accès aux moyens de production de l'image mouvante, peut nous aider à mieux comprendre cette double nature, voire ce dilemme, des nouvelles technologies.

---

<sup>408</sup> M. Klang, op. cit., pp. 7-8

<sup>409</sup> D. Gillmor, op. cit.

<sup>410</sup> T. O'Reilly, web. cit.

### III) VIDEOBLOGUES : QUELLE PLACE DANS LA CIVILISATION DE L'IMAGE ?

Dans notre premier chapitre qui était, conformément au premier cadre proposé par O'Connor -l'histoire de l'image animée en tant qu'industrie et art- annoncé dans la méthodologie, consacré à l'histoire générale des images visuelles ; nous avons vu comment la photographie et le cinéma amateur qui la suit, marquent un pas de plus vers la démocratisation de l'image en transformant l'individu en producteur de son image et en signifiant donc la fin de la distinction entre le fabricant et le public. De la combinaison de ce développement des techniques de reproduction de l'image et de l'essor du Web 2.0 qui, comme nous avons vu dans le deuxième chapitre, diminue significativement la quantité des habiletés techniques nécessaires pour pouvoir s'exprimer dans le monde virtuel, toujours sur la même voie de transformer le public en fabricant, est né la dernière chaîne -pour le moment- de la pratique du film amateur : les « vidéoblogues ».

*“Les cinéastes amateurs produisent des énonciations dans lesquelles ils représentent eux-mêmes les énoncés”*<sup>411</sup> dit Sieriek. Fraîchement débarqué dans le cyberspace, les vidéoblogues ; dans lesquels l'individu ne se contente pas seulement de quitter sa place parmi les spectateurs de l'image et de changer de front en tenant la caméra, mais détache aussi de sa position derrière la caméra en devenant lui-même l'image, signifient -conformément à ce que suggère Sieriek- que l'individu ne veut plus être le sujet dont parle un film mais le sujet qui parle dans un film. De quoi parle l'individu par l'intermédiaire des vidéoblogues et comment parle-t-il/elle ?

---

<sup>411</sup> K. Sieriek, op. cit., p. 71

Pour pouvoir répondre à ces questions, partant de l'idée que tout film, même celui qui raconte les histoires les plus improbables, met en quelque sorte en scène la société qui l'entoure<sup>412</sup>, et en accord avec le deuxième cadre proposé par O'Connor - l'image animée comme document pour l'histoire social, culturelle et pour l'histoire de la vie personnelle - nous étudierons dans ce chapitre les vidéoblogues qui, conformément au nouveau modèle de communication individuel dont parle Miège, se présentent comme un des nouveaux espaces d'expression de soi et d'autoprésentation propre à la société d'aujourd'hui.

### **A) VIDEOBLOGUES : DES BLOGUES VERS DES NOUVEAUX PERSPECTIFS**

*“Parce que nous refusons les évidences des cultures formatées, la domination des schémas culturels et le jeu faussé des collusions entre tous les pouvoirs, parce que nous aspirons à plus de solidarité dans la représentation du monde et de ses mutations, nous citoyens volontaires, défricheurs des territoires nouveaux, artistes, poètes de nos jours et historiens de nos émotions, comptables de notre regard et de notre pensée, nous revendiquons notre place collective et partagée comme acteur majeur du miroir de nos sociétés.*

(...)

*Armés, pacifiquement, de nos seuls caméscopes et de notre volonté toujours intacte d'être là où il n'y a jamais personne, ni chaîne de TV ni producteurs d'images volées au bénéfice du profit et de l'ombre, nous serons seulement là dans le mouvement de nos vies pour réinventer l'art et la matière des médias des nouveaux mondes. Tous unis, tous médias, pour multiplier les regards et les pensées, les échanges et les confrontations d'idées dans le respect des autres, de leur culture et de leur perception d'une seule et même terre.”*<sup>413</sup>

Ces premières et dernières phrases du “*Manifeste International du Vlogging*”<sup>414</sup>, écrit en 2005 par Loies Deniel, le président de *Videoformes* depuis 1986 (Festival International d'Art Vidéo et de Nouveaux Médias)<sup>415</sup>, qui avec

<sup>412</sup> F. Cassetti, *Les Théories du Cinéma Depuis 1945*, Nathan, Paris, 2000, p. 125

<sup>413</sup> L. Deniel, “Le Manifeste International du Vlogging”, Juin 2005,

<http://France.vlog-videoblog.com/index.php/2005/09/16/18-manifeste-international-du-vlogging>

<sup>414</sup> Pour le texte complet du manifeste voir Annexe-3

<sup>415</sup> [http://www.nat.fr/videoformes/VIDEOFORMES/total\\_cadres.html](http://www.nat.fr/videoformes/VIDEOFORMES/total_cadres.html)

l'accent mis sur l'individualité et sur le refus des normes existantes des médias suit l'âme de la *Déclaration d'Indépendance du Cyberspace* annoncée par Barlow en 1996, ne nous montrent pas seulement que les « vidéoblogues »<sup>416</sup>, en tant que variantes de blogues dont le contenu est principalement composé d'images mouvantes et non de textes écrits, sont considérés comme l'extension des blogues dans la lutte menée contre les modes hiérarchiques de diffusion de l'information, mais témoignent aussi de la place revendiquée par les vidéoblogueurs dans le domaine de l'art. En ce sens, les vidéoblogues d'une part, prolongent et approfondissent les débats hérités de blogues concernant leurs rapports aux communautés virtuelles et à l'espace public –qui sont inutiles de répéter-, et d'autre part suscitent des questions en ce qui concernent les limites de ces nouveaux mediums de l'expression personnelle comme un moyen de l'expression artistique. Pour pouvoir voir ces limites, ou au moins pour pouvoir comprendre la vraie nature de ce nouveau moyen, il faut décoder leurs manières de raconter leurs histoires, donc en termes plus techniques, dévoiler tous les processus narratifs dont les vidéoblogueurs se servent qui nous amène sans doute vers la voie d'une analyse narratologique minutieuse. Mais avant de commencer à parcourir cette voie, il nous faut mieux réfléchir aux développements techniques et historiques qui ont structuré les vidéoblogues.

### 1) Définition, perspectif, portée

*“Par exemple, le meilleur souvenir de votre été est celui d'avoir fait les courses avec votre compagne dans un centre commercial de banlieue. Auriez-vous l'idée de filmer cela ?”* demande Ferniot, et *“Peut-être ; en tout cas le procès désignatif n'excéderait pas trois photogrammes”* répond-il, pour conclure que ce que produit l'opérateur du film de famille ne sont que des fragments futiles, des « éloges du banal » qui donnent au spectateur l'impression de pouvoir en faire autant<sup>417</sup>. Pour accentuer cette simplicité et surtout futilité des films de famille qui

---

<sup>416</sup> Bien que le termes « *video blog* » et « *vlog* » en anglais, internationalement connus, sont utilisé aussi en français pour désigner ce type de sites Web, autre que le « vidéoblogue », les termes « vidéoblog », « podcast vidéo », « balado vidéo », « videocast » et « vodcast » sont également courants. <http://fr.wikipedia.org/wiki/Videoblog>

<sup>417</sup> M. Ferniot, “La Revanche de l'Anecdote : Trois Lectures Pour Une Esthétique Frivole du Film de Famille”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 127-145, p. 130



ennuient le spectateur qui ne fait pas partie du corps familial, Odin cite cette devinette : *“Question : Comment faire comprendre à vos invités que la soirée est terminée ? Réponse : Sortez votre projecteur.”*<sup>418</sup> Qui voudrait donc voir ce que mange quelqu’un qu’il/elle ne connaît pas ?

A la lumière des remarques de Ferniot et d’Odin, il n’est pas difficile de répondre à la question posée ci-dessus et nous pouvons dire sans hésitation *“personne”*. Mais si ce qui est en question est le photoblogue *“Get in My Belly”*<sup>419</sup> d’Adam Seifer, l’un des fondateurs de Fotolog.net<sup>420</sup>, qui ne publie chaque jour que les photographies de ses repas, nous pouvons parler au moins de 10.000 personnes anonymes par semaine qui s’intéressent à voir des brocolis, des carottes ou la purée de pommes de terre que mange un étranger<sup>421</sup>. Cet exemple témoigne de la profondeur d’un phénomène Web 2.0, celui des blogues qui utilisent, comme support d’expression principal, l’image.

### **a) Un développement rapide**

La transformation de l’Internet en multimédias qui permettent de produire des matériaux interactifs était assurée dans les années quatre-vingt-dix par les possibilités offertes par le Web<sup>422</sup>, mais pour que cette fonction multimédias puisse être utilisée par des gens ordinaires qui ne maîtrisent pas le langage Web, il a fallu attendre les années 2000 où les blogues caractérisés par une grande facilité de création évoluent, grâce aux améliorations techniques et matérielles de l’informatique, de façon à permettre aux blogueurs de publier toutes sortes de documents multimédias, pas seulement des images, mais aussi des sons et des vidéos<sup>423</sup>.

---

<sup>418</sup> R. Odin (éd), *Le Film de Famille*, Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, p. 6

<sup>419</sup> [www.fotolog.net/cypher](http://www.fotolog.net/cypher)

<sup>420</sup> Créé en 2002 par Scott Heiferman, Adam Seifer et quelqu’un de pseudonyme Spike, Fotolog est une plate-forme de photoblogue qui permet à ses utilisateurs de partager chaque jour une nouvelle photo (<http://www.fotolog.com>).

<sup>421</sup> S. Boxer, “Prospecting For Gold Among The Photoblogs”, *The New York Times*, 25.05.2003, <http://www.nytimes.com/2003/05/25/arts/design/25BOXE.html?pagewanted=1&ei=5007&en=5039987b6d737900&ex=1369195200&partner=USERLAND>

<sup>422</sup> B. Miège, web. cit.

<sup>423</sup> <http://fr.wikipedia.org/wiki/Blog>

Au prime abord, des individus comme David Gallagher, l'un des premiers photoblogueurs<sup>424</sup> (il a affiché sa première photo en Novembre 2000), qui voulaient tenir un blogue mais n'avait pas le temps ou l'énergie de le faire et qui cherchaient une bonne excuse pour prendre beaucoup de photos<sup>425</sup>, ont commencé à créer des blogues constitués des photographies, accompagnées ou non d'une légende et pouvant être commentées par les visiteurs. Petit à petit, ces premiers photoblogues ont donné naissance à une communauté et une culture propre formées de personnes qui veulent, comme affirme Seifer, "*enregistrer les moments intéressants et éphémères de la vie*"<sup>426</sup> et d'autres qui veulent voir ces moments et les commenter.

L'Année 2000 marque aussi la date où le premier vidéoblogue connu est lancé par Adam Kontras<sup>427</sup>. Les vidéos ajoutées au blogue "*The Journey*" (Le Voyage) de Kontras qu'il tient depuis 1999 en détaillant son déménagement à Los Angeles et sa tentative d'entrer dans le *show-business*, sont définies par le blogueur lui-même comme étant "*le cœur et l'âme*" de son projet<sup>428</sup>. Avec l'augmentation progressive des débits d'information sur Internet et le lancement des technologies dérivées du fil RSS qui se matérialisent dans les programmes comme QuickTime Video, Windows Media et les plates-formes comme FlashCom qui facilitent significativement la publication des vidéos sur le Web, plusieurs internautes, les anciens blogueurs en particulier, ont commencé à produire ce type de contenu composé principalement de vidéos.

En 2004, Steve Garfield, l'un des vidéoblogueurs précurseurs qui -autre que son vidéoblogue- contribuent aussi au célèbre vidéoblogue *Rocketboom*<sup>429</sup>, a déclaré que 2004 sera l'année du vidéoblogue<sup>430</sup>. En 2005, la première conférence de vidéoblogueurs, *Vloggercon*, a été tenue à New York<sup>431</sup> et a été suivie par la

---

<sup>424</sup> Pour son photoblogue visiter <http://www.lightningfield.com>

<sup>425</sup> S. Boxer, web. cit.

<sup>426</sup> Cité par S. Boxer, web. cit.

<sup>427</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Video\\_blogging](http://en.wikipedia.org/wiki/Video_blogging)

<sup>428</sup> A. Kontras dans son blogue "*The Journey*" : <http://www.4tvs.com/Journey/Pages/journey.html>

<sup>429</sup> Produit par Andrew Baron depuis Octobre 2004, *Rocketboom* ([www.rocketboom.com](http://www.rocketboom.com)) est un vidéoblogue quotidien sous la forme d'un bulletin de nouvelles qui inclut la comédie. Devenu célèbre avec sa première présentatrice Amanda Congdon, il est animé depuis Juillet 2006 par Joanne Colan.

<sup>430</sup> S. Garfield dans son vidéoblogue : <http://stevegarfield.blogs.com/videoblog/2004/01/index.html>

<sup>431</sup> *VloggerCon* 2005, New York City, <http://vloggercon.blogspot.com>

première semaine du *vidéoblogging*<sup>432</sup> et surtout par *Vloggies*, des prix annuels de vidéoblogues, distribués à San Francisco<sup>433</sup>. Mais pour que le phénomène du *vidéoblogging* ait été découvert par le grand public, il a fallu attendre le lancement et la popularisation de YouTube<sup>434</sup>, le site Web populaire d'hébergement de vidéos. En 2006, il a été compris qu'un vidéoblogue très suivi dans YouTube, *Lonelygirl15*, n'était pas tenu par une fille solitaire de quinze ans appelée Bree, mais par une actrice de vingt ans travaillant avec une petite équipe de production. Ce phénomène qui a déclenché la première controverse dans la vlogosphère en montrant les potentiels économiques du système<sup>435</sup>, était devenu en même temps, avec l'écho qu'il a trouvé dans les médias, la clé d'une attention croissante pour les vidéoblogues au près du public<sup>436</sup> et du lancement des plusieurs sites d'hébergement de vidéos comme Daily Motion, Google Video, BlipTv, et Archive.org.

### **b) Catégorisation : une difficulté**

Les vidéoblogues ; en tant que nouvelles formes de publication en ligne qui reprennent le principe des blogues, permettent à chacun ayant accès à l'Internet et de simples outils de production vidéo comme un caméscope, un *webcam* (une caméra qui se connecte à l'ordinateur), ou tout simplement un téléphone portable qui peut tirer des vidéos, de créer et de publier de contenu composé de l'image mouvante<sup>437</sup>. Quelquefois une description textuelle et presque toujours un espace de commentaires sont associés au document audiovisuel que l'on peut assimiler à un système d'annotations<sup>438</sup>. Comme les blogues, les vidéoblogues peuvent être consacrés à un seul sujet (l'actualité, la musique, la technologie, la cuisine, etc.), peuvent prendre la forme de bulletins alternatives d'informations ou de shows personnels, ou ils peuvent

<sup>432</sup> Videoblogging Week, 2005, <http://videobloggingweek2005.blogspot.com/>

<sup>433</sup> The Vloggies, 2006, <http://www.podtech.net/home/1441/and-the-vloggies-winners-are>

<sup>434</sup> Créé par Chad Hurley, Steve Chen, Jawed Karim en Février 2005 et racheté par Google en Octobre 2006 (en échange d'actions Google d'un montant de 1,65 milliard de dollars), YouTube ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)) est un site Web célèbre de partage de vidéo sur lequel les séquences de vidéo envoyées par les personnes inscrites (gratuitement) peuvent être visionnées par tous les internautes. (<http://fr.wikipedia.org/wiki/YouTube>)

<sup>435</sup> Il faut noter que l'aspect socio-psychologique du phénomène est un autre sujet bien plus vaste et dépasse les limites de notre recherche.

<sup>436</sup> M. E.C. Griffith, "Looking For You : An Analysis of Video Blogs", Mai 2007, p. 6, [http://www.allacademic.com/meta/p202124\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p202124_index.html)

<sup>437</sup> H. Molyneaux, S. O'Donnell, K. Gibson, J. Singer, "Exploring the Gender Divide on YouTube : An Analysis of the Creation and Reception of Vlogs", *American Communication Journal*, Volume 10, n°1, Juin 2008, [Disponible en ligne], [http://iit-iti.nrc-cnrc.gc.ca/publications/nrc-50360\\_e.html](http://iit-iti.nrc-cnrc.gc.ca/publications/nrc-50360_e.html)

<sup>438</sup> O. Aubert, Y. Prié, "Des Hypervidéos Pour Créer et Echanger des Analyses de Documents Audiovisuels", 2005, <http://liris.cnrs.fr/advenc/doc/h2ptm05-advenc.pdf>

tenir compte des sujets auxquels l'auteur(e) s'intéresse à n'importe quel moment donné.

Indépendamment de cette diversité de vidéoblogues qui pose une difficulté de catégorisation au niveau du contenu ; au niveau de la forme, en nous basant sur la distinction faite par Jon Hoem dans BlogTalk<sup>439</sup> en 2004, nous pouvons parler de deux sortes de vidéoblogues : les « vogs » qui sont fondés sur des séquences montées contenant des éléments interactives, et les « moblogs » qui sont composés des vidéoclips relativement courts et pour la plupart non-montés<sup>440</sup>.

Adrian Miles, spécialiste du genre, détermine déjà en 2000 par un petit manifeste, les caractéristiques du type du vidéoblogging qu'il appelle le « vog » (il faut noter que pour Miles, à cette date, le terme « vog » n'est que l'abréviation du terme vidéoblogue, donc il n'y a pas d'autre façon du vidéoblogging). Inspiré par le Dogme 95, le mouvement cinématographique des réalisateurs danois qui, contre les superproductions ornées d'effets spéciaux et d'artifices, revendiquent un style pas personnel mais naturel, brut et réaliste sans excès<sup>441</sup> ; dans ce manifeste qu'il a dénommé Vogma<sup>442</sup>, Miles définit le vog, comme une écriture personnelle (contrairement au Dogme 95) qui utilise la technologie existante pour explorer le lien tenu entre les mots et les images animées et conclut que *“un vog, c'est Dziga Vertov avec un mac (ou tout autre système informatique) et un modem”*<sup>443</sup>. Pour accentuer cette idée du ciné-œil (« *Kino-pravda* », ciné-vérité en russe) empruntée de Vertov qui tente de réveiller une vérité encore plus profonde et plus complète en faisant recours au langage du cinéma<sup>444</sup>, et donc pour souligner l'importance d'une certaine créativité que chaque vog doit comporter pour accéder à la vérité, Miles ajoute en Février 2003, un dernier article à son manifeste : *“Un vog est un vidéoblogue où la vidéo dans un blogue doit être plus qu'une vidéo dans un blogue”*<sup>445</sup>. Conformément à ce que suggère Miles, nous pouvons trouver aujourd'hui sur le Web, un certain nombre de vidéoblogues qui explorent les possibilités d'hypertexte pour créer des

<sup>439</sup> Conférence Internationale Sur les Logiciels Sociaux, <http://blogtalk.net>

<sup>440</sup> J. Hoem, web. cit.

<sup>441</sup> Ş. Erdoğan (éd.), *Sinema Manifestoları, Sinemadan Videoya Görüntünün Yazılı Tarihi*, Altıkırkbeş, İstanbul, 2007, pp. 18-19

<sup>442</sup> Pour le texte complet du manifeste traduit par C. Le Berre voir Annexe-4

<sup>443</sup> A. Miles, “Vogma”, Décembre 2000, <http://hypertext.rmit.edu.au/vog/manifesto>

<sup>444</sup> Ş. Erdoğan, op. cit., pp. 25-29

<sup>445</sup> A. Miles, “Vogma”, Février 2003, web. cit.

vidéos personnelles interactives qui combinent parfois les matériaux produits par les autres (« *footage* », matériel brut et non-édité en tant qu'il a été initialement enregistré par la caméra)<sup>446</sup> et les images tirées par l'auteur lui-même dans un nouvel contexte<sup>447</sup>, méritant d'être appelés comme des vogs.

Né de la combinaison des mots « mobile » et « blog », le terme « moblog » (peut être appelé en français le « moblogue »), décrit un type de vidéoblogue construit par des images tirées par un appareil mobile (un téléphone portable ou un PDA –*personal digital assistant*, un ordinateur de poche-) et présente un type de contenu - édité ou non - plus simple à publier que des vogs. Suivant Steve Mann, cofondateur de *Wearable Computing Project* (Projet des Logiciels Portables) dans le Laboratoire de Médias de M.I.T. (*Massachusetts Institute of Technology*), qui font des expériences depuis 1994 avec des ordinateurs portables/habits qu'il a élaboré<sup>448</sup>, et notamment avec les développements dans le domaine des téléphones mobiles avec l'appareil photo intégré, ce type de vidéoblogging ; qui établit sans doute des rapports intéressants au cinéma documentaire -notamment à la tradition du cinéma direct des années soixante qui veut saisir des moments dans la vie devant la présence d'une caméra et dont les racines remontent encore une fois à l'idée du ciné-œil de Vertov-, est adoptés aujourd'hui par plusieurs vidéoblogueurs.

Etant donné que les vogs exigent plus d'habileté technique dont sinon un professionnel au moins un amateur passionné peut être doté, ils sont plus rares que les moblogs et le type de vidéoblogues le plus répandu dans la vlogosphère sont les vidéoblogues au travers lesquels les gens documentent leur vie quotidienne<sup>449</sup>. En ce sens, nous pouvons dire que ce type de vidéoblogues qui peuvent être acceptés comme des prolongements de moblogs donnant l'impression de « marcher avec le blogueur »<sup>450</sup>, s'inscrit dans une tradition bien antérieure aux blogues, en embrassant un grand terrain qui comprend :

---

<sup>446</sup> Il faut noter que l'utilisation de ce type de matériel peut poser parfois des problèmes en ce qui concernent le domaine du droit de l'auteur.

<sup>447</sup> J. Hoem, web. cit.

<sup>448</sup> S. Mann, "Wearable Computing : A First Step Toward Personal Imaging", *Computer*, Vol. 30, n°2, Février 1997, [Disponible en ligne], <http://wearcam.org/ieeecomputer/r2025.htm>

<sup>449</sup> R. Godwin-Jones, "Emerging Technologies : Digital Video Update : YouTube, Flash, High-Definition", *Language Learning and Technology*, 11(1), pp. 16-21, in H. Molyneaux et al., web. cit.

<sup>450</sup> M. Badger, "Visual Blogs", in *Into The Blogosphere : Rhetoric, Community and Culture of Weblogs* [en ligne], [consulté le 12.04.2007], [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/visual\\_blogs.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/visual_blogs.html)

- les photographies de Walker Evans sur des gens anonymes dans le métro de New York des années trente et quarante<sup>451</sup> ;
- les œuvres de photographes comme Robert Frank, Allen Ginsberg et Nan Goldin qui avaient chroniqué la vie intime de leurs amis et leurs familles<sup>452</sup> ;
- des portraits tirés du milieu artistique new-yorkais par Andy Warhol qui, dès 1963, avait installé une *Bolex* (caméra 35 mm destinée aux amateurs) dans sa *Factory* obligeant chaque visiteur de se laisser filmer trois minutes<sup>453</sup> ;
- des journaux intimes filmés de Jonas Mekas "*Diaries, Notes and Sketches*" (1969) comportant anniversaires, rencontres d'amis, balades dans les rues, retrouvailles des parents qui invitent les spectateurs à se sentir comme « membre de la famille Mekas »<sup>454</sup> ;
- des vidéos narcissiques dans lesquelles les vidéastes se concentrent sur leurs propres corps<sup>455</sup> ;
- et sans doute des films de famille racontant l'histoire des familles heureuses.

Dans cette voie qui signale l'esthétisation de la vie ordinaire<sup>456</sup> et la légitimation du privé par sa mise en scène collective, comment aborder les vidéoblogues ? Comme des « éloges du banal »<sup>457</sup> qui parlent de n'importe quoi ; ou comme des pratiques sociales qui, avec tous ces rapprochements que nous venons de citer, se montrent capables d'irriguer la création artistique ? Insistant sur leur grande diversité, nous proposons dans ce mémoire de les envisager comme étant avant tout des récits de soi dont les détours ne peuvent pas être compris sans une réflexion d'ordre narratologique sur le matériau.

## 2) Analyse narratologique

Tout comme la différence du film de famille par rapport à la photographie de famille qui réside premièrement dans sa capacité de représenter le mouvement, et comme le mouvement se déroule dans le temps et l'espace, dans sa manière à

---

<sup>451</sup> S. Boxer, web. cit.

<sup>452</sup> *ibid.*

<sup>453</sup> L. Allard, *op. cit.*, p. 114

<sup>454</sup> E. Kuyper, *op. cit.*, p. 20

<sup>455</sup> F. Popper, *Art of the Electronic Age*, Abrams Incorporated, New York, 1993, p. 55

<sup>456</sup> M. Featherstone, "Postmodernism and the Aestheticization of Everyday Life", in S. Lash, J.

Friedman (éd), *Modernity and Identity*, Blackwell, Cambridge, 1996, pp. 265-290

<sup>457</sup> M. Ferniot, *op. cit.*, p. 130

concevoir ces deux notions fondamentales ; ce qui distingue le vidéoblogue du blogue et surtout du photoblogue est exactement cette faculté de représentation du mouvement qui exige une construction temporelle et spatiale. Dans cette partie, pour pouvoir comprendre comment les vidéoblogues construisent le temps et l'espace en représentant le mouvement, donc pour pouvoir dévoiler tous les processus narratifs dont ils se servent, en nous inspirant de l'analyse d'Odin<sup>458</sup> concernant le film de famille, nous allons utiliser quatre catégories narratologiques fondamentales : la narrativisation, la temporalité, le rapport à l'espace et la transmission du discours. A la lumière de ces quatre catégories, au lieu de nous baser sur un seul exemple d'un site Web de vidéoblogues que nous avons jugé insuffisant comme corpus parce que la majorité de ces sites ne diffusent pas les vidéos périodiquement et les sites périodiques diffusent souvent des *video shows* personnels, nous allons nous servir de 10 vidéoblogues publiés par une seule personne sur son propre site Web et 10 vidéoblogues distincts pris aléatoirement d'un site Web d'hébergement de vidéos.

#### a) Construction du corpus et notes méthodologiques

Les premiers 10 vidéoblogues qui constituent notre échantillon ont été empruntés au site de Josh Leo<sup>459</sup>. Josh Leo, publiant régulièrement des vidéoblogues (minimum une vidéo par semaine) sur son site dès Mars 2005, est choisi -par les juges ainsi que le public- le meilleur vidéoblogueur dans la catégorie de "*Personal Diary Vlog*" (journal personnel) dans les *Vloggies* 2006<sup>460</sup>. Il est un membre actif de la vlogosphère qui contribue aussi à la promotion de vidéoblogging en l'enseignant dans plusieurs événements et conférences comme la *Vloggercon*. Dans son analyse concernant dix sites de vidéoblogue, Griffith dit que "(...) un vidéoblogueur pourrait publier un jour une vidéo de ses amis chantant le karaoké et la semaine prochaine sa vidéo pourrait être un court métrage sur la solitude"<sup>461</sup>. Le vlog de Leo, qui autre que de publier dans son vlog, tient des autres blogues sur des sujets spécifiques comme les chats (sa passion) et West Michigan (où il habite) dans lesquels il diffuse également des vidéos, est un parfait exemple de cette diversité que l'on peut rencontrer dans un seul site vlog. Dans la partie "*About Josh's Vlog*" (sur le vlog de

<sup>458</sup> R. Odin, "Le Film de Famille dans L'Institution Familiale", in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 27-41, p. 28-31

<sup>459</sup> <http://www.joshleo.com>, pour la capture d'écran du site voir Annexe-5

<sup>460</sup> The Vloggies, 2006, <http://www.podtech.net/home/1441/and-the-vloggies-winners-are>

<sup>461</sup> M. E.C. Griffith, op. cit., p. 9

Josh) de son vlog, il explique cette variété des sujets en disant : “*Je fais des vidéos sur ce que je trouve intéressant, ce que je fais, qui je connais, dont je suis passionné, et ce qui fait de moi moi !*”<sup>462</sup>.

Pour pouvoir couvrir une grande variété des sujets, au lieu de prendre des vidéos publiées dans des rubriques comme “*Vlog Cats*” (chats vlog) ou “*A Month in Germany*” (un mois en Allemagne) dans le site de Josh Leo, nous avons choisi les dix premières vidéos publiées avant le 1 Septembre 2008 sur son vlog qui concerne des vidéos de toutes sortes. Mais étant donné que la vlogosphère ne représente pas seulement une diversité de sujets mais également une variété de compétences techniques qui se donnent à voir notamment dans le processus du montage qui, nous avons vu, constitue l’essence du langage cinématographique, il était évident qu’une analyse ne portant que sur les vidéos faites et publiées par un vidéoblogueur expérimenté et connu comme Leo ne serait pas suffisante. Pour cette raison, nous avons ajouté à notre corpus 10 vidéos distinctes prises de YouTube qui, en tant que site d’hébergement de vidéos actuellement le plus populaire, accueille plus de vidéos par rapport à ses rivaux<sup>463</sup>. Considérant les vidéoblogues comme des récits de soi, par une recherche aléatoire (aucun critère de date, de durée ou de *rating* n’est indiquée) faite séparément dans la page d’accueil de YouTube le 1 Septembre 2008 avec les termes « video blog »<sup>464</sup> et « vlog »<sup>465</sup>, les cinq premières vidéos dans les deux pages de résultat de recherche, étiquetées dans la catégorie “*People&Blogs*” (les gens et les blogues) ont été retenues. Les vidéos dont la source originale n’est pas YouTube mais un autre site Web ont été exclues et s’il y a plus d’une vidéo envoyées par la même personne, la première entre elles qui correspond à nos critères a été prise. Le critère de l’étiquette n’était pas respecté pour une seule fois pour pouvoir inclure dans notre échantillon une vidéo appelée “*How 2 : Make a Video Blog*” (comment faire un vidéoblogue) étiquetée dans la catégorie “*Entertainment*” (divertissement), qui offre des éléments importants pour notre analyse. Il faut aussi noter que, pendant l’analyse, nous nous avons servi des autres vidéos sur le site qui restent en dehors de notre corpus, le cas échéant.

<sup>462</sup> [http://www.joshleo.com/vlog/?page\\_id=2](http://www.joshleo.com/vlog/?page_id=2)

<sup>463</sup> J. Trier, “Media Literacy-‘Cool’ Engagements with YouTube : Part 1”, International Reading Association, 50 (5), 2007, pp. 408-412, in H. Molyneaux et al., web. cit.

<sup>464</sup> Pour la capture d’écran de la page d’accueil de YouTube montrant les résultats de recherche faite le 1 Septembre 2008 avec le terme « video blog » voir Annexe-6

<sup>465</sup> Pour la capture d’écran de la page d’accueil de YouTube montrant les résultats de recherche faite le 1 Septembre 2008 avec le terme « vlog » voir Annexe-7



Les vidéos qui construisent le corpus de notre analyse ont été vues chacune deux fois. Si une description textuelle accompagnait la vidéo, elle était lue -ainsi que le titre- avant de regarder la vidéo, mais les commentaires au dessous des vidéos n'étaient pas prises en considération. Etant donné qu'au 1 Septembre 2008, le jour que nous avons construit notre corpus, YouTube recense 966.000 vidéos avec le terme « video blog » et 117.000 vidéos avec le terme « vlog », et qu'il y a 809 sites de vidéoblogues inscrits dans le *Vlogmap*<sup>466</sup> (consulté le même jour), -tenus par des individus distincts- seulement aux Etats-Unis<sup>467</sup>, il est évident qu'une observation ne portant que sur 20 vidéos ne pourrait pas nous offrir un portrait complet de la vlogosphère dans son ensemble. Quand même, nous espérons que ce petit échantillon qui reflète une variété de compétences techniques ainsi que de sujets élaborés, peut nous donner une idée sur la nature complexe de la vlogosphère.

### **b) Une diversité narrative**

*“Tout ce qui apparaît dans les œuvres est virtuellement contenu aussi bien que forme”*<sup>468</sup> dit Adorno pour préciser que les figures esthétiques doivent être considérées comme des indices au travers lesquels nous pouvons accéder au contenu quelquefois implicite d'une œuvre. Conformément à cette précision, en espérant que cette analyse narratologique nous apportera des éléments importants pas seulement sur les caractéristiques esthétiques des vidéoblogues mais aussi sur la nature de l'univers construit par eux, dans cette partie, notre échantillon de 20 vidéos<sup>469</sup> sera examiné à la lumière de quatre catégories narratologiques fondamentales : la narrativisation, la temporalité, le rapport à l'espace et la transmission du discours.

---

<sup>466</sup> Vlogmap est une ressource en ligne qui indique où les vidéoblogueurs inscrits dans le site sont situés dans le monde entier. Des liens à des informations clés sur ces vidéoblogues sont aussi disponibles sur le site. (<http://community.vlogmap.org>)

<sup>467</sup> Pour la capture d'écran de *Vlogmap* le 1 Septembre 2008 voir Annexe-8

<sup>468</sup> T. W. Adorno, op. cit., p. 205

<sup>469</sup> Pour la liste complète des vidéoblogues qui ont servi de corpus à ce mémoire voir Annexe-9

### i) Narrativisation

“*La diégèse du film de famille est une recreation mythique du passé vécu*”<sup>470</sup> dit Odin pour conclure que ce n’est que cette construction fonctionnelle qui permet au film de famille de jouer son rôle social qui est, comme nous avons affirmé, le rôle de renforcer l’intégration du groupe familiale<sup>471</sup>. Abordant les vidéoblogues à l’égard de ce concept de la diégèse qui désigne l’ensemble de données qui caractérisent, du point de vue du spectateur, l’univers d’un film en lui donnant sa cohérence<sup>472</sup>, ce qui nous frappe au prime abord est le fait que ces vidéos centrées sur la vie personnelle et la vie publique de l’individu qui sont en général absentes du film de famille<sup>473</sup>, insistent plutôt sur « le présent ». “*Sara et moi, nous nous sommes promenés et nous avons vu des choses intéressantes, ce sont ces choses là*” écrit Josh Leo pour décrire une de ses vidéos appelée “*On Our Walk*” (Sur Notre Marche). Conformément à cet exemple, les vidéoblogueurs mettent souvent l’accent sur le temps présent en disant que “*c’est ce que j’ai fait aujourd’hui, c’est la façon dont j’ai vu les choses d’où je me tiens maintenant*”<sup>474</sup>. Mais comment construisent les vidéoblogues le présent ? En nous donnant à voir -comme le film de famille- des fragments d’actions entre lesquels les relations sont implicites ou en nous présentant un texte complet qui suit les règles de la cohérence narrative ?

Tout d’abord, il faut noter que contrairement au film de famille qui ne comporte ni marques de début ni marques de fin<sup>475</sup>, les 12 vidéoblogues entre 20 qui ont servi de corpus à ce mémoire s’ouvrent par un générique (tous les vidéos de Josh Leo et deux vidéos prises de YouTube, “*Random Vlog*”, “*How 2 : Make a Video Blog*”) et les autres vidéoblogueurs qui ne servent pas des génériques pré-établis empêchent le spectateur de se trouver plongé d’entrée au milieu d’une action soit par l’utilisation d’un effet *fade in* suivi ou non par une formule brève d’accueil (“*Weed, Weed, Weed*” et “*Sock Vlog*”) soit en agitant la main à la caméra (“*Last Blog Ever*”) ou tout simplement en adressant un salut au spectateur comme “*Bonjour les amis,*

---

<sup>470</sup> R. Odin, op. cit., p. 32

<sup>471</sup> P. Bourdieu, op. cit., p. 39

<sup>472</sup> Vocabulaire Technique du Cinéma, p. 116

<sup>473</sup> S. Aasman, op. cit., p. 108

<sup>474</sup> S. Boxer, web. cit.

<sup>475</sup> R. Odin, op. cit., p. 28

*c'est Emily*” (“*An Unorganized Blog*”), “*Salut YouTube, c'est Lisa Nova*” (“*Last Blog Ever*”), “*Bonjour tout le monde !*” (“*Dana's UFC 87 Videoblog*”).

De la même façon, tous les vidéos de Josh Leo se terminent aussi par un générique (constitué par le spot « [www.joshleo.com](http://www.joshleo.com) » écrit sur un fonds noir, tremblant avec la musique) et à la fin de deux vidéos de YouTube nous rencontrons les marques « Spricket 24 Production » (“*Random Vlog*”) et « Original Brooker’s Video » (“*How 2 : Make a Video Blog*”), la deuxième suivie par un générique assez long comportant le *cast*, la musique utilisée et les remerciements. Quant aux autres vidéoblogueurs qui ne servent pas de génériques de fin, ils saluent les spectateurs en les remerciant d’avoir regardé (“*Weed, Weed, Weed*”) ou par des formules brèves comme “*A bientôt !*” (“*Just a Blog*”) ou “*Peace out*” (“*An Unorganized Blog*”) qui empêchent le spectateur de se trouver face à un noir final qui survient inopinément -comme c’est le cas dans le film de famille-<sup>476</sup>. D’autre part, les plans supplémentaires que l’on trouve après les finals dans quatre vidéos (“*Josh and Potok*” de Leo et “*Random Vlog*”, “*Just a Blog*”, “*How 2 : Make a Video Blog*”) nous montre que la tradition du cinéma commercial de montrer après le générique une petite scène souvent comique, est adoptée aussi par quelques vidéoblogueurs.

Deuxièmement, à l’exception d’une vidéo prise de YouTube, “*Random Vlog*” (Vidéoblogue au Hasard), qui nous donne à voir des fragments d’actions entre lesquels les relations sont implicites (la vidéoblogueuse s’étire et dit qu’elle ne sait pas pourquoi elle l’a fait, elle porte des jambières et répète le mot « jambières » à la voix haute, elle danse, etc.) qui est présentée par son auteure comme “*un vidéoblogue au hasard sur rien du tout*”, tous les vidéoblogues dans notre corpus, même ceux qui s’intéressent plus à flâner autour des concepts abstraits comme la vitesse et le rythme de la vie (“*Traffic*” de Leo), la musique de l’eau (“*Water Music*” de Leo) ou le besoin pour tirer des vidéos (“*Sock Vlog*”) qu’à raconter des histoires et qui renvoient en ce sens au cinéma expérimental, sont marqués par un effort de narrativisation de ce qu’ils parlent. Bien que les débuts ne s’opposent pas toujours aux fins -comme la construction d’un récit suppose-<sup>477</sup> et le vidéoblogueur saute parfois d’un sujet à l’autre sans établir des liens entre eux -comme c’est le cas dans “*An Unorganized Vlog*” (Un Vidéoblogue Desorganisé) présenté par son

---

<sup>476</sup> *ibid.*

<sup>477</sup> *ibid.*

auteure comme “*une vidéo de moi parlant de choses*” et dans “*Last Blog Ever*” (Le Dernier Blog) dont l’auteure, en essayant de répondre aux critiques adressées à elle, perd son sujet principal-, cet effort de narrativisation se montre aux deux niveaux principaux : énumération et représentation.

Tout d’abord, le vidéoblogueur tend à disposer des sujets élaborés sur un même axe sémantique en les énumérant autour des titres précis. A titre d’exemple, “*Aujourd’hui je vais vous montrer cinq choses que pas beaucoup de gens savent*” dit l’auteur au début de “*Vlog Tag Game*” (Jeu de l’Etiquette de Vidéoblogue) et la vidéo entière relate ces cinq choses annoncées ; la vidéo de Leo sur son jardin, “*My Yard*” (Mon Jardin), couvre cinq thèmes qui sont énumérés par l’auteur comme le sol, l’aménagement du paysage, des fleurs, des herbes et la vie sauvage ; et l’auteure de “*How 2 : Make a Video Blog*” (Comment Faire Un Vidéoblogue) parle de six choses que quelqu’un qui veut faire un vidéoblogue doit éviter. Quelquefois, les réponses proposées aux questions posées dans les débuts des vidéos (“*Comment j’ai commencé à utiliser Weed* <sup>478</sup> ?” demande l’auteur de “*Weed, Weed, Weed*” avant de commencer à relater son histoire; “*Pourquoi je fais des vidéos ?*” demande une marionnette-chien dans “*Sock Vlog*” (Vidéoblogue de Chaussette) et les réponses constituent un court métrage expérimental) se servent comme un système de l’énumération implicite en donnant à une suite des fragments une cohérence et au vidéoblogue son complétude.

En deuxième lieu, pour concrétiser ce dont il parle, le vidéoblogueur a souvent recours aux représentations soit par l’utilisation des indices écrits, soit en montrant des plan fixes des sujets élaborés, ou moins souvent, en jouant lui-même la scène qu’il est en train de décrire. A ce titre, la vidéo appelée “*Just a Blog*” (Seulement Un Blogue) dans laquelle nous pouvons trouver tous ces trois façons de représenter la chose parlée constitue un bon exemple. Dans cette vidéo, pour recommander le vidéoblogue de son ami qui est nouveau dans YouTube, la vidéoblogueuse ne se contente pas d’annoncer le pseudonyme de cet ami, mais l’écrit aussi sur l’écran (par un petit procédé qui peut être réalisé dans le processus du montage) ; quand elle dit qu’elle s’était accrochée sur *Dawson’s Creek* (une série télévisée), elle nous montre des scènes de cette série accompagnées par des plans où l’on la voit s’étaler sur son

---

<sup>478</sup> *Weed* (adventice) qui désigne une sorte de plante herbacée ou ligneuse indésirable est utilisée par l’auteur de cette vidéo pour décrire un type de drogue.

canapé regardant la télé ; et pour se moquer des gens qui l'accusent pour vouloir devenir une actrice, elle nous présente une publicité de *Burger King* réalisée par elle -en empruntant le logo et quelques images d'une vraie pub de cette firme- dans laquelle elle incarne le rôle principal.

Ce que nous venons de préciser nous montre qu'en empêchant le spectateur de se trouver plongé au milieu d'une action et face à un noir final qui survient aussi inopinément et en montrant un effort important de narrativisation, les vidéoblogues, au moins au niveau de notre petit échantillon, se montrent plus susceptibles –par rapport au film de famille- d'être considérés comme des textes structurés et qu'ils se rapprochent en ce sens plus au cinéma traditionnel qualifié par Vanoye comme "*une machine à raconter*"<sup>479</sup>. Il faut aussi noter que, en liaison avec les pratiques télévisuelles des spectateurs, cette volonté de structuration et cette tendance à la représentation sont les caractéristiques du film populaire, du téléfilm et de la série télévisée. Mais pour éviter des conclusions rapides, il nous faut approfondir notre analyse en continuant à examiner notre corpus à la lumière de catégories narratologiques fondamentales annoncées au début.

## ii) Temporalité

La narratologie, aussi bien cinématographique que littéraire, repose sur l'opposition entre le récit (la représentation d'un événement ou d'une suite d'événements, réels ou fictifs, par le moyen du langage d'après la définition de Gérard Genette<sup>480</sup>, fondateur de la « narratologie » comme discipline) et l'histoire (la suite des événements). Cette opposition due à la dissemblance entre la temporalité de l'histoire et celle du récit (Todorov utilise le concept du discours au lieu du récit) trouve sa meilleure explication dans cette formulation de Todorov : "*Le temps du discours est, dans un certain sens, un temps linéaire, alors que le temps de l'histoire est pluridimensionnel. Dans l'histoire, plusieurs événements peuvent se dérouler en même temps ; mais le discours doit obligatoirement les mettre à la suite l'un de l'autre.*"<sup>481</sup> Conformément à ce que suggère Todorov, dès la découverte du montage

<sup>479</sup> F. Vanoye, op. cit., p. 192

<sup>480</sup> G. Genette, "Frontières du Récit", in *L'Analyse Structurale du Récit*, Communications, n°8, Editions du Seuil, 1966, pp. 158-169, p. 158

<sup>481</sup> T. Todorov, "Les Catégories du Récit Littéraire", in *L'Analyse Structurale du Récit*, Communications, n°8, Editions du Seuil, 1966, pp. 131-157, p. 145

qui n'est pas seulement une reproduction du mouvement mais aussi du temps, nous l'avons vu, le cinéaste -dans l'univers construit par le récit que l'on appelle la diégèse- peut commencer par un événement plutôt que par un autre (le choix de « l'ordre »), le raconter longuement ou au contraire très brièvement (le choix de la « vitesse »), exprimer que des événements se passent dans le même temps (la question de la « simultanété ») ou évoquer un événement à plusieurs reprises (la question de la « fréquence »).

Abordant les vidéoblogues au fonction de ces concepts qui constituent sans doute toute la richesse du langage cinématographique, nous pouvons dire tout de suite que la moitié des vidéoblogues pris de YouTube dans notre corpus (*“Weed, Weed, Weed”*, *“How To Make Your First Vlog”*, *“An Unorganized Vlog”*, *“Dana’s UFC 87 Videoblog”*, *“Last Blog Ever”*) est constituée de longs plans séparés par des coupures brusques (*cut* montage) et s’opère donc, comme le film de famille, sur l’ordre chronologique le plus primaire qui ne comporte ni flash back, ni flash forward, ni relations de simultanété ou de fréquence. Mais outre les vidéos de Josh Leo qui fonctionnent sur une construction temporelle plus complexe et riche, le montage ; en tant qu’éléments de sélection, d’organisation et de hiérarchisation<sup>482</sup> intervient aussi dans quelques vidéos de YouTube qui constituent notre échantillon. Voyons comment.

S’il faut commencer par le concept de l’ordre, nous pouvons dire que la seule vidéo de notre corpus qui rompe la linéarité du récit est la vidéo appelée *“3 Years”* (Trois Années) réalisée par Josh Leo à l’intention de la troisième anniversaire de la diffusion de son premier vidéoblogue. Dans cette vidéo, Leo n’utilise pas seulement des scènes empruntées à ses anciennes vidéos, mais aussi des anciens entretiens réalisés avec lui, ses images dans *Les Vloggies* où il a été choisi le meilleur vidéoblogueur dans la catégorie de *“Personal Diary Vlog”* (journal personnel) en les combinant avec des scènes tournées à l’heure actuelle. Outre cette vidéo qui comporte donc des flash backs externes et partiels, sa vidéo appelée *“2007”*, constituée des photos de l’année 2007 et présentée par Leo comme *“un rapport annuel de l’année écoulée”*, peut être vue entièrement comme un flash back complet étant donné que le récit ne fonctionne que sur des retours en arrière.

---

<sup>482</sup> E. Kuyper, op. cit., p. 14

Deuxièmement, à l'égard du concept de la vitesse, il faut préciser que dans notre corpus, il se trouve trois vidéos qui jouent avec le temps réel des actions. Dans le générique de *“Random Blog”*, l'on assiste à l'utilisation des « pauses » (temps du récit > temps de l'histoire/l'action) constituées par des images figées de la vidéoblogueuse assise dans les différents parts d'un canapé, et dans deux vidéos de Leo, *“Traffic”* et *“On Our Walk”*, nous rencontrons l'utilisation de « l'accélééré » (temps du récit < temps de l'histoire/l'action) pour accentuer le rythme des voitures ou des pas en harmonie avec la musique qui accompagne ces vidéos.

Pour exprimer la simultanéité, notre troisième concept temporel, le cinéma se sert soit du montage alterné (l'événement-A et l'événement-B, coupés chacun en morceaux et présentés l'un après l'autre, 1-A, 1-B, 2-A, 2-B,...), soit de l'écran divisé (*split screen*). Ce qui est intéressant à voir dans les vidéoblogues est le fait que ce dernier procédé -qu'est l'écran divisé-, auquel les vidéoblogueurs ont souvent recours (*“On Our Walk”*, *“Water Music”*, *“3 Years”* de Josh Leo et *“Random Vlog”*, *“Sock Vlog”* dans YouTube), n'est pas utilisé par ces auteurs pour exprimer que deux événements se passent en même temps, mais pour ajouter du rythme au récit, encore une fois en harmonie avec la musique utilisée. Leo, qui diversifie le procédé en utilisant une même image qui se balade autour des parties divisées de l'écran (*“Water Music”*) ou en rassemblant les images déjà montrées dans un écran divisé en 25 carrés<sup>483</sup> dont un est le carré qu'il continue à s'adresser au spectateur (*“3 Years”*), donne d'autre part, à l'égard de notre dernière catégorie temporelle qui est la fréquence, les seuls exemples dans notre échantillon du récit répétitif dont le principe est de raconter « n » fois ce qui s'est passé une fois.

### iii) Rapport à l'Espace

Dans notre corpus, de nombreux plans tirés face à une caméra fixe (très souvent *un webcam*) dans les décors stéréotypés, en particulier dans une chambre de jeune -comme toutes les chambres de jeune- (*“How To Make Your First Vlog”*,

---

<sup>483</sup> Etant donné qu'un flux vidéo est composé d'une succession de 25 images par seconde, dans la vidéo qu'il célèbre sa troisième année dans *videoblogging*, ce choix de Leo de diviser l'écran en 25 carrés peut être lu comme une référence à la technique de vidéo sans laquelle le videoblogging n'existerait pas.

“*Vlog Tag Game*”, “*Just a Blog*”, “*An Unorganized Vlog*”, “*Last Blog Ever*”) nous montrent que tout comme le film de famille, le vidéoblogue reste en général indifférent à l’espace dans lequel l’action se déroule ou le vidéoblogueur/la vidéoblogueuse parle. Même si l’autour change de salle et tourne dans les différentes parties de la maison (“*How 2 : Make a Video Blog*”) ou continue à parler en dehors de sa maison (“*Weed, Weed, Weed*”), le résultat ne change guère et l’on se contente souvent de voir des personnages en gros plans parlant sans cesse dont le rapport à l’espace est implicite. Mais avant de parler de vidéos de Josh Leo qui représentent une exception à ce sujet, il faut noter que dans “*Sock Vlog*” qui est en effet un film expérimental sous forme d’un vidéoblogue dont le narrateur est une marionnette-chien formée d’une chaussette et des boutons qui parle devant des étagères remplies des chaussures et des chaussettes, nous pouvons voir un effort de construction d’un décor qui soit conforme à la diégèse du film.

Contrairement aux vidéos prises de YouTube qui ne s’intéressent pas à décrire l’espace où l’action se passe, dans les vidéos de Josh Leo, l’on rencontre une forte volonté de l’auteur de se mettre en contact avec l’endroit dans lequel il parle ou qui parfois constitue le sujet d’une vidéo entière comme c’est le cas dans ses vidéoblogues appelés “*My Yard*” (Mon Jardin) et “*Researching Our House*” (Recherchons Notre Maison). Dans ces vidéos qui s’ouvrent avec des plongées dans les endroits en question (le jardin et la nouvelle maison de Leo et sa femme), l’auteur se sert de nombreux panoramiques horizontaux (*pan*) qui explorent ces espaces de droite à gauche ou de gauche à droite et de plusieurs panoramiques verticaux (*tilt*) qui les balaient de haut en bas ou de bas en haut, par lesquels les spectateurs accèdent à une connaissance visuelle complète de ce dont Leo parle. Autre que de nous montrer des panneaux indicateurs pour décrire un lieu dont il est en train de parler comme “*Founders Brewing Company*” dans “*Beer and Vloggers*” (La Bière et Les Vidéoblogueurs) ou “*Ryerson Public Library*” dans “*Researching Our House*”, Leo accentue sa relation avec l’espace en nous présentant des plans dans lesquels on le voit s’étendre sur le sol de son jardin ou marcher dans les rues de West Michigan (rappelons que Leo tient aussi un blogue qui est entièrement consacré à West Michigan) caméra en main. Balayer les rues qu’il est en train de traverser avec sa voiture par un travelling naturel est un autre procédé auquel il a parfois recours (par exemple dans “*Beer and Vloggers*”).



Cette tendance de Josh Leo de décrire l'endroit où sa vie s'écoule devient encore plus emblématique dans la vidéo "*Christmas Eve Lanterns*" (Lanternes de la Veille de Noël). Cette vidéo muette dans laquelle Leo nous présente une ancienne tradition d'un quartier à Grand Rapids (Michigan) de mettre des lanternes de papier tout au long de la route à chaque veille de Noël, ne témoigne pas seulement de la capacité de Leo de raconter une histoire sans avoir recours aux paroles, mais aussi de la force potentielle du vidéoblogue de devenir fragment de la mémoire visuelle du monde. Comme les films de famille anciens qui témoignent maintenant de ce qu'étaient ces autres temps, ces autres mœurs, ces autres vies<sup>484</sup>, les vidéoblogues tels que cette vidéo de Leo qui nous montre certains aspects du quotidien de notre époque, se montrent, dans le même sens, capables d'être acceptés comme des constructeurs de la mémoire collective.

#### iv) Transmission du Discours

Quand on visite le vidéoblogue de Josh Leo, la première image qui nous accueille est l'image de Leo souriant, sa tête entourée d'un appareil photo<sup>485</sup>. Cette image dont Leo se sert comme une sorte de logo, en établissant un pont entre l'idée de ciné-œil de Dziga Vertov qui exprime la subjectivité de l'appareil déjà en 1923 en disant que "*Je suis un œil. Un œil mécanique. Moi, appareil, je vous ouvre un monde qui peut être vu que par moi*"<sup>486</sup> et les vidéos au travers lesquelles les vidéoblogueurs nous disent "*c'est ce que j'ai fait aujourd'hui, c'est la façon dont j'ai vu les choses d'où je me tiens maintenant*", nous pousse inévitablement à penser d'un lien probable entre le cinéma direct qui repose sur cette idée de Vertov et les vidéoblogues. Mais après avoir examiné notre corpus constitué plus particulièrement des vidéos dans lesquelles l'individu se détache de sa position derrière la caméra, quitte l'espace de l'énonciation pour entrer dans celui de l'énoncé en devenant lui-même l'image qui se donne à voir et le sujet qui parle, nous pouvons dire que dans les vidéoblogues le discours est en général transmis au spectateur par l'individu (à la fois sujet filmé et sujet qui filme) qui s'adresse à la caméra, ce qui nous fait penser à

---

<sup>484</sup> E. Kuyper, op. cit., p. 13

<sup>485</sup> Voir Annexe-5

<sup>486</sup> Cité par J. Berger, op. cit., p. 17

la photographie et au cinéma documentaire traditionnel où les sujets regardent directement la caméra<sup>487</sup> et moins au cinéma direct.

“Regarder la caméra, c’est dénoncer le filmage et donc compromettre la croyance dans l’existence du monde présenté”<sup>488</sup> dit Odin pour expliquer pourquoi cette façon d’adresser directement à la caméra est interdite dans le cinéma de fiction traditionnel. Même s’il y a des solutions de mise en scène qui permettent à l’acteur d’une fiction de regarder la caméra et au présentateur d’une émission télévisuelle de parler sans regarder la caméra, comme l’affirme Eco, l’habitude est de penser que celui qui parle sans regarder la caméra représente quelqu’un d’autre (un personnage fictif), tandis que celui qui parle en regardant la caméra se représente lui-même<sup>489</sup>. Donc, même s’il existe aussi dans la vlogosphère des nombreux vidéos qui nourrissent le voyeurisme du spectateur en lui donnant le sentiment de faire intrusion dans un monde qui n’est pas créé pour l’observateur (comme les scènes où Leo demande la main de Sara ou il s’entretient avec ses amis dans un café peuvent en constituer des exemples dans notre corpus), les vidéoblogueurs ont plutôt tendance à s’asseoir devant un *webcam* ou une caméra fixe –d’où des nombreux plans que les sujets évacuent le champ à cause d’un petit mouvement du corps et de nombreux objets approchés à la caméra comme il n’y a personne derrière l’appareil qui peut effectuer un petit *zoom in*- en disant au spectateur “*je ne suis pas un personnage imaginaire, je suis vraiment là et c’est à vous vraiment que je parle*”<sup>490</sup>.

En ce sens, il ne serait pas faux de reprendre un constat d’Odin sur le film de famille et de l’appliquer au vidéoblogue en disant que le destinataire du vidéoblogue n’est pas positionné en spectateur mais en participant<sup>491</sup>. “*Est-ce que vous sentez cette odeur ?*” nous demande Leo au milieu de sa vidéo “*My Yard*”. Au début de “*Weed, Weed, Weed*”, “*Comment allez-vous ?*” demande l’auteur et comme la plupart des vidéos qui constituent notre échantillon, avec un “*A bientôt*” adressé au spectateur finit “*Just a Blog*”. Etant donné que l’idée du journal intime filmé n’est

---

<sup>487</sup> R. Barthes, op. cit., p. 133

<sup>488</sup> R. Odin, op. cit., p. 30

<sup>489</sup> U. Eco, *La Guerre du Faux*, Editions Grasset, Paris, 1985, in *Dossiers de l’Audiovisuel : Ethique du Virtuel : des images au cyberspace*, n°65, 1996, p. 15

<sup>490</sup> idem., p. 16

<sup>491</sup> R. Odin, op. cit., p. 36

pas neuve<sup>492</sup>, nous pouvons dire que c'est surtout cette adresse au grand public, les internautes lecteurs en général et les membres de la vlogosphère en particulier, qui diffère le vidéoblogue du film de famille dont le discours n'est accessible qu'aux membres de la famille<sup>493</sup> et du film personnel expérimental qui est défini par son précurseur, Mekas, comme étant "*des films faits pour soi-même et quelques autres*"<sup>494</sup>. Comme des espaces contrôlés d'autoprésentation qui démontrent la dernière évolution de la tendance de l'individu d'utiliser toutes les technologies de la communication comme un outil pour s'exprimer et pour nouer des liens avec les autres<sup>495</sup>, les vidéoblogues nous présentent un monde qui n'est créé que pour nous et méritent dans ce sens d'être appelés –au lieu des journaux intimes- comme des « journaux extimes »<sup>496</sup> filmés.

*"C'est beaucoup de travail. Il ne s'agit pas seulement de s'asseoir face à un webcam et parler bla bla bla ou jouer de la guitare. C'est plus compliqué"* dit la marionnette-chien de "*Sock Vlog*" au propos du vidéoblogging. Même si l'abondance des plans tournés avec un appareil immobile devant un décor fixe symbolise d'une part un retour au tableau archaïque des premiers temps du cinématographe et à l'idée géniale de Frères Lumière de filmer et projeter en spectacle ce qui n'est pas spectacle<sup>497</sup>; la diversité technique, esthétique de vidéoblogues, en combinaison avec la variété des sujets qui y sont élaborés, observable même au niveau de notre petit échantillon aléatoire, nous montre qu'en tant que nouveaux espaces construits d'expression de soi, les vidéoblogues permettent aussi d'explorer une créativité narrative.

Mais ce qui est plus important de souligner est qu'en donnant à un vidéoblogueur nouvellement débarqué dans la vlogosphère la même chance de

---

<sup>492</sup> Sur ce point, le nom de Rick Kirkham, qui a tiré dès 1990 où il avait commencé à filmer régulièrement des journaux intimes, plus de 3000 heures de film et de vidéo, doit être cité. Ces images qui relatent toute l'histoire de la vie de Kirkham qui est aussi un reporter professionnel, ainsi que sa guerre contre la drogue sont réunies en 2006 dans un film nommé "TV Junkie".

*TV Junkie*, [DVD], Deep Ellum Pictures, 2006

<sup>493</sup> J.-P. Esquenazi, op. cit., p. 211

<sup>494</sup> Cité par L. Allard, op. cit., p. 119

<sup>495</sup> M. E.C. Griffith, op. cit., p. 2

<sup>496</sup> Terme utilisé par Laurence Allard pour décrire les blogues dans "Termitières Numériques, Les Blogs Comme Technologie Agrégative du Soi", *Multitudes* 2005-2, n°21, pp. 79-86 (Disponible en ligne : <http://multitudes.samizdat.net/Termitieres-numeriques-ou-les>)

<sup>497</sup> E. Morin, op. cit., p. 33

s'exprimer et d'accéder à un grand public<sup>498</sup> qu'un vidéoblogueur aussi connu que Josh Leo ou avancé dans les techniques du montage comme l'auteur de "*Sock Vlog*", les vidéoblogues remplissent une fonction sociale qui laisse le côté esthétique dans l'ombre. Avec les structures permanentes qu'ils présentent comme des plans fixes, des gros plans de visages -dont l'auteur de "*How 2 : Make a Video Blog*" se moque dans sa vidéo- ou des styles stéréotypés d'adresser au public -dont une vidéoblogueuse connue dans la vlogosphère avec le pseudonyme *Happyslip* fait la parodie dans sa vidéo "*Instant Vlogging*"<sup>499</sup>-, les vidéoblogues, par lesquels l'individu fête surtout lui-même doivent être abordés avant tout, par une réflexion pragmatique dans leur cadre communicationnel.

### **B) « BROADCAST YOURSELF » : VIDEOBLOGUEURS DANS « L'ERE DES SOLITUDES INTERACTIVES »**

*"L'Histoire de la vie de famille montre que l'idéologie de la vie domestique est devenue un culte réel au XIXème siècle dans la classe moyenne"*<sup>500</sup> précise Aasman. Insistant sur le fait que l'évolution sociale et la création technologique qu'elle suscite ou qui l'a suscitée sont inséparables, nous pouvons dire que la pratique du film de famille qui célèbre la « famille heureuse » en lui donnant l'occasion de s'exprimer à travers un film, s'inscrit justement dans cet idéal domestique qui doit être transmis -comme sa nature le néglige- aux autres groupes et aux autres classes. Autour des années 1950 qui marquent le moment où production et consommation de masse ne sont plus réservées uniquement à une classe de privilégiés<sup>501</sup> et la prospérité grandissante laisse davantage de temps et de la place pour la vie personnelle<sup>502</sup>, l'on assiste -au côté de l'idéologie de la famille nucléaire- à l'émergence d'un mouvement contraire, celui de l'idéologie individualiste hédoniste qui se trouve

---

<sup>498</sup> M. E.C. Griffith, op. cit., p. 10

<sup>499</sup> <http://www.happyslip.com/category/videos/>

<sup>500</sup> S. Aasman, op. cit., p. 108

<sup>501</sup> G. Lipovetsky, S. Charles, *Les Temps Hypermodernes*, Grasset, Paris, 2004, p. 30

<sup>502</sup> S. Aasman, op. cit., p. 108

d'après Lipovetsky au centre du modèle de la société postmoderne<sup>503</sup>, ainsi que l'hypermodernité<sup>504</sup> (à partir des années 1980) qui le suit<sup>505</sup>.

Rappelons l'anecdote du Parisien qui, au 28 Juillet 1831, expose son portrait en même temps que celui de Louis-Philippe avec la légende "*Il n'est point de distance entre Philippe et moi ; il est roi-citoyen, je suis citoyen-roi*".<sup>506</sup> Tout comme les blogues qui donnent un moyen aux gens ordinaires de s'exprimer, de dire "*nous sommes ici !*", de se sentir précieux et important, toujours sur cette voie de la prise de conscience de l'individu de lui-même, et nés au sein du paysage médiatique postmoderne où, d'après Baudrillard, la scène domestique et la sphère privée, avec ses règles, ses rituels et son intimité sont extériorisées en devenant explicites et transparentes<sup>507</sup>, les vidéoblogues rejoignent ce profond mouvement d'individualisation de la société (peu importe si l'on la décrit comme une société postmoderne, hypermoderne ou d'autre) dont parle Wolton<sup>508</sup>. En tant que nouvel médium de l'expression de soi conforme au nouveau modèle de communication proprement individuel dont parle-Miège<sup>509</sup>, les traces de cet individualisme sont observables dans le vidéoblogue aux deux niveaux sur lesquels il nous faut arrêter : le niveau de production de l'image vidéo et le niveau de sa réception.

---

<sup>503</sup> Jean-François Lyotard, un des précurseurs de la théorie postmoderne, définit le postmoderne par la crise des fondements et le déclin des grands systèmes de légitimation. Acceptant cette proposition de Lyotard comme juste, dans L'Ere du Vide, pour décrire le postmoderne Gilles Lipovetsky insiste plutôt sur la logique individualiste. G. Lipovetsky, L'Ere du Vide, Essais Sur L'Individualisme Contemporain, Gallimard, 1983

<sup>504</sup> "*La société hypermoderne est celle où les forces d'opposition à la modernité démocratique, individualiste et marchande ne sont plus structurantes et qui, par là, se trouve livrée à une spirale hyperbolique (...) dans les sphères les plus diverses de la technologie, de la vie économique, sociale et même individuelle. (...) Tout grossit, tout s'extrémise et devient vertigineux, « hors limite »*" G. Lipovetsky, J. Serroy, L'Ecran Global, Culture-médias et Cinéma à l'Age Hypermoderne, Editions du Seuil, 2007, pp. 51-52

<sup>505</sup> G. Lipovetsky, S. Charles, op. cit., p. 33

<sup>506</sup> E. Fournière, "Le Règne de Louis-Philippe" (1830-1848), in J. Jaurès (éd.), Histoire Socialiste (1789-1900), Editions Rouff, Paris, 1901, in G. Freund, op. cit., p. 22

<sup>507</sup> J. Baudrillard, "The Ecstasy of Communication", in H. Foster (éd.), The Anti-Aesthetic : Essays on Postmodern Culture, Bay Press, Washington, 1983, pp. 126-134, p. 130

<sup>508</sup> D. Wolton, Internet et Après ? : Une Théorie Critique des Nouveaux Médias, Flammarion, 2000, p.

87

<sup>509</sup> B. Miège, web. cit.

### 1) La production des vidéoblogues : un processus individuel dans une collectivité virtuelle

Comme nous avons déjà évoqué, le passage de la peinture de famille (une propriété de la bourgeoisie de la Renaissance) à la photographie de famille (au XIX<sup>ème</sup> siècle) et plus tard -avec l'essor du cinéma- au film de famille ne reflète pas seulement un changement technique mais aussi une révolution sociale comme ce qui est en question est aussi un passage de l'art professionnel à une pratique ordinaire. Animé par les nouvelles technologies de l'information et de la communication, surtout -à partir du début des années 2000- par la mise en scène du Web 2.0 qui fournit les applications du Web à l'utilisateur, ce rétrécissement spectaculaire de l'écart entre ce qui peut être accompli à la maison et ce qui peut être produit dans un environnement professionnel<sup>510</sup>, ne peut pas être conçu sans prendre en compte la grande vague de « l'amateurisme » qui est décrit par Ferniot comme étant « *la muse quotidienne, le Dionysos domestique, l'ordre flexible de la turlupinade* »<sup>511</sup>.

Nés des possibilités offertes par les blogues qui se caractérisent par leur grande facilité de création, en combinaison avec la légèreté de techniques de vidéo numérique en constante évolution, les vidéoblogues s'inscrivent dans cette vague de « l'amateurisme de masse »<sup>512</sup> -d'après la conceptualisation de Clay Shirky- qui est suivie par un court-circuit des acteurs intermédiaires. Grâce aux sites d'hébergement de vidéos qui poursuivent les exemples de Lulu<sup>513</sup> qui enlève l'éditeur et le distributeur entre l'auteur et son lecteur en imprimant et livrant des livres qui sont inscrits sur sa base de données selon la demande de l'utilisateur, de MySpace<sup>514</sup> (de même GarageBand, SellaBand et des autres) qui fait rencontrer les musiciens et l'audience sans intermédiaire de producteurs et de distributeurs ou de Peccadillopod<sup>515</sup> qui distribue des films à petit budget en ligne à un coût modéré en court-circuitant encore une fois les distributeurs et les directeurs de salle, aujourd'hui

---

<sup>510</sup> T. Coates, web. cit.

<sup>511</sup> M. Ferniot, op. cit., p. 133

<sup>512</sup> C. Shirky, web. cit.

<sup>513</sup> Lulu (www.lulu.com) qui propose aux auteurs l'impression de leur œuvre sans aucune avance de leur part, est un éditeur de livres, calendriers, vidéos, logiciels, musiques et sons, en ligne, spécialisé dans l'autopublication.

<sup>514</sup> MySpace (www.myspace.com) est un service de réseau social renommé surtout entre les musiciens amateurs ou professionnels par la possibilité qu'il leur donne pour entreposer leurs compositions musicales sur leurs espaces Web personnalisés.

<sup>515</sup> Peccadillopod (www.peccadillopod.com) est un site Web qui fonctionne sur la vidéo à la demande.

n'importe qui peut réaliser sa propre vidéo et la diffuser sur Internet qui devient, avec l'essor du vidéoblogging, une sorte de l'espace public pour les films personnels.

Une récente étude menée par Pew Internet, American Life Project sur la vidéo en ligne <sup>516</sup> montre que 57% des adultes américains en ligne utilisent l'Internet pour regarder ou pour télécharger des vidéos et pour 19% c'est une pratique quotidienne. Même si le pourcentage des usagers (toujours adultes américains) de l'Internet qui contribuent à la production de vidéo en ligne est seulement 8% (il faut remarquer que ce pourcentage était de 3% dans une enquête de 2004 faite aussi par la même organisation<sup>517</sup>), le fait que ce pourcentage s'élève à 15% pour les usagers de l'Internet entre 18-29 ans témoigne bien de la profondeur du phénomène.

100 millions de vidéos sont visionnées chaque jour sur YouTube et 65.000 nouvelles vidéos y sont ajoutées quotidiennement<sup>518</sup>. Au 16 Octobre 2007, YouTube recense 73.400 vidéos avec le terme « video blog » et 59.900 vidéos avec le terme « vlog ». A peu près dans une année (au 1 Septembre 2008, le jour que nous avons construit notre corpus) ce chiffre remonte à 966.000 pour le terme « video blog » et à 117.000 pour le terme « vlog ». Nous ne savons pas la proportion de duplications qui peut augmenter artificiellement la prévalence de ce type de vidéos par rapport à leur fréquence effective mais en considérant l'abondance des sites Web qui diffusent des vidéos en ligne (Est-ce que nous pouvons voir là un des symboles de la perte du sang du cinéma pour être l'avant-garde de la culture populaire?<sup>519</sup>) -y compris aussi les vidéoblogues- comme Daily Motion ou Google Video avec des sites Web qui ne diffusent que des vidéoblogues comme Video Blogging Universe ou Vlogdir, nous pouvons dire que la situation est un peu comme la situation en Grande Bretagne des années 1840 où chacun écrit trois fois par semaine des lettres de vingt pages à différents gens tout simplement parce que la durée de délivrance du courrier a

<sup>516</sup> M. Madden, "Online Video", Pew Internet&American Life Project [en ligne], 25.07.2007, [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Online\\_Video\\_2007.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Online_Video_2007.pdf)

<sup>517</sup> A. Lenhart, J. Horrigan, D. Fallows, "Content Creation Online", Pew Internet&American Life Project [en ligne], 29.02.2004, [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Content\\_Creation\\_Report.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Content_Creation_Report.pdf)

<sup>518</sup> G. Lipovetsky, J. Serroy, L'Ecran Global, Culture-médias et Cinéma à l'Age Hypermoderne, Editions du Seuil, 2007, p. 322

<sup>519</sup> Dans l'Ecran Global, Lipovetsky et Serroy développent la thèse selon laquelle cette prolifération des écrans, loin de signer la mort du cinéma, enregistre la plus grande mutation connue du celui-ci en le métamorphosant en hypercinéma dont les figures constitutives sont l'excès, la multiplicité et la distance. G. Lipovetsky, J. Serroy, op. cit., pp. 77-142

diminué grâce au service officiel de la poste qui était venu à être fondé<sup>520</sup>. Mais est-ce que l'on peut vraiment expliquer cette abondance des vidéoblogues par la rapidité et la facilité de leur création ? Pourquoi l'on les fait ? Pourquoi les vidéoblogues plaisent-ils tant ?

Etant donné que notre étude ne prévoit pas d'entretiens avec les vidéoblogueurs et ne comporte qu'une analyse narratologique des vidéos, nous ne pouvons pas donner une réponse précise à la question posée ci-dessus. Quand même, en nous appuyant sur des précieux travaux des chercheurs comme Wolton et Lipovetsky concernant des nouveaux médias et sur les interrogations qu'ils ont suscité, nous pouvons donner, du moins pouvons-nous l'espérer, quelques éléments de réponses.

Conformément à la logique du Web 2.0 qui enlève la friction entre l'utilisateur et le producteur du contenu en transformant ce premier en deuxième, comme les blogues qui les précèdent techniquement et aussi philosophiquement, les vidéoblogues représentent une nouvelle chance pour tous -quelque soit son itinéraire professionnel et ses diplômes- qui ont raté la première<sup>521</sup>. Ce que Josh Leo dit à propos de ses vidéoblogues, dans sa vidéo "3 Years" (Trois Années) réalisée à l'intention de la troisième anniversaire de la diffusion de son premier vidéoblogue, vient d'affirmer cette précision : *"Pour la première fois dans ma vie, j'ai le sentiment que quelque chose que j'ai fait est vraiment appréciée"*.

De la même manière, Tom Matrullo fait une analogie entre les blogues et le *loci amoeni*, terme désignant les jardins idylliques et sûrs, clos aux batailles du monde extérieur, dans lesquels les héros de la littérature de romance récupèrent<sup>522</sup>. Mais contrairement au *loci amoeni*, les blogues, ainsi que les vidéoblogues ne sont pas coupés du monde<sup>523</sup>. A un moment où il n'y a plus beaucoup de terrains d'aventures, ni d'évasion à offrir aux nouvelles générations<sup>524</sup> qui sont nourries

<sup>520</sup> W. Murch, *Göz Kırparken*, traduit par İ. Canikligil, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2005, p. 98

<sup>521</sup> D. Wolton, *Internet et Après ? : Une Théorie Critique des Nouveaux Médias*, Flammarion, 2000, p. 88

<sup>522</sup> T. Matrullo, *Loci Amoeni*, *Commonplaces*, 23 Janvier, 2002, cité par T. Mortensen, J. Walker, op. cit., p. 259

<sup>523</sup> idem., p. 260

<sup>524</sup> D. Wolton, op. cit., p. 88



d'une culture de l'image où le cinéma tient une place centrale<sup>525</sup>, l'individu, qui ne veut plus s'étaler sur le canapé et jouer avec la télé-commande trouve dans le vidéoblogue une figure de l'émancipation individuelle dans une collectivité virtuelle. Même s'il existe aussi dans la vlogosphère une logique économique qui, avec ses stars<sup>526</sup> et des techniques subtiles de marketing<sup>527</sup>, tend à absorber cet idéal de l'émancipation, ce qui s'est reproduit n'est pas une cinémania passive mais une « ciné-attitude » généralisée créative dans laquelle tout le monde veut devenir le sujet filmé et le sujet qui filme<sup>528</sup>.

## **2) La réception des vidéoblogues : un nouveau spectateur face à l'écran bleu**

Aucun récit filmique, y compris aussi le vidéoblogue qui est offert via Internet à la vue de tous et de n'importe qui, n'est reçu de la même manière par chacun des spectateurs. Il s'agit là de tout un domaine d'étude vaste appelé « les études de la réception » qui dépassent largement les limites de ce mémoire. Pourtant, sans discuter ces différences de réception, pour pouvoir mieux comprendre la place des vidéoblogues dans leur cadre communicationnel, il nous faut dire quelques mots sur les conditions de réception que ce nouvel medium de l'expression de soi par l'image mouvante exige et les caractéristiques du nouveau spectateur que ces nouvelles conditions suscitent.

*“Le support est peut-être ce qui se voit le moins et ce qui compte le plus”*<sup>529</sup> dit Debray pour mettre l'accent sur le fait que le choix des formes matérielles de transmission de l'image n'est pas seulement une question technique. Le

<sup>525</sup> G. Lipovetsky, J. Serroy, op. cit., p. 322

<sup>526</sup> Nous inspirant du terme « blogogéoisie » ou « blogeoisie » désignant les blogueurs dont les sites sont très visités (<http://fr.wikipedia.org/blog>), pour décrire les stars de la vlogosphère comme Josh Leo, nous pouvons proposer les termes « vlogogéoisie » ou « vlogeoisie ».

<sup>527</sup> Le *buzz* (bourdonnement en français) qui consiste à faire du bruit autour d'un nouveau produit est la technique marketing la plus répandue dans la blogosphère ainsi que la vlogosphère, mais la possibilité d'accueillir sur son blog ou vlog des régies d'annonces en ligne ou des liens commerciaux permet aussi au blogueur et au vidéoblogueur de générer des revenus (<http://fr.wikipedia.org>). Sur ce point, deux vidéoblogues méritent d'être cités : *Ryanedit* (<http://ryanedit.blogspot.com>), le site de RYANNE et JAY qui deviennent en Décembre 2006 les premiers vidéoblogueurs qui sont payés par une entreprise (Podtech) comme les producteurs, directeurs et éditeurs de leur propre vidéoblogue et *Rocketboom* ([www.rocketboom.com](http://www.rocketboom.com)) -avec sa présentatrice Amanda Congdon- qui devient dans la même année, le premier vidéoblogue à intégrer la publicité pour gagner de l'argent. M. E.C. Griffith, web. cit.

<sup>528</sup> G. Lipovetsky, J. Serroy, op. cit., p. 322-325

<sup>529</sup> R. Debray, Cours de Médiologie Générale, Galimard, Paris, 1991, p. 195

« dispositif », terme introduit par Jean-Louis Baudry en 1975, qui règle le rapport du spectateur à l'œuvre a sans doute des effets sur le spectateur en tant qu'individu<sup>530</sup>. En ce sens, conformément au parallélisme que Baudry établit entre la situation du spectateur de film et des esclaves enchaînés dans la caverne de Platon qui sont condamnés à ne voir de la réalité que les ombres projetées sur le mur<sup>531</sup>, le public des salles de cinéma se trouve face à trois contraintes principales : il n'a pas la possibilité de déterminer le moment de la communication ; dépourvu de la possibilité de maîtriser le débit, il reste prisonnier du rythme choisi par le conteur ; et dernièrement, en matière d'accès au contenu, il n'a aucune possibilité de retourner en arrière ou sélectionner une partie du récit à laquelle il s'intéresse<sup>532</sup>. Quant à l'ordinateur comme dispositif de l'image mouvante, il détermine tout une autre structure de réception qui n'a rien à voir avec celle-ci imposée par le projecteur dans la salle du cinéma.

Le spectateur du vidéoblogue face à l'écran bleu de son ordinateur, représente le nouveau spectateur qui, avec l'essor et la généralisation du support vidéo et DVD -en contredisant Ellul qui dit "*L'Image vient et va, elle ne peut être jamais revue*"<sup>533</sup> - n'obtient pas seulement la chance de libre accès à l'image, mais aussi -avec les possibilités de l'arrêt sur image, l'avance rapide ou le ralenti, la force de la manipuler et la reconstruire<sup>534</sup>. Pourtant, il est important de souligner que la vraie originalité du spectateur du vidéoblogue ne réside pas dans cette adoption de cette nouvelle lecture individualisée et parcellaire, mais dans le dynamisme qu'il y ajoute en introduisant l'interactivité.

Tout comme le blogue qui ne représente pas seulement un texte à lire, le vidéoblogue n'est pas seulement une image à regarder. Chaque vidéo signifie un appel en attente d'une réponse, donc une conversation potentielle. En ce sens, le destinataire du vidéoblogue qui, comme nous l'avons dit, n'est pas positionné comme un spectateur mais comme un participant, affranchit les limites du spectateur

---

<sup>530</sup> J. Aumont, op. cit., p. 144

<sup>531</sup> idem., pp. 44-45

<sup>532</sup> C. Vanderdorpe, *Du Papyrus à l'Hypertexte, Essai Sur les Mutations du Texte et de la Lecture*, cité par J-P. Aubert, "Du Cinéphile au Vidéophage : Naissance d'un Nouveau Spectateur", *Cahiers de Narratologie* [en ligne], Figures de la Lecture et du Lecteur, n°11, 2003, <http://revel.unice.fr/cnarra/document.html?id=3>

<sup>533</sup> J. Ellul, op. cit., p. 186

<sup>534</sup> J-P. Aubert, web. cit.

« tout-voyant » dont parle Metz<sup>535</sup>, qui ne fait que voir. Dans une communauté -qu'est la vlogosphère- animée par des activités comme des conférences (*Vloggercon*), des semaines spéciales (*videoblogging week*), des prix (*Vloggies*) et dont la continuité est assurée par une abondance de vidéos relatant comment commencer à faire des vidéoblogues, personne n'est qu'un spectateur. Répondant avec des nouvelles vidéos ou seulement en commentant un vidéoblogue, le destinataire du vidéoblogue, -tout comme son producteur (en effet chaque producteur du vidéoblogue est le destinataire d'un autre et vice versa)- en tant qu'individu seul mais interactif devant l'écran s'inscrit dans « l'ère des solitudes interactives » dont parle Wolton, où nous retrouvons les deux dimensions antinomiques, la valorisation de l'individu et son désir de faire partie d'une collectivité, ensemble<sup>536</sup>.

*“Ils s’y confessent, comme chez le psychiatre. Il en résulte des bandes très curieuses et dont on se dit que si chacun se confiait de la sorte, la machine deviendrait aussi passionnante que l’encre dans la solitude. (...) Ils sont plus libres que nous. Qu’ils en profitent.”*<sup>537</sup> dit Jean Cocteau, célèbre cinéaste français, à propos de cinéastes amateurs pour valoriser leur style qui ne tend pas vers la technique et qui donc nous présente « une mise à nu de l'intériorité »<sup>538</sup> jamais retrouvable dans le cinéma commercial où le directeur entouré par des gens doit travailler comme un général<sup>539</sup>. Comme l'on peut le conclure de ce qui vient d'être dit dans ce chapitre, nourris d'une longue tradition de se refléter par l'image et la notoriété des blogues, employé comme moyen d'extériorisation d'un souci créateur -qui se matérialise dans un style esthétique ou non- ou comme un moyen du témoignage tout court, le vidéoblogue est autre chose qu'un simple éloge du banal. Comme des nouveaux espaces construits de l'expression de soi par lesquels, conformément au slogan de YouTube « *Broadcast Yourself* », chacun diffuse son moi au gré de ses rêves et de ses fantasmes, les vidéoblogues dont la qualité esthétique est, nous l'avons vue, discutable, doivent être considérés avant tout comme des produits non-intentionnels qui constituent comme une grille de lecture de l'individu de notre temps.

<sup>535</sup> Cité par J. Aumont, op. cit., p. 146

<sup>536</sup> D. Wolton, op. cit., p. 106 et p. 231

<sup>537</sup> J. Cocteau, “Entretien avec A. Fraigneau”, in *Entretiens sur le Cinématographe*, Ramsay Poche, 1985, p. 30, cité par L. Allard, op. cit., p. 115

<sup>538</sup> L. Allard, op. cit., p. 120

<sup>539</sup> J. Mekas, *The Village Voice*, 8 Mai 1969, cité par L. Allard, op. cit., p. 119

## CONCLUSION

L'être humain cherche en quelque sorte à se refléter. Dans les dessins sur les murs de la Grotte Chauvet ou de la Grotte Lascaux qui sont classés parmi les plus anciennes formes d'expression artistique humaine ; dans la photographie dont l'exemple nous montre –autre que le fait qu'il faut chercher l'aura de l'œuvre de l'art d'aujourd'hui dans d'autre chose que sa matière- à quel point la dimension sociale cohabite avec la dimension technique ; dans le cinéma qui, quant à lui, met en lumière comment la dimension artistique cohabite avec la dimension économique ; et finalement dans la vidéo qui donne à l'homme/la femme ordinaire l'occasion de s'exprimer à travers l'image mouvante, nous pouvons voir cette même tendance de l'individu de se présenter à lui-même et aux autres. Nés des possibilités offertes par le Web 2.0 qui diminue significativement la quantité des habiletés techniques nécessaires pour pouvoir s'exprimer dans le monde virtuel, en combinaison avec ce développement des techniques de reproduction de l'image, les vidéoblogues s'inscrivent aussi dans cette longue tradition.

Aujourd'hui, dans les rues, dans les transports, chez nous, l'on filme et plus particulièrement l'on se filme. S'exprimer par l'image mouvante qui pour des décennies était une activité réservée à un public restreint en termes économiques et techniques, constitue aujourd'hui une grande partie de la production de contenu sur le Web. Notre époque où chacun peut devenir le directeur et le distributeur de sa propre image, ainsi que l'acteur de son propre film vient d'une part confirmer Jean Cocteau qui dit "*En tant qu'art, le cinématographe avait commencé trop grand et il finirait par devoir redevenir « petit et modeste »*"<sup>540</sup> et d'autre part Régis Debray qui voit dans cette vague de « tout-à-la vue », le déclin du regard plus que son triomphe<sup>541</sup>.

---

<sup>540</sup> Cité par E. de Kuyper, op. cit., p. 23

<sup>541</sup> R. Debray, op. cit., p. 456

En ce sens, les vidéoblogues, par lesquels l'individu s'expose dans un espace visuel construit, dans une ère où, par une grande vague amateurisme de toutes les pratiques qui touchent d'une part à l'art d'autre part à l'industrie (littérature, photographie, cinéma, musique), nous sommes en train de devenir les consommateurs de nos propres vie sociales et culturelles, peuvent être abordés par deux regards différents : D'une part dans ces images où, conformément à la société du spectacle dont parle Debord, la représentation de l'individu est préférée à la réalité, nous pouvons voir le dernier stade de la dégradation de l'image qui nous entoure et donc un espace de banalité ; d'autre part nous pouvons les considérer comme moyen d'extériorisation d'un souci créateur qui, en donnant la possibilité à chacun de produire et de reproduire l'image au lieu de la regarder uniquement, signifie un pas de plus vers la démocratisation de l'image.

S'appuyant sur l'idée que chaque image porte en soi des traces de son producteur, qu'elle sert d'une certaine façon à son producteur à s'exprimer, le résultat qui sort de ce mémoire qui vise à ne pas considérer le vidéoblogue comme un phénomène unidimensionnel mais double signifiant à la fois la démocratisation et la dégradation de l'image, est la nécessité de considérer ce nouveau medium de l'expression de soi avant tout comme une pratique de production culturelle dont les chiffres doivent être décodés pour accéder à l'individu de ce jour. Une étude sur un corpus plus riche que celui de notre recherche, qui dégagera les structures permanentes que ces nouveaux espaces de la configuration de l'intime nous présentent, peut nous donner sans doute plus d'éléments de réponse sur comment articule l'individu par le biais des nouvelles technologies et l'image mouvante, l'épanouissement de soi et l'appartenance à la collectivité. Parce qu'avec leur valeur sociologique, anthropologique et pourquoi pas esthétique, les vidéoblogues, dans lesquels celui/celle qui se tient derrière la caméra n'est personne mais une ciné-attitude généralisée, peuvent être acceptés comme d'excellentes sources pour comprendre l'individu contemporain.

## BIBLIOGRAPHIE

### A) ARTICLES

AASMAN Susan, “Le Film de Famille Comme Document Historique”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 97-111

ALLARD Laurence, “Une Rencontre Entre Film de Famille et Film Expérimental : Le Cinéma Personnel”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 113-125

ALLARD Laurence, “Termitières Numériques, Les Blogs Comme Technologie Agrégative du Soi”, *Multitudes* 2005-2, n°21, pp. 79-86 (Disponible en ligne : <http://multitudes.samizdat.net/Termitieres-numeriques-ou-les>)

AUBERT Jean-Paul, “Du Cinéphile au Vidéophage : Naissance d’un Nouveau Spectateur”, *Cahiers de Narratologie* [en ligne], *Figures de la Lecture et du Lecteur*, n°11, 2003, <http://revel.unice.fr/cnarra/document.html?id=3>

AUBERT Olivier, PRIÉ Yannick, “Des Hypervidéos Pour Créer et Echanger des Analyses de Documents Audiovisuels”, 2005, <http://liris.cnrs.fr/advenc/doc/h2ptm05-advenc.pdf>

BADGER Meredith, “Visual Blogs”, in *Into The Blogosphere : Rhetoric, Community and Culture of Weblogs* [en ligne], [consulté le 12.04.2007], [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/visual\\_blogs.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/visual_blogs.html)

BAOIL Andrew Ó, “Weblogs and The Public Sphere”, in *Into The Blogosphere : Rhetoric, Community and Culture of Weblogs* [en ligne], [consulté le 12.04.2007], [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblogs\\_and\\_the\\_public\\_sphere.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblogs_and_the_public_sphere.html)

BATIR Kerem, “İnternet ve Hukuk”, in *İnternet, Toplum, Kültür*, M. Binark, B. Kılıçbay (éd.), Epos Yayınları, 2005, pp. 153-176

BAUDRILLARD Jean, “The Ecstasy of Communication”, in H. Foster (éd.), *The Anti-Aesthetic : Essays on Postmodern Culture*, Bay Press, Washington, 1983, pp. 126-134

BENJAMIN Walter, “Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilebildiği Çağda Sanat Yapıtı”, traduit par A. Cemal in *Pasajlar, Yapı Kredi Yayınları*, İstanbul, 2001, pp. 50-86 ([http://www.fotografya.gen.tr/issue-14/W\\_Benjamin\\_index.htm](http://www.fotografya.gen.tr/issue-14/W_Benjamin_index.htm))

BLOOD Rebecca, “Weblogs : A History and Perspective”, in *Rebecca’s Pocket* [en ligne], 07.09.2000, [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)

BOXER Sarah, "Prospecting For Gold Among The Photoblogs", The New York Times, 25.05.2003,  
<http://www.nytimes.com/2003/05/25/arts/design/25BOXE.html?pagewanted=1&ei=5007&en=5039987b6d737900&ex=1369195200&partner=USERLAND>

CAN Gökberk, "Web Günlüklerinde Yeni Moda : Videoblog", PC Net, n°130, Avril, 2006, pp. 142-144

CANUDO Ricciotto, "La Tribune des Ecrivains Combattants" (1919), in Ricciotto Canudo, L'Usine Aux Images, Nouvelle Editions Séguier et Arte Editions, 1995

CARTIER Michel, "Information et Connaissance", in MichelCartier.com [en ligne], consulté le 11.03.2007,  
[http://www.michelcartier.com/McArticleB.php3?id\\_article=263](http://www.michelcartier.com/McArticleB.php3?id_article=263)

CARTIER Michel, "Les Groupes d'Interets et les Collectivités Locales", in MichelCartier.com [en ligne], consulté le 11.03.2007,  
[http://www.michelcartier.com/pdf/Cartier\\_groupes.pdf](http://www.michelcartier.com/pdf/Cartier_groupes.pdf)

COATES Tom, "(Weblogs and) The Mass Amateurization of (Nearly) Everything", in Plasticbag,  
[http://www.plasticbag.org/archives/2003/09/weblogs\\_and\\_the\\_mass\\_amateurisation\\_of\\_nearly\\_everything/](http://www.plasticbag.org/archives/2003/09/weblogs_and_the_mass_amateurisation_of_nearly_everything/), 03.09.2003

CRETON Laurent, "Le Marché du Caméscope : Innovation et Logique du Développement", in Le Film de Famille, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 191-205

DELEUZE Gilles, "Plato and the Simulacrum", in October, n°27, 1983, pp.52-53

DEUZE Mark, "The Web and Its Journalisms : Considering the Consequences of Different Types of Newsmidia Online", in New Media&Society, Vol. 5, No. 2, Sage Publications, London, 2003, pp. 203-230

DREYFUS Hubert L., "Bilgi Otobanında Nihilizm : Günümüz Çağında Anonimlik Karşısında Bağımlılık", İnternet : Üçüncü Devrim ?, Cogito n°30, Kış 2002, pp. 100-118

ÉMOND Bernard, "Lettre Aux Jeunes Gens Qui Me Demandent Comment Devenir Réalisateur : IL Y A TROP D'IMAGES", in Hors Champ, Janvier 2007,  
[http://www.horschamp.qc.ca/article.php3?id\\_article=244](http://www.horschamp.qc.ca/article.php3?id_article=244)

FEATHERSTONE Mike, "Postmodernism and the Aestheticization of Everyday Life", in Scott Lash, Jonathan Friedman (éd.), Modernity and Identity, Blackwell, Cambridge, 1996, pp. 265-290

FERNIOT Marc, "La Revanche de l'Anecdote : Trois Lectures Pour Une Esthétique Frivole du Film de Famille", in Le Film de Famille, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 127-145

FERRO Marc, "The Fiction Film and Historical Analysis", in P. Smith (éd.) *The Historian and Film*, Cambridge, 1976, pp. 80-85

GENETTE Gérard, "Frontières du Récit", in *L'Analyse Structurale du Récit*, Communications, n°8, Editions du Seuil, 1966, pp. 158-169

GRIFFITH Margaret E.C., "Looking For You : An Analysis of Video Blogs", Mai 2007, [http://www.allacademic.com/meta/p202124\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p202124_index.html)

GURAK Laura, ANTONIJEVIC Smiljana, JOHNSON Laurie, RATLIFF Clancy, REYMAN Jessica, "Introduction : Weblogs, Rhetoric, Community and Culture", in *Into The Blogosphere : Rhetoric, Community and Culture of Weblogs* [en ligne], [consulté le 12.04.2007], <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/introduction.html>

HENNION Antoine, LATOUR Bruno, "Comment Devenir Célèbre en Accumulant Toutes Les Erreurs à La Fois... Benjamin, l'Oeuvre d'Art, l'Aura et la Technique", in *Mapping Benjamin : The Work of Art in the Digital Age*, H. U. Gumbrecht, M. Marrinan (éds.), Stanford University Press, 1995  
([www.bruno-latour.fr/poparticles/poparticle/P-51-BENJAMIN-FR.pdf](http://www.bruno-latour.fr/poparticles/poparticle/P-51-BENJAMIN-FR.pdf))

HOCKING Sherry Miller, "Early Portable Video", in *The Experimental Television Center, Video History Project*, Avril 1992,  
<http://www.experimentalstvcenter.org/history/tools/ttext.php3?id=20&page=1>

HOEM Jon, "Videoblogs As Collective Documentary", présenté à BlogTalk 2004,  
[http://infodesign.no/artikler/videoblogs\\_as\\_collective\\_documentary.pdf](http://infodesign.no/artikler/videoblogs_as_collective_documentary.pdf)

JOLY Martine, "Les Trois Dimensions de l'Image", in *Sciences Humaines Hors Série : Le Monde de l'Image*, n°43, 2004, pp.10-23

JOUET Josiane, "Retour Critique Sur la Sociologie des Usages", in *Revue Réseaux* n°100, 2000, pp. 487-521

KUYPER Eric de, "Aux Origines du Cinéma : Le Film de Famille", in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 11-26, p. 14

MANN Steve, "Wearable Computing : A First Step Toward Personal Imaging", *Computer*, Vol. 30, n°2, Février 1997, [Disponible en ligne],  
<http://wearingcam.org/ieeecomputer/r2025.htm>

MATTELART Armand, "European Film Policy and The Response to Hollywood", in *World Cinema Critical Approaches*, John Hill, Pamela Church Gibson (éd.), Oxford University Press, New York, 2000, pp. 94-102

MIEGE Bernard, "Les TICs : Un Champ Marqué par la Complexité et un Entrelacs d'Enjeux", Avril 2002, <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/bogues/Mige.pdf>

MOLYNEAUX Heather, O'DONNELL Susan, GIBSON Kerri, SINGER Janice, "Exploring the Gender Divide on YouTube : An Analysis of the Creation and Reception of Vlogs", *American Communication Journal*, Volume 10, n1, Juin 2008, [Disponible en ligne], [http://iit-iti.nrc-cnrc.gc.ca/publications/nrc-50360\\_e.html](http://iit-iti.nrc-cnrc.gc.ca/publications/nrc-50360_e.html)



MORTENSEN Torill, WALKER Jill, “Blogging Thoughts : Personal Publication as An Online Research Tool”, in *Researching ICTs in Context*, Andrew Morrison (éd.), Intermedia Report, Oslo, 2002, pp. 249-279, (Disponible en ligne : [http://imweb.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching\\_ICTs\\_in\\_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf](http://imweb.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching_ICTs_in_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf))

MOSCO Vincent, “Les Nouvelles Technologies de Communication : Une Approche Politico-économique”, in *Réseaux : Communication, Technologie, Société, Questionner la Société de l’Information*, dossier coordonné par Bernard Miège, Vol. 18, n°101, Hermès, Paris, p. 109

ODIN Roger, “Le Film de Famille dans L’Institution Familiale”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 27-41

O’REILLY Tim, “Qu’est Ce Que le Web 2.0 : Modèles de Conception et d’Affaires Pour la Prochaine Génération de Logiciels”, traduit par Jean-Baptiste Boisseau, 30.09. 2005, <http://www.internetactu.net/2006/04/21/quest-ce-que-le-web-20-modeles-de-conception-et-daffaires-pour-la-prochaine-generation-de-logiciels/>

POSTER Mark, “CyberDemocracy : Internet and the Public Sphere”, 1995, [http://www.uoc.edu/in3/hermeneia/sala\\_de\\_lectura/mark\\_poster\\_cyberdemocracy.htm](http://www.uoc.edu/in3/hermeneia/sala_de_lectura/mark_poster_cyberdemocracy.htm)

RAMIREZ Francis, “Economie du Cinéma : Rappels à L’Ordre”, in *Le Cinéma et L’Argent*, L. Creton (éd.), Nathan Cinéma, Paris, 1999, pp. 17-29

RUOFF Jeffrey K., “1927 : Ciné Kodak Modèle B et Voiture Ford Modèle T”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 79-96

SCHWARTZ Vanessa, “Prémices du Cinéma à la Belle Epoque : Grand Spectacle dans la Ville Lumière”, in *Hors-Série Cahiers*, Novembre 2000, pp. 20-25

SHIRKY Clay, “Power Laws, Weblogs and Inequality”, in *Clay Shirky’s Writings About The Internet*, 02.10.2003, [http://www.shirky.com/writings/powerlaw\\_weblog.html](http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html)

SHIRKY Clay, “Weblogs and The Mass Amateurization of Publishing”, in *Clay Shirky’s Writings About The Internet*, [http://www.shirky.com/writings/weblogs\\_publishing.html](http://www.shirky.com/writings/weblogs_publishing.html), 03.10.2002

SIEREK Karl, “« C’est Beau, Ici », Se Reagerder Voir Dans Le Film de Famille”, in *Le Film de Famille*, R. Odin (éd.), Méridiens Klincksieck et Cie, 1995, pp. 63-77

TODOROV Tzvetan, “Les Catégories du Récit Littéraire”, in *L’Analyse Structurale du Récit*, *Communications*, n°8, Editions du Seuil, 1966, pp. 131-157

TUNÇ Aslı, “Yuttaşlık Hareketi Bir Klik Ötede mi ? Küresel Direnç Platformu Olarak İnternet”, in *İnternet, Toplum, Kültür*, M. Binark, B. Kılıçbay (éd.), Epos Yayınları, 2005, pp. 139-152

UNDERWOOD Mick, "Kamusal Alan Olarak İnternet", İnternet : Üçüncü Devrim ?, Cogito n°30, Kış 2002, pp. 120-142

## **B) OUVRAGES**

ADORNO Theodor W., HORKHEIMER Max, La Critique de la Raison (1947), Gallimard, Paris, 1983

ADORNO Theodor W., Théorie Esthétique, Klincksieck, 1982

AKYÜREK Engin, Ortaçağ'dan Yeniçağ'a Felsefe ve Sanat, Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 1994

ALTUNAY Alper, Mekanik Sanattan Elektronik Sanata Geçiş ve Video Sanatı, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No. 1539, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları No. 54, Eskişehir, 2004

ARNHEIM Rudolf, Sanat Olarak Sinema, Öteki Yayınevi, İstanbul, 2002

AUMONT Jacques, Esthétique du Film, Nathan, Paris, 2004

AUMONT Jacques, L'Image, Nathan, 1990

BARASCH Moshe, Theories of Modern Art : From Plato to Winckelmann, New York University Press, NewYork, 1985

BARTHES Roland, Camera Lucida, traduit par R. Akçakaya, Altıkırkbeş, İstanbul, 2000

BARTHES Roland, L'Empire des Signes, Skira-Flammarion, Paris, 1970

BAUDRILLARD Jean, Simulacres et Simulation, Galilée, Paris, 1981

BAUMGARTEN Alexander, Esthétique, Vol. 1, traduit par J.-Y. Pranchère, L'Herne, 1988

BAURET Gabriel, Approches de la Photographie, Editions Nathan, Paris, 1992

BAZIN André, Qu'est-ce que le Cinéma : Ontologie et Langage, Editions du Cerf, Paris, 1958

BENGHOZI Pierre-Jean, Le Cinéma Entre L'Art et L'Argent, Editions L'Harmattan, Paris, 1989

BENJAMIN Walter, Fotoğrafın Kısa Tarihi (1931), traduit par A. Cengizkan, YGS Yayınları, İstanbul, 2002

BERGER Joh, Görme Biçimleri, traduit par Y. Salman, Metis, İstanbul, 1986

BİNARK Mutlu, KILIÇBAY Barış (éd.), İnternet, Toplum, Kültür, Epos Yayınları, 2005

BLOOD Rebecca (éd.), *We've Got Blog : How Weblogs Are Changing Our Culture*, Perseus Publishing, 2002

BOURDIEU Pierre, *Un Art Moyen : Essai Sur Les Usages Sociaux De La Photographie*, Les Editions de Minuit, Paris, 1965

CASSETTI Francesco, *Les Théories du Cinéma Depuis 1945*, Nathan, Paris, 2000

CASTELLES Manuel, *La Société en Réseaux*, traduit par P. Delamare, Fayard, Paris, 2001

CRETON Laurent, *Cinéma et Marché*, Armand Colin/Masson, Paris, 1997

DEBORD Guy, *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, traduit par A. Ekmekçi, O. Taşkent, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996

DEBRAY Régis, *Cours de Médiologie Générale*, Galimard, Paris, 1991

DEBRAY Régis, *Vie et Mort de L'Image*, Editions Gallimard, 1992

DESCARTES René, *Discours de la Méthode : Suivi des Méditations Métaphysiques*, Ernest Flammarion, Paris, 1968

DURAND Régis, *Habiter L'Image : Essais Sur La Photographie (1990-1994)*, Marval, 1994

ECO Umberto, *Günlük Yaşamdan Sanata*, traduit par Kemal Atakay, Adam Yayınları, İstanbul, 1993

EISENSTEIN Sergei, *Film Duyumu*, traduit par Nijat Özön, Payel Yayınları, İstanbul, 1984

EISENSTEIN Sergei, *Sinema Sanatı*, traduit par Nilgün Sarman, Payel Yayınları, İstanbul, 1993

ELLUL Jacques, *Le Bluff Technologique*, Hachette, Paris, 1988

ELLUL Jacques, *Sözün Düşüşü*, traduit par H. Arslan, Paradigma Yayınları, İstanbul, 2004

ERDOĞAN Şenol (éd.), *Sinema Manifestoları, Sinemadan Videoya Görüntünün Yazılı Tarihi*, Altıkkırkbeş, İstanbul, 2007

FAURE Elie, *Yeniden Doğan Sanat*, traduit par B. Onaran, Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 1993

FERRO Marc, *Le Cinéma Vers Son Deuxième Siècle*, Le Monde Edition, Paris, 1995

FREUND Gisèle, *Photographie et Société*, Editions du Seuil, Paris, 1974

- FULCHIGNONI Enrico, La Civilisation de L'Image, Payot, coll. "Petite Bibliothèque Payot", 1969
- GAUDREAULT André, JOST François, Le Récit Cinématographique, Nathan Cinéma, 2004
- GILLMOR Dan, We, The Media : Grassroots Journalism by the People, for the People, O'Reilly, 2004, (Disponible en ligne : <http://oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>)
- GOMBRICH Ernst H., Sanatın Öyküsü, traduit par B. Cömert, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1986
- HEIDEGGER Martin, Teknik ve Dönüş (1954), traduit par N. Aça, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1998
- İÇEL Kayıhan, ÜNVER Yener, Kitle Haberleşme Hukuku, Beta, İstanbul, 2005
- KAGAN Moisej S., Estetik ve Sanat Dersleri, traduit par Aziz Çalışlar, İmge Yayınları, İstanbul, 1993
- KANT Emmanuel, La Critique de la Faculté de Juger (1790), traduit par A. Philonenko, Vrin, 1993
- KEEN Andrew, The Cult Of Amateur : How Today's Internet is Killing Our Culture, Doubleday, 2007
- KILIÇ Levend, Görüntü Estetiği, İnkılap Yayınları, İstanbul, 2003
- KUSPIT Donald, Sanatın Sonu, traduit par Yasemin Tezgiden, Metis Yayınları, İstanbul, 2006
- KYROU Ado, L'Age d'Or de la Carte Postale, André Balland, Paris, 1966
- LACROIX Guy, Le Mirage Internet : Enjeux Economiques et Sociaux, Editions Vigot, Paris, 1997
- LEVY Pierre, L'Intelligence Collective : Pour une Anthropologie du Cyberspace, La Découverte, Paris, 1994
- LIPOVETSKY Gilles, L'Ere du Vide, Essais Sur L'Individualisme Contemporain, Gallimard, 1983
- LIPOVETSKY Gilles, CHARLES Sébastien, Les Temps Hypermodernes, Grasset, Paris, 2004
- LIPOVETSKY Gilles, SERROY Jean, L'Ecran Global, Culture-médias et Cinéma à l'Age Hypermoderne, Editions du Seuil, 2007
- LOTMAN Yuri M., Sinema Estetiğinin Sorunları, Öteki, İstanbul, 1999

- MALRAUX André, Esquisse d'une Psychologie du Cinéma, Gallimard, Paris, 1946
- MARTIN Marcel, Le Langage Cinématographique, Editions du Cerf, Paris, 1955
- MCLUHAN Marshall, Pour Comprendre Les Médias, Coll. « Points Essais », Seuil, 1968
- MERLEAU-PONTY Maurice, Göz ve Tin, traduit par A. Soysal, Metis, İstanbul, 1996
- METZ Christian, Langage et Cinéma, Editions Albatros, Paris, 1977
- MISSIKA Jean-Louis, Dominique Wolton, La Folle du Logis : La Télévision dans les Sociétés Démocratiques, Editions Gallimard, 1983
- MITRY Jean, Esthétique et Psychologie du Cinéma, Editions du Cerf, Paris, 2001
- MOHOLY-NAGY László, The New Vision (1928), Wittenborn, New York, 1947
- MONTVALON Christine de, Les Mots du Cinéma, Editions Belin, Paris, 1987
- MORAN Berna, Edebiyat Kuramları ve Eleştiri, İletişim Yayınları, İstanbul, 2007
- MORIN Edgar, Le Cinéma ou L'Homme Imaginaire, Editions de Minuit, Paris, 1956
- ÖZDİLEK Ali Osman, İnternet ve Hukuk, Papatya Yayıncılık, İstanbul, 2002
- PLATO, The Republic, Penguin Books, London, 1955
- POPPER Frank, Art of the Electronic Age, Abrams Incorporated, New York, 1993
- POSTMAN Neil, Teknopoli : Yeni Dünya Düzeni, traduit par M. E. Yılmaz, Paradigma Yayıncılık, İstanbul, 2006
- RAMONET Ignacio, Medyanın Zorbalığı, traduit par Aykut Derman, Om Yayınevi, İstanbul
- READ Herbert, Sanat ve Toplum, traduit par Selçuk Mülayim, Ümran Yayınları, Ankara, 1981
- SARTORI Giovanni, Görmenin İktidarı, Homo Videns : Gören İnsan, traduit par G. Batuş, B. Ulukan, Karakutu Yayınları, İstanbul, 2006
- SCHATZ Thomas, Hollywood Genres : Formulas, Filmmaking and The Studio System, McGraw-Hill, 1981
- SENDERS Barry, Öküzün A'sı, traduit par Şehnaz Tahir, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999

SONTAG Susan, Fotoğraf Üzerine, traduit par Reha Akçakaya, Altıkırkbeş Yayınları, İstanbul, 1999

VANOYE Francis, Récit Ecrit, Récit Filmique, Collection Nathan Cinéma, 1989

WOLTON Dominique, Internet et Après ? : Une Théorie Critique des Nouveaux Médias, Flammarion, 2000

WOLTON Dominique Wolton, avec JAY Olivier, Internet, Petit Manuel de Survie, Flammarion, 2000

### **C) PERIODIQUES**

Dossiers de l'Audiovisuel : Ethique du Virtuel : des images au cyberspace, n°65, 1996

### **D) RAPPORTS**

LEADBEATER Charles, MILLER Paul, The Pro-Am Revolution : How Enthusiasts Are Changing Our Economy And Society, Pamphlet, 2004  
(<http://www.demos.co.uk/publications/proameconomy>)

LENHART Amanda, HORRIGAN John, FALLOWS Deborah, "Content Creation Online", Pew Internet&American Life Project, 29.02.2004,  
[http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Content\\_Creation\\_Report.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Content_Creation_Report.pdf)

MADDEN Mary, "Online Video", Pew Internet&American Life Project, 25.07.2007,  
[http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Online\\_Video\\_2007.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Online_Video_2007.pdf)

SIFRY David, "The State of the Live Web", April 2007,  
<http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html>

### **E) THESES**

KLANG Mathias, Disruptive Technology : Effects of Technology Regulation on Democracy, thèse de Doctorat, l'Université de Göteborg, Octobre 2006,  
[http://www.ituniv.se/~klangm//web/thesis/klang\\_thesis2.pdf](http://www.ituniv.se/~klangm//web/thesis/klang_thesis2.pdf)

### **F) CONFERENCES**

ERGUR Ali, "Web 2.0'in Yeni Olanakları ve Yeni Toplumsallıklar", in Web 2.0 : Web'de Evrim mi, Devrim mi ?, Tekil'03 (Conférence Nationale), l'Université Galatasaray, 18 Avril 2007

SAUVAGET Daniel, "Les Cinéastes Filment La Ville", in Villes et Cinéma : Lieux, Mémoires, Désirs (Colloque International), Institut Français d'Istanbul, 29-30 Mars 2007

**G) ROMANS-NOUVELLES**

FORSTER Edward Morgan, *The Machine Stops*, 1909 (Disponible en ligne : <http://emforster.de/hypertext/template.php3?t=tms>)

TOURNIER Michel, *La Goutte D'Or*, Gallimard, Paris, 1986

**H) DVD**

*Landmarks of Early Film (1886-1913)*, [DVD], The Blackhawk Films Collection, Image Entertainment Inc., 1994

*TV Junkie*, [DVD], Deep Ellum Pictures, 2006

**I) DICTIONNAIRES**

Dictionnaire des Médias, BALLE Francis, Larousse, 1999

Dictionnaire Philosophique, COMPTE-SPONVILLE André, Presses Universitaires de France, Paris, 2001

Le Dictionnaire de L'Informatique, (Microsoft Press Computer Dictionary) traduit par BRANDEIS P. , LEROY F., Dunod, Paris, 1992

Le Robert Micro, Dictionnaire de la Langue Française, rédaction dirigée par REY Alain, Dictionnaires Le Robert, Paris, 1998

Vocabulaire Technique du Cinéma, PINEL Vincent, Editions Nathan, Paris, 1996

**J) WEB**

BARLOW John Perry, "A Declaration of the Independence of Cyberspace", [http://w2.eff.org/Misc/Publications/John\\_Perry\\_Barlow/barlow\\_0296.declaration.txt](http://w2.eff.org/Misc/Publications/John_Perry_Barlow/barlow_0296.declaration.txt)

DENIEL Loies, "Le Manifeste International du Vlogging", Juin 2005, <http://France.vlog-videoblog.com/index.php/2005/09/16/18-manifeste-international-du-vlogging>

MILES Adrian, "Vogma", Décembre 2000, <http://hypertext.rmit.edu.au/vog/manifesto>

"Stephen Fry : Web 2.", Video Interview, <http://www.videojug.com/interview/stephen-fry-web-20>, 15.10.2007

<http://fr.wikipedia.org>

<http://sozluk.sourtimes.org>

<http://www.technorati.com>

# ANNEXES

## Annexe-1

TIME Magazine Cover: Person of the Year: You - Dec. 25, 2006

<http://www.time.com/time/covers/0,16641,20061225,00.html>

**TIME ARCHIVE**  
1923 to the Present

[Home](#) | [Archive](#) | [Feedback](#) Text size: [A-](#) [A](#) [A+](#)

---

Cover Search:   [See All Covers](#) [Search Tips](#)

Browse cover by year: 1925-1949 | 1950-1976 | 1977-2007

---

**Person of the Year: You** Dec. 25, 2006

[E-mail this](#) [previous week's cover](#) | [following week's cover](#)



PHOTO-ILLUSTRATION FOR TIME BY ARTHUR HOCHSTEIN, WITH PHOTOGRAPHS BY SPENCER JONES—GLASSHOUSE

**See This Cover In A Frame**  
Starting at \$15.95. [Buy it now](#) 

[Read the Cover Story](#) **Related Categories:**  
[Table of Contents](#) [Technology](#), [Person of the Year](#),  
[Buy a print](#) [YouTube](#), [Computers](#)

[Table of Contents](#)

ADVERTISEMENT



**Annexe-2****DECLARATION D'INDEPENDANCE DU CYBERESPACE**

Gouvernements du monde industriel, géants fatigués de chair et d'acier, je viens du cyberspace, nouvelle demeure de l'esprit. Au nom de l'avenir, je vous demande, à vous qui êtes du passé, de nous laisser tranquilles. Vous n'êtes pas les bienvenus parmi nous. Vous n'avez aucun droit de souveraineté sur nos lieux de rencontre.

Nous n'avons pas de gouvernement élu et nous ne sommes pas près d'en avoir un, aussi je m'adresse à vous avec la seule autorité que donne la liberté elle-même lorsqu'elle s'exprime. Je déclare que l'espace social global que nous construisons est indépendant, par nature, de la tyrannie que vous cherchez à nous imposer. Vous n'avez pas le droit moral de nous donner des ordres et vous ne disposez d'aucun moyen de contrainte que nous ayons de vraies raisons de craindre.

Les gouvernements tirent leur pouvoir légitime du consentement des gouvernés. Vous ne nous l'avez pas demandé et nous ne vous l'avons pas donné. Vous n'avez pas été conviés. Vous ne nous connaissez pas et vous ignorez tout de notre monde. Le cyberspace n'est pas borné par vos frontières. Ne croyez pas que vous puissiez le construire, comme s'il s'agissait d'un projet de construction publique. Vous ne le pouvez pas. C'est un acte de la nature et il se développe grâce à nos actions collectives.

Vous n'avez pas pris part à notre grande conversation, qui ne cesse de croître, et vous n'avez pas créé la richesse de nos marchés. Vous ne connaissez ni notre culture, ni notre éthique, ni les codes non écrits qui font déjà de notre société un monde plus ordonné que celui que vous pourriez obtenir en imposant toutes vos règles.

Vous prétendez que des problèmes se posent parmi nous et qu'il est nécessaire que vous les régliez. Vous utilisez ce prétexte pour envahir notre territoire. Nombre de ces problèmes n'ont aucune existence. Lorsque de véritables conflits se produiront, lorsque des erreurs seront commises, nous les identifierons et nous les réglerons par nos propres moyens. Nous établissons notre propre contrat social. L'autorité y sera définie selon les conditions de notre monde et non du vôtre. Notre monde est différent.

Le cyberspace est constitué par des échanges, des relations, et par la pensée elle-même, déployée comme une vague qui s'élève dans le réseau de nos communications. Notre monde est à la fois partout et nulle part, mais il n'est pas là où vivent les corps.

Nous créons un monde où tous peuvent entrer, sans privilège ni préjugé dicté par la race, le pouvoir économique, la puissance militaire ou le lieu de naissance.

Nous créons un monde où chacun, où qu'il se trouve, peut exprimer ses idées, aussi singulières qu'elles puissent être, sans craindre d'être réduit au silence ou à une norme.

Vos notions juridiques de propriété, d'expression, d'identité, de mouvement et de contexte ne s'appliquent pas à nous. Elles se fondent sur la matière. Ici, il n'y a pas de matière.

Nos identités n'ont pas de corps; ainsi, contrairement à vous, nous ne pouvons obtenir l'ordre par la contrainte physique. Nous croyons que l'autorité naîtra parmi nous de l'éthique, de l'intérêt individuel éclairé et du bien public. Nos identités peuvent être réparties sur un grand nombre de vos juridictions. La seule loi que toutes les cultures qui nous constituent s'accordent à reconnaître de façon générale est la Règle d'Or. Nous espérons que nous serons capables d'élaborer nos solutions particulières sur cette base. Mais nous ne pouvons pas accepter les solutions que vous tentez de nous imposer.

Aux États-Unis, vous avez aujourd'hui créé une loi, la loi sur la réforme des télécommunications, qui viole votre propre Constitution et représente une insulte aux rêves de Jefferson, Washington, Mill, Madison, Tocqueville et Brandeis. Ces rêves doivent désormais renaître en nous.

Vous êtes terrifiés par vos propres enfants, parce qu'ils sont les habitants d'un monde où vous ne serez jamais que des étrangers. Parce que vous les craignez, vous confiez la responsabilité parentale, que vous êtes trop lâches pour prendre en charge vous-mêmes, à vos bureaucraties. Dans notre monde, tous les sentiments, toutes les expressions de l'humanité, des plus vils aux plus angéliques, font partie d'un ensemble homogène, la conversation globale informatique. Nous ne pouvons pas séparer l'air qui suffoque de l'air dans lequel battent les ailes.

En Chine, en Allemagne, en France, en Russie, à Singapour, en Italie et aux États-Unis, vous vous efforcez de repousser le virus de la liberté en érigeant des postes de garde aux frontières du cyberspace. Ils peuvent vous préserver de la contagion pendant quelque temps, mais ils n'auront aucune efficacité dans un monde qui sera bientôt couvert de médias informatiques.

Vos industries de l'information toujours plus obsolètes voudraient se perpétuer en proposant des lois, en Amérique et ailleurs, qui prétendent définir des droits de propriété sur la parole elle-même dans le monde entier. Ces lois voudraient faire des idées un produit industriel quelconque, sans plus de noblesse qu'un morceau de fonte. Dans notre monde, tout ce que l'esprit humain est capable de créer peut être reproduit et diffusé à l'infini sans que cela ne coûte rien. La transmission globale de la pensée n'a plus besoin de vos usines pour s'accomplir.

Ces mesures toujours plus hostiles et colonialistes nous mettent dans une situation identique à celle qu'ont connue autrefois les amis de la liberté et de l'autodétermination, qui ont eu à rejeter l'autorité de pouvoirs distants et mal informés. Nous devons déclarer nos subjectivités virtuelles étrangères à votre souveraineté, même si nous continuons à consentir à ce que vous ayez le pouvoir sur nos corps. Nous nous répandrons sur la planète, si bien que personne ne pourra arrêter nos pensées.

Nous allons créer une civilisation de l'esprit dans le cyberspace. Puisse-t-elle être plus humaine et plus juste que le monde que vos gouvernements ont créé.

Davos (Suisse), le 8 février 1996.

John Perry Barlow, Cognitive Dissident Co-Founder, Electronic Frontier Foundation

**Annexe-3****MANIFESTE INTERNATIONAL DU VLOGGING**

Parce que nous refusons les évidences des cultures formatées, la domination des schémas culturels et le jeu faussé des collusions entre tous les pouvoirs, parce que nous aspirons à plus de solidarité dans la représentation du monde et de ses mutations, nous citoyens volontaires, défricheurs des territoires nouveaux, artistes, poètes de nos jours et historiens de nos émotions, comptables de notre regard et de notre pensée, nous revendiquons notre place collective et partagée comme acteur majeur du miroir de nos sociétés.

Nous nous engageons à irriguer les champs du savoir et de l'histoire d'une poésie puisée au coeur de nos quotidiens. Par la solidarité, le transfert de compétences, la capitalisation des technologies, la mutualisation des ressources et le désir profond de témoigner de nos vies, nos groupes, nos tribus, nos différences et de tout de qui nous rassemble dans un mouvement libre et profondément humain.

Armés, pacifiquement, de nos seuls caméscopes et de notre volonté toujours intacte d'être là où il n'y a jamais personne, ni chaîne de TV ni producteurs d'images volées au bénéfice du profit et de l'ombre, nous serons seulement là dans le mouvement de nos vies pour réinventer l'art et la matière des médias des nouveaux mondes. Tous unis, tous médias, pour multiplier les regards et les pensées, les échanges et les confrontations d'idées dans le respect des autres, de leur culture et de leur perception d'une seule et même terre.

Archipel Yves Tanguy - Juin 2005

**Annexe-4****VOGMA**

1. un vog respecte la bande passante
2. un vog n'est pas de la vidéo en streaming (ce n'est pas une réinvention de la télévision)
3. un vog utilise du son et de la vidéo utilisé capturé en direct
4. un vog est personnel
5. un vog utilise la technologie existante (ne nécessite rien de plus)
6. un vog expérimente avec la vidéo et l'audio comme écriture
7. un vog se situe entre écriture et télévisuel
8. un vog explore le lien ténu entre mots et images animées
9. un vog c'est dziga vertov avec un mac et un modem
10. un vog est un vidéoblogue où la vidéo dans un blogue doit être plus qu'une vidéo dans un blogue (Février 2003)

Adrian Miles, Décembre 2000

Annexe- 5

Josh Leo

10/02/2008 11:01 PM

# JOSHLEO.COM



I started blogging in 2002, but found my true passion with videoblogging on March 25 2005. Since that day, I have become more and more passionate about blogging, vlogging, podcasting, and grassroots media. I created a number of different projects. They feature my own content, and content that I enjoy from other people. Everything can be found here right on JoshLeo.com. So, take a look around, subscribe to a few feeds, search the archives, and leave a comment or two. Thanks for visiting.  
Have a good day!

 VLOG	 Josh's Picks	 StoneFarm
 Vlog Cats	 A Month in Germany	 BLOG
		

[CONTACT/ABOUT ME](#)

[SUBSCRIBE TO ALL](#) 

Copyright ©2006 Josh Leo | All Rights Reserved

Annexe-6

Page d'accueil de YouTube montrant les résultats de recherche faite le 1 Septembre 2008 avec le terme « video blog »

YouTube - Broadcast Yourself. 10/02/2008 10:51 PM

Suanda youtube.com'a vekil sunucu uzereinden ulasiyorsunuz. Uygunsuz icerikleri [lutfen bildirin](#).

[Worldwide](#) | [English](#) [Sign Up](#) | [QuickList \(0\)](#) | [Help](#) | [Sign In](#)

[Home](#)   [Videos](#)   [Channels](#)   [Community](#)

  Videos      [advanced](#)   [Upload](#)

"video blog" video results 1 - 20 of about 966,000

Videos	Channels	Sort by: <a href="#">Relevance</a>	Uploaded: <a href="#">Anytime</a>	Display:
<a href="#">Ads by Google</a> <a href="#">Ads by Google</a> <a href="#">Youtube Video</a> <a href="#">Video Youtube</a> <a href="#">Youtube Videos</a> <a href="#">Music Video</a> <a href="#">You Tube FR</a> <a href="#">Youtube</a> <a href="#">Funny Videos</a>		<input type="checkbox"/> Only show partner videos		
	<b>Blogs in Plain English</b> commoncraft.com/show A video for people who wonder why <b>blogs</b> are such a big deal. ... commoncraft paperworks plainenglish ...	Added: 9 months ago From: <a href="#">info4u4u</a> Views: 209,435	 <a href="#">Youtube Advertising Model</a> Latest World News from the International source- FT.com FT.com  <a href="#">Electronic Dance Music</a> Ellis Toms - Boogie Bots - Album - Down & Dirty - A State Of Mind www.ellistoms.com  Ads by Google	
	<b>just a blog.. blah</b> sorry it took so long. my internet died and i ... got.. hooked on dawsons creek. ANYWAY, thank you so much to all the ppl ... <a href="#">(more)</a>	Added: 1 year ago From: <a href="#">communitycha...</a> Views: 127,303		
	<b>Dana's UFC 87 Video Blog 8/6/08</b> Recorded on August 6, 2008 ... ufc 87 ultimate fighting mma dana white georges st pierre jon fitch brock lesnar heath ...	Added: 3 weeks ago From: <a href="#">UFC</a> Views: 58,364		
	<b>P.Diddy Blog #3: Hip Hop is Alive!</b> P.Diddy <b>Blog</b> #3: Hip Hop is Alive! ... Diddy Bad Boy Records Lil Wayne Sean John Ciroc Atlantic Motown Nas ...	Added: 2 months ago From: <a href="#">BadBoyRecords</a> Views: 502,399		
	<b>Weezy Blog #1 - Thank You</b> Lil Wayne's first exclusive <b>blog</b> thanking all of his fans for the first week sales of The Carter 3 - A MILLIE!!! *Tha ... <a href="#">(more)</a>  <a href="#">part 1</a> - <a href="#">part 2</a> - <a href="#">part 3</a>	Added: 2 months ago From: <a href="#">QD3ENT</a> Views: 392,970		
	<b>The Blog Show</b> A special edition of Washington Post Live's " <b>Blog Show</b> ," with Dan Steinberg of The Washington Post and Jamie Moltram of ... <a href="#">(more)</a>	Added: 3 months ago From: <a href="#">damascusitem</a> Views: 30,408		
	<b>Last Blog Ever</b> Sorry this video is so long. I know most people are	Added: 1 year ago From: <a href="#">LisaNora</a>		

## Annexe-7

## Page d'accueil de YouTube montrant les résultats de recherche faite le 1 Septembre 2008 avec le terme « vlog »

YouTube - Broadcast Yourself. 10/02/2008 11:25 PM

Suanda youtube.com'a vekil sunucu uzereinden ulasiyorsunuz. Uygunsuz icerikleri [lutfen bildirin](#).

[Worldwide](#) | [English](#) [Sign Up](#) | [QuickList \(0\)](#) | [Help](#) | [Sign In](#)

[Home](#) [Videos](#) [Channels](#) [Community](#)

[advanced](#)

"vlog" video results 1 - 20 of about 117,000

**Videos** **Channels** Sort by: **Relevance** Uploaded: **Anytime** Display:

Also try: [happyslip](#) [random](#)

[Ads by Google](#) [Desktop Girls](#) [Desktop Wallpaper](#) [Disney Desktop](#) [Animated Desktop](#) [Desktop Themes XP](#)  
[Hot Nicole Gallery](#) [Become Your Own Boss](#)

Only show partner videos

[Paypal Alternative Video](#)  
Paypal Alternative Nochex Youtube Switch Payment Provider Youtube

[Electronic Dance Music](#)  
Ellis Toms - Boogie Bots - Album - Down & Dirty - A State Of Mind

Ads by Google

[Weed, Weed, Weed \(Vlog\)](#)  
my medical marijuana card. If I say that this video can't be removed by YouTube. :) ... Weed Audible 484 **Vlog** Marijuana 420 ... [\(more\)](#)

Added: 3 days ago  
From: [Audible84](#)  
Views: 1,320

05:10  
More in [People & Blogs](#)

Show more videos recently added: [Today](#) | [This week](#)

---

[Random Vlog](#)  
A random **vlog** about nothing at all. No really. My apologies. ... Random **Vlog** for the sake of it all Karen spricket24 ...

Added: 1 year ago  
From: [spricket24](#)  
Views: 107,861

04:12  
More in [People & Blogs](#)

[Vlog from Boston "My Soldier" Snippet](#)  
latest adventures in Boston.. please visit <http://ajrafael.blogspot.com> ... aj rafael **vlog** my soldier boston berklee ... [\(more\)](#)

Added: 1 day ago  
From: [ajaj](#)  
Views: 3,658

02:01  
More in [Music](#)

---

[How to make your 1st Vlog! START TODAY!](#)  
how to start **vlogging** online! Introduce yourself on your first **vlog**, and post it as a video response! If you've already ... [\(more\)](#)

Added: 1 year ago  
From: [Blade376](#)  
Views: 380,447

07:17  
More in [People & Blogs](#)

---

[HappySlip Vlog #1](#)  
<http://www.happyslip.com> Answering your questions. ... happyslip **vlog** happy slip filipino filipina pinoy pinay ...

Added: 1 year ago  
From: [HappySlip](#)  
Views: 452,231

07:48  
More in [News & Politics](#)

---

[Vlog Tag Game](#)  
[IT'S A CRAZE THAT'LL TAKE OVER THE SITE] "ough" ... alex day nerimon **vlog** tag game start the crazell! ...

Added: 8 months ago  
From: [nerimon](#)  
Views: 631,249

04:15

**EVLENMEK İÇİN DÜĞMEYE BAS**

**BAS EVLEN**

**EVLENDİREN ARKADAŞLIK SİTESİNE ÜYE OL**

[Barcu 23 Yaşında İSTANBUL](#) [GözDest 21 Yaşında ANKARA](#) [YakupKLI 19 Yaşında İSTANBUL](#)

[Paypal Alternative Video](#)  
Paypal Alternative Nochex Youtube Switch Payment Provider Youtube [youtube.com/nochexuk](http://youtube.com/nochexuk)

[Electronic Dance Music](#)  
Ellis Toms - Boogie Bots - Album - Down & Dirty - A State Of Mind [www.ellistoms.com](http://www.ellistoms.com)

[Youtube Advertising Model](#)  
Latest World News from the International source- FT.com FT.com

[Desktop Systems on Sale](#)  
Buy KA403UT for \$502.70 Go online or call 888-644-7017 [www.compuvest.com](http://www.compuvest.com)

Ads by Google

file:///Users/Ece/Desktop/YouTube%20-%20Broadcast%20Yourself..webarchive Page 1 of 3

Annexe-8

VlogMap Community  
The World of Video Blogs

video blog hosting:  
\$50 off any plan

[Maps](#) | [Videos](#) | [Google Earth](#) | [Handbook](#) | [Feedburner](#) | [Submit](#)

[Blog](#) | [News](#) | [Feed](#)

---

**Navigation**

- video maps
- recent vlogs
- recent videos
- vlogger profiles
- mailing list

**User login**

Username: \*

Password: \*

(Log in)

- Create new account
- Request new password

### Video Blog / Podcast Map



**Search**

**Top Countries**

- USA (809)
- Canada (80)
- Great Britain (73)
- Germany (51)
- Spain (46)
- Netherlands (38)
- France (33)
- Italy (33)
- Australia (32)
- Japan (26)
- Sweden (15)
- Turkey (14)
- Chile (12)
- Portugal (12)
- Denmark (11)

[more countries](#)

---

**RSS Feeds**

- all of vlogmap
- recent vlogs
- recent videos
- vlogmap blog
- aggregated news

**Google Earth Data**

- video blogs

**New Video Blogs**

- Wheezy Waiter
- quintanomediamedia.com
- lumanarkum
- El blog del buen humor
- Bicycle TV
- Amsterdamize
- FAP TV
- Romulus Cristea Youtube Channel
- Romulus Cristea's videos Vodpod
- tv mert

[more](#) | [maps](#) | [feed](#)

**Newly mapped videos**

- Your IRS debt doesn't last for...
- Desfile do grupo de Cabequed...
- Música ao vivo no Pavilhão 1...
- Concerto de Kalashnikov (Quad...
- Algarve Green Vehicle Challeng...
- Algarve Green Vehicle Challeng...
- Pega do Grupo Forcados Amadore...
- Dunas Douradas Roubadas III
- Swag Boy - Tanya aka T6 New Sl...
- Romulus Cristea/ Filmare cu we...

[more videos](#)

**Aggregated news**

- Another behind-the-scene video of Pussyc...
- Vid-Biz: MRC, Kudrow, WooMe
- Hulu Adds Genres, Discussion, Search Fea...
- Will There Be Video on the Google Phone?
- Southwest picks blog-spondent - Bizjou...
- Netflix Streams Disney, CBS TV Content
- Post-Party Depression - Seattle Post Int...
- The Godfather Available for Digital Down...
- StatShot: Top BitTorrented Movies and th...
- Adap.tv Raises \$13M for Changed Strategy
- Kim Kardashian defends her waistline - M...
- Six New Directors Who Are Making Music V...
- ET To Have Transformers Tuesday...
- CBS' iPhone App Requires Jailbroken Ph...
- Pirate Bay Imposters Launch Streaming V...
- 9,000 Penises, MobLogic: NTV Station Today
- Update: NNN Show Loses a "Coincidence"
- Vid-Biz: Anystream, DigiMeld, Sony DRM
- IVT Emerges to Claim Corporate Video Turf
- Video Blog: Plaza Art Fair - MyFox Kansa...

[more](#) | [feed](#)

---

**Community News**

[yahoo group](#) | [we are the media](#) | [video podcasting news](#)

**Learn How To Vlog**

[vlogger handbook community wiki](#) | [freevlog](#) | [node101](#) | [videoblogging.info](#)

**Video Aggregators**

[mefeedia](#) | [vlogdir](#) | [fireant](#) | [democracy](#) | [itunes](#)

**Video Hosting**

[dreamhost](#) | [blip](#) | [ourmedia](#) | [ilbsyn](#) | [youtube](#) | [tagworld](#) | [google video](#)

---

**VlogMap In The News**

"Colombianos que se muestran en la red" (Columbia)

"AmigoFish, VlogMap Point to Podcast Goodness"

"All the world's a stage" (Asia)

"Popular News Anchor Leaves Video Blog Site"

"Vlogs, cuando los videos invaden las bitácoras online" (Chile)

"The promise of live video blogging" (India)

"Video bloggers claim spotlight"

"The Ultimate Guide to the Online Video Universe"

"Rocketboom Wins Viewers on the Web"

"Where Google's Maps Will Take Us"

"Vlog ou videoblog" (France)



**Annexe-9****CORPUS**

1. “*My Yard*” (Josh Leo, [www.joshleo.com/vlog](http://www.joshleo.com/vlog))
2. “*Josh and Potok*” (Josh Leo, [www.joshleo.com/vlog](http://www.joshleo.com/vlog))
3. “*Traffic*” (Josh Leo, [www.joshleo.com/vlog](http://www.joshleo.com/vlog))
4. “*On Our Walk*” (Josh Leo, [www.joshleo.com/vlog](http://www.joshleo.com/vlog))
5. “*Researching Our House*” (Josh Leo, [www.joshleo.com/vlog](http://www.joshleo.com/vlog))
6. “*Beer and Vloggers*” (Josh Leo, [www.joshleo.com/vlog](http://www.joshleo.com/vlog))
7. “*Water Music*” (Josh Leo, [www.joshleo.com/vlog](http://www.joshleo.com/vlog))
8. “*3 Years*” (Josh Leo, [www.joshleo.com/vlog](http://www.joshleo.com/vlog))
9. “*2007*” (Josh Leo, [www.joshleo.com/vlog](http://www.joshleo.com/vlog))
10. “*Christmas Eve Lanterns*” (Josh Leo, [www.joshleo.com/vlog](http://www.joshleo.com/vlog))
11. “*Weed, Weed, Weed (Vlog)*” (Auteur : Audible 484, YouTube)
12. “*Random Vlog*” (Auteur : Spricket 24, YouTube)
13. “*How To Make Your 1st Vlog ! Start Today !*” (Auteur : Blade 376, YouTube)
14. “*Vlog Tag Game*” (Auteur : Nerimon, YouTube)
15. “*Sock Vlog*” (Auteur : Parisiansock, YouTube)
16. “*Just A Blog... blah*” (Auteur : Communitycha, YouTube)
17. “*Dana’s UFC 87 Video Blog 8/6/08*” (Auteur : UFC, YouTube)
18. “*Last Blog Ever*” (Auteur : LisaNova, YouTube)
19. “*An Unorganized Vlog*” (Auteur : Applemilk1988, YouTube)
20. “*How 2 : Make a Video Blog*” (Auteur : Brookers, YouTube)

## **CURRICULUM VITAE**

Ece Vitrinel est née à İstanbul en 1981. Diplômée d'Hüseyin Avni Sözen Anadolu Lisesi, elle a fait ses études supérieures dans la Faculté de Communication de l'Université Galatasaray où elle travaille depuis 2005 comme assistante de recherche. En 2008, elle a soutenu sa thèse de master recherche intitulée « *Les Vidéoblogues : Démocratisation ou Dégradation de l'Image* » dans le cadre du programme Master de Recherche en Communication et Etudes sur Les Médias de l'Université Galatasaray.