

# INTERNET RAVIT LA CULTURE

LE 19 NOVEMBRE 2011 ANDRÉ GUNTHERT

En créant une zone de réappropriation illimitée des contenus, le web ouvre la voie au remix populaire de la culture. Un fait majeur dans l'histoire de la propriété intellectuelle et de la création que décrypte André Gunthert, chercheur à l'EHESS.



Dans son célèbre article “L’œuvre d’art à l’époque de sa reproductibilité technique”, publié en 1939, Walter Benjamin dessine l’opposition paradigmatique de deux cultures<sup>1</sup>. Face à l’ancienne culture bourgeoise, appuyée sur le modèle de l’unicité de l’œuvre d’art, les nouveaux médias que sont la photographie et le cinéma imposent par la “reproductibilité” le règne des industries culturelles.

Un demi-siècle plus tard, la révolution des outils numériques nous confronte à une nouvelle mutation radicale. La *dématérialisation* des contenus apportée par l’informatique et leur *diffusion* universelle par internet confère aux œuvres de l’esprit une *fluidité* qui déborde tous les canaux existants. Alors que la circulation réglée des productions culturelles permettait d’en préserver le contrôle, cette faculté nouvelle favorise l’appropriation et la remixabilité des contenus en dehors de tout cadre juridique ou commercial. Dans le contexte globalisé de l’économie de l’attention<sup>2</sup>, l’appropriabilité n’apparaît pas seulement comme la caractéristique fondamentale des contenus numériques : elle s’impose également comme le nouveau paradigme de la culture post-industrielle.

## Mythologie des amateurs

Cette évolution a d’abord été perçue de façon confuse. Au milieu des années 2000, la diffusion de logiciels d’assistance aux loisirs créatifs<sup>3</sup>, le développement de plates-formes de partage de contenus<sup>4</sup>, ainsi qu’une promotion du web interactif aux accents volontiers messianiques<sup>5</sup> alimentent l’idée d’un “sacre des amateurs”<sup>6</sup>. Appuyée sur la baisse statistique de la consommation des médias traditionnels et la croissance corollaire de la consultation des supports en ligne, cette vision d’un nouveau partage de l’attention prédit que la production désintéressée des amateurs ne tardera pas à concurrencer celle des industries culturelles.

Dans cette mythologie optimiste, l’amateur est avant tout conçu comme producteur de contenus vidéos, selon des modalités qui ont des relents de nouveau primitivisme. Dans le film *Soyez sympas, rembobinez !* (*Be Kind Rewind*, 2008) de Michel Gondry, qui fait figure d’allégorie de la révolution des amateurs, les vidéos bricolées par les héros en remplacement des cassettes effacées rencontrent un succès phénoménal auprès du public local. Cette réception imaginaire traduit la croyance alors largement partagée que la production naïve des amateurs est capable de susciter un intérêt comparable ou supérieur aux productions professionnelles.

Racheté par Google en 2006 pour 1,65 milliards de dollars, YouTube incarne exemplairement ce nouveau Graal. Mais la plate-forme ne tient pas la promesse signifiée par son slogan : *"Broadcast yourself"*. Il devient rapidement clair que les services d'hébergement vidéo sont majoritairement utilisés pour rediffuser des copies de programmes télévisés ou de DVD plutôt que pour partager des productions originales. Guidée par la promotion automatique des séquences les plus fréquentées, la réponse du moteur de recherche aux requêtes des usagers accentue la valorisation des contenus *mainstream*.



The image shows a screenshot of a YouTube video player. At the top, the YouTube logo is on the left, followed by a search bar with the text 'Rechercher' and a 'Parcourir' button. Below the search bar, the video title 'Justin Bieber - Baby ft. Ludacris' is displayed. Underneath the title, there is a channel name 'JustinBieberVEVO', a video count '15 vidéos', and a 'S'abonner' button. The video player itself shows a scene from the music video 'Baby' by Justin Bieber, featuring him in a dark jacket on a stage with a large guitar graphic in the background. The video progress bar shows 0:06 / 3:45. Below the video player, there are interaction buttons: 'J'aime', 'Ajouter à', 'Partager', 'Intégrer', and a flag icon. To the right of these buttons, the view count '500 099 471' is displayed. Below the view count, there is a bar chart showing '576 987 aiment, 1 146' and '731 n'aiment pas'.

A la fin des années 2000, malgré quelques exemples isolés, il faut admettre que les "contenus générés par l'utilisateur", ou *UGC*, n'ont pas révolutionné les industries culturelles ni créé une offre alternative durable. YouTube a été envahi par les clips de chanteurs à succès, diffusés par leurs éditeurs à titre de publicité, qui sont parmi les contenus les plus regardés de la plate-forme. L'autoproduction reste présente en ligne, mais n'est plus mise en avant par la presse, dont la curiosité s'est déplacée vers les usages des réseaux sociaux. Construite par opposition avec le monde professionnel, la notion même d'amateur apparaît comme une relique de l'époque des industries culturelles – qui maintiennent fermement la distinction entre producteurs et public –, plutôt que comme un terme approprié pour décrire le nouvel écosystème.

La mythologie des amateurs, qui n'est qu'un cas particulier de la dynamique générale de l'appropriation, est désormais passée de mode, en même temps que le slogan du web 2.0. Elle n'en laisse pas moins une empreinte profonde, symbole de la capacité des pratiques numériques à réviser les hiérarchies sociales, mais aussi du passage de la démocratisation de l'accès aux contenus (décrite par Walter Benjamin), à la dimension interactive et participative caractéristique de la culture post-industrielle.

## L'appropriation comme fait social

Quoique le terme d'appropriation puisse renvoyer aux formes légitimes de transfert de propriété que sont l'acquisition, le legs ou le don, il recouvre de façon plus générale l'ensemble du champ de la transmission et désigne plus particulièrement ses applications irrégulières, forcées ou secondes, comme la conquête, le vol, le plagiat, le détournement, l'adaptation, la citation, le *remix*, etc. Bornées par la codification moderne du droit de propriété, les pratiques de l'appropriation semblent héritées d'un état moins sophistiqué des échanges sociaux.

Le volet le plus apparent de l'appropriation numérique est l'activité de copie privée. Avant la dématérialisation des supports, le caractère fastidieux de la reproduction d'une œuvre

audiovisuelle freinait son extension; sa circulation était nécessairement limitée à un cercle restreint. L'état numérique balaie ces contraintes et stimule la copie dans des proportions inconnues. L'industrie des contenus, qui voit chuter la vente des supports physiques, CD ou DVD, décide de combattre cette consommation parallèle qu'elle désigne sous le nom de "piratage"<sup>7</sup>. En France, la ministre de la Culture Christine Albanel charge en 2007 Denis Olivennes, alors PDG de la FNAC, d'élaborer une proposition législative visant à sanctionner par la suspension de l'abonnement internet le partage en ligne d'œuvres protégées par le droit d'auteur.

Le projet de loi "Création et internet", ou loi Hadopi, repose sur l'idée d'une automatisation de la sanction, dont le processus devrait pouvoir se dérouler hors procédure judiciaire à partir des signalements effectués par les fournisseurs d'accès, sur le modèle des contraventions envoyées à partir des enregistrements radar de dépassement de la vitesse autorisée sur le réseau routier.



En juin 2009, cet aspect du projet législatif est censuré par le Conseil constitutionnel. Un dispositif revu, qui sera finalement adopté en octobre 2009, contourne cet obstacle en imposant à l'abonné la responsabilité de la sécurisation de son accès internet. En juillet 2011, l'institution nouvellement créée indique avoir reçu en neuf mois plus de 18 millions de constats de la part des sociétés d'auteurs (SCPP, SACEM, etc.), soit 75 000 saisines/jour<sup>8</sup>. Ces chiffres expliquent le choix d'un traitement "industriel" de la fraude, seule réponse possible face à l'ampleur du phénomène.

Ces mêmes indications auraient pu conduire à s'interroger sur la nature des pratiques incriminées. Peut-on encore qualifier de déviant un comportement aussi massif ? N'est-il pas plus légitime de le considérer comme un fait social ? D'autres approches tentent au contraire d'intégrer les pratiques appropriatives au sein du paysage culturel. Proposées en 2001 par le juriste Lawrence Lessig sur le modèle du logiciel libre, les licences Creative Commons se présentent comme des contrats permettant à l'auteur d'une œuvre de définir son degré d'appropriabilité<sup>9</sup>.

Ces élaborations juridiques contradictoires illustrent les tensions occasionnées par les usages numériques dans le monde des œuvres de l'esprit. La publication à l'automne 2010 de *La Carte et le Territoire*, roman de Michel Houellebecq, est rapidement suivie par une polémique sur des emprunts non sourcés à l'encyclopédie Wikipedia, qui conduit à une brève mise en ligne d'une copie intégrale de l'ouvrage sous licence libre. Un accord sera finalement conclu entre Flammarion et les éditeurs de l'encyclopédie, qui manifeste l'existence d'un rapport de force entre appropriabilité numérique et propriété intellectuelle classique<sup>10</sup>.

## L'appropriation contre la propriété

Il existe divers degrés d'appropriation. La cognition, qui est à la base des mécanismes de transmission culturelle, est le stade le plus élémentaire de l'appropriation. Le signalement d'une ressource en ligne ressortit du mécanisme classique de la citation, dont il faut noter que la possibilité formelle n'est autorisée que par exception à la règle générale du monopole d'exploitation par l'auteur, qui caractérise la propriété intellectuelle<sup>11</sup>. La collecte de souvenirs ou de photographies, telle qu'elle s'effectue habituellement dans le cadre du

tourisme, héritière d'une tradition qui remonte aux pèlerinages, permet de préserver la mémoire d'une expérience passagère et représente une forme d'appropriation substitutive particulièrement utile lorsque la propriété des biens n'est pas transférable<sup>12</sup>.



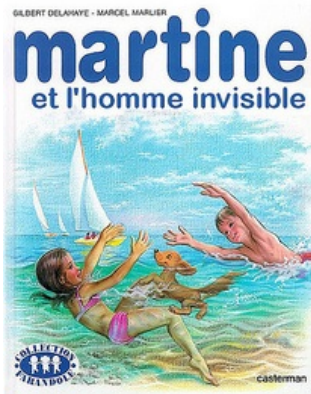
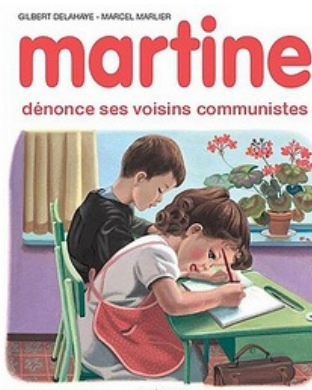
Ces trois exemples appartiennent à la catégorie des appropriations immatérielles ou symboliques. L'usage d'un bien, et plus encore sa modification, relèvent en revanche de l'appropriation matérielle ou opératoire, qui permet de mobiliser tout ou partie des facultés que confère sa propriété effective. C'est dans ce second registre que se rencontrent la plupart des pratiques créatives de l'appropriation.

L'appropriation symbolique, qui ne présuppose aucun transfert de propriété et fait d'un bien un bien commun, est un outil constitutif des pratiques culturelles. L'appropriation opératoire, en revanche, pose problème dès lors qu'elle s'effectue en dehors d'un droit légitime, et réclame des conditions particulières pour être acceptée.

Les débats récurrents suscités par les appropriations d'un artiste comme Richard Prince (qui a récemment perdu un procès contre un photographe dont il avait repris l'œuvre<sup>13</sup> en attestent<sup>14</sup>. Quoiqu'elles se soient progressivement banalisées depuis les années 1960, les pratiques appropriatives de l'art contemporain n'ont pas perdu tout caractère de scandale. Le geste de Marcel Duchamp proposant l'exposition d'objets manufacturés, les fameux *ready-made*, était un geste de provocation qui se voulait paradoxal. Celui-ci pouvait être toléré dans l'extra-territorialité du monde de l'art, et à la condition de procéder selon un schéma vertical, qui élève à la dignité d'œuvre des productions issues de l'industrie ou de la culture populaire, considérées à l'égal de l'art nègre, sans auteur et sans conscience.

Plutôt que l'appropriation *bottom-up* de l'art contemporain, celle qu'on observe en ligne procède selon un schéma horizontal, sur le modèle de la pratique musicale du *remix* (modification de version ou montage de plusieurs morceaux), popularisée à partir des années 1970 par la vogue du disco, dont l'intégration progressive dans les standards commerciaux est le résultat d'un long travail de socialisation, appuyé sur les intérêts économiques des éditeurs.

Si elles brouillent la frontière entre propriété symbolique et propriété opératoire, les pratiques numériques ne sont pas pour autant exonérées des contraintes de la propriété intellectuelle. Créé sous forme de jeu en octobre 2007, un site permettant aux internautes de modifier l'intitulé des couvertures de la série pour enfants "Martine", créée par Gilbert Delahaye et Marcel Marlier, rencontre un franc succès, avant d'être fermé un mois plus tard à la demande des éditions Casterman<sup>15</sup> (voir ci-dessous).



Qu'il s'agisse de la création de fausses bandes annonces sur YouTube, de remixes satiriques à caractère politique, des *threads* anonymes de 4chan<sup>16</sup> ou de la circulation virale des mèmes (jeu appropriable de décontextualisation de motif) dont les traces seront effacées après usage, les conditions de l'appropriabilité numérique ne s'autorisent que d'expédients et de tolérances fragiles : la protection de l'anonymat ou de l'expression collective, la nature publicitaire des contenus, la volatilité ou l'invisibilité des publications, la méconnaissance de la règle, et surtout les espaces du jeu, de la satire ou du second degré, qui, comme autrefois le temps du Carnaval, sont des espaces sociaux de l'exception et de la transgression tolérée... La créativité du *remix* s'installe dans la zone grise formée par les lacunes du droit, des oublis du contrôle ou de la dimension ludique. Mais ces conditions font du web l'un des rares espaces publics où l'appropriation collective est possible, communément admise, voire encouragée.

Le 9 novembre 2009, jour anniversaire de la chute du Mur de Berlin, les services de l'Élysée mettent en ligne sur **le compte Facebook de Nicolas Sarkozy** une photo le montrant en train d'attaquer la paroi de béton au marteau et datent par erreur cette image du 9 novembre 1989. Devant les protestations de plusieurs journaux, le camp gouvernemental s'enferme dans sa confusion et multiplie les allégations pour justifier cette manipulation. En 24 heures, la réponse du web fuse, sous la forme d'un mème intitulé "#sarkozypartout". Plusieurs centaines d'images retouchées mettent en scène le président dans les situations les plus célèbres de l'histoire mondiale, de la préhistoire au premier pas sur la Lune en passant par la bataille de Poitiers, la prise de la Bastille, le sacre de Napoléon ou l'assassinat de Kennedy (*voir ci-dessous*). Comme la plupart des phénomènes viraux, cette création parodique collective, diffusée de manière dispersée sur plusieurs sites et réseaux sociaux, constitue un événement éphémère sans archive, tout entier contenu dans l'expérience d'une réactivité instantanée.



Moins créative que réactive, l'appropriation numérique déploie à l'infini *remixes* et parodies, dans un jeu perpétuel du second degré qui finit par être perçu comme la signature du média. Lorsque Clément Chéroux, Joan Fontcuberta, Erik Kessels, Martin Parr et Joachim Schmid choisissent de célébrer la nouvelle création visuelle avec l'exposition "From Here On", présentée en 2011 au festival de la photographie d'Arles, ils sélectionnent tout naturellement le travail de plasticiens qui recyclent, samplent et remixent des contenus collectés sur la toile, dans une surenchère appropriationniste volontiers ludique, désignée comme principe de l'écologie numérique<sup>17</sup>.

## De l'appropriation de la culture à la culture de l'appropriation

L'appropriation est le ressort fondamental sur lequel repose l'assimilation de toute culture, formée par l'ensemble des pratiques et des biens reconnus par un groupe comme constitutifs de son identité. Elle fournit depuis des temps immémoriaux la clé de la viralité des cultures, leur mécanisme de reproduction. Comme le montre Vincent Goulet, c'est par leur appropriabilité et leur usages conversationnels que les médias populaires existent dans l'espace public<sup>18</sup>. Il y a eu plusieurs périodes où l'architecture juridique de la transmission légale des biens culturels cédait momentanément la place à des phases d'appropriation plus ou moins sauvage, comme par exemple aux premiers temps du cinéma, qui se caractérisent par le vol et le plagiat de formes, de techniques ou de contenus<sup>19</sup>. Dans le contexte de la révolution numérique, pour la première fois, cet instrument essentiel de la construction culturelle apparaît à son tour comme une culture reconnue, un nouveau paradigme dominant.

L'écologie numérique ne fait pas qu'encourager la production de *remixes*. Elle établit l'appropriabilité comme un critère et un caractère des biens culturels, qui ne sont dignes d'attention que s'ils sont partageables. Hors-jeu, un contenu non-appropriable sera exclu des signalements des réseaux sociaux ou des indications des moteurs de recherche, évincé des circulations éditoriales qui constituent l'architecture de cet écosystème<sup>20</sup>.



C'est ainsi que l'appropriabilité devient elle-même virale. Le mème est l'exemple-type d'un contenu qui comporte tous les ingrédients de sa remixabilité, et qui se propose non seulement comme un document à rediffuser, mais comme une offre à participer au jeu (*voir ci-dessus*). On trouvera une confirmation de la puissance de ces principes dans les tentatives effectuées par l'industrie pour investir ces mécanismes, en développant des formes conversationnelles autour des productions grand public.

L'économie marchande comme celle des œuvres de l'esprit ont construit leurs fonctionnements sur la valorisation de l'innovation et de l'exclusivité (dont les équivalents en art sont la création et l'auteurat), protégées par l'armure juridique de la propriété intellectuelle. La fluidité numérique a au contraire favorisé l'émergence d'une propriété collective qui valorise la remixabilité générale des contenus, la satire et le second degré. On peut penser que le chemin sera long avant que ces formes soient reconnues comme les manifestations d'une nouvelle culture dominante. Mais le plus frappant aujourd'hui, c'est à quel point cette culture est *déjà* inscrite dans les pratiques, à quel point son statut de culture dominante fait figure d'acquis pour les jeunes générations.

*Version revue et corrigée de l'article "L'œuvre d'art à l'ère de son appropriabilité numérique", Les Carnets du BAL, n° 2, octobre 2011, p. 135-147.*

Billet initialement publié sur **l'icône**, un blog de Culture visuelle  
Illustrations, photographies, montages et captures d'écran par **André Gunthert**.  
Illustration Hadopi/Pur et Copyright Free Face par **Christopher Dombres** [cc-by]

1. Walter Benjamin, "L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique", édition de 1939, trad. de l'allemand par M. de Gandillac et R. Rochlitz, Œuvres, t. 3, Paris, Gallimard, 2000, p. 269-316. [↔]
2. Voir Richard A. Lanham, *The Economics of Attention. Style and Substance in the Age of Information*, Chicago, University of Chicago Press, 2006. [↔]
3. La suite iLife d'Apple, comprenant des logiciels d'édition vidéo (iMovie, iDVD), photo (iPhoto) ou musicale (GarageBand), fait par exemple partie de l'équipement standard de tout ordinateur Mac à partir de 2003. [↔]
4. Notamment Myspace (musique), créé en 2003 ; Flickr (photos), créé en 2004 ; YouTube (vidéos), créé en 2005. [↔]
5. Tim O'Reilly, "What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software", O'Reilly Network, 30 septembre 2005. [↔]
6. Voir Andrew Keen, *Le Culte de l'amateur. Comment internet détruit notre culture* (2007, trad. de l'américain par J.-G. Laberge), Paris, Seuil, 2008 ; Patrice Flichy, *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil, 2010. [↔]
7. Je ne reviens pas ici sur le caractère très discuté des raisonnements qui corroborent la chute des ventes des supports physiques avec l'essor du partage en ligne. Voir notamment : Philippe Le Guern, Patricia Bastit, "Crise de l'industrie musicale et politique anti-piraterie en France. Hadopi : internet civilisé ou politique répressive ?", *Contemporary French Civilization*, vol. 36, n°1-2, juillet 2011, p. 141-160 ; Maya Bacache-Beauvallet, Marc Bourreau, François Moreau, *Portrait des musiciens à l'heure du numérique*, Paris, éditions Rue d'Ulm, 2011. [↔]
8. Michel Martins, "Hadopi, des chiffres et des internautes", *ElectronLibre*, 11 juillet 2011. [↔]
9. Voir Lawrence Lessig, *L'Avenir des idées. Le sort des biens communs à l'heure des réseaux numériques* (2001, traduction de l'américain par J.-B. Souffron et A. Bony), Lyon, Presses universitaires de Lyon, 2005. [↔]
10. Guillaume Champeau, "Houellebecq : Wikipédia remercié, mais pas sourcé", *Numerama*, 19 mai 2011. [↔]
11. L'article L. 122-5 du Code de la propriété intellectuelle est celui qui régit l'exception de citation, qui n'est donc pas un droit mais l'aménagement d'une tolérance dûment encadrée. [↔]
12. Voir André Gunthert "La photo au musée, ou l'appropriation", *Culture Visuelle*, 18 février 2011. [↔]
13. Charlotte Burns, "Patrick Cariou wins copyright case against Richard Prince and Gagosian", *The Art Newspaper*, 11 mars 2011. [↔]
14. Randy Kennedy, "If the copy is an artwork, then what's the original?", *New York Times*, 8 novembre 2007. [↔]
15. Christophe Asselin, "Le buzz du mois : les couvertures de Martine", *Influx*, 18 novembre 2007. [↔]
16. Voir Patrick Peccatte, "La fabrique des images sur 4chan", *Culture Visuelle*, 17 novembre 2010. [↔]
17. Clément Chéroux, Joan Fontuberta, Erik Kessels, Martin Parr, Joachim Schmid (dir.), *From Here On*, Arles, Rencontres d'Arles, 2011. [↔]
18. Cf. Vincent Goulet, *Médias et classes populaires. Les usages ordinaires des informations*, Paris, INA, 2010. [↔]
19. Cf. Francis Vanoye, *L'adaptation littéraire au cinéma*, Paris, Armand Colin, 2011, p. 13. [↔]
20. Voir André Gunthert, "La vidéo qui ne buzzait pas", *Actualités de la recherche en histoire visuelle*, 26 octobre 2008. [↔]

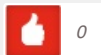
### JIM WILLING

le 19 novembre 2011 - 14:07 ; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Fascinating piece! Food for thought. Bravo!*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### DESIRADE

le 19 novembre 2011 - 14:17 ; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*« L'histoire de la photographie est aussi celle de sa prolifération, de son accession progressive à une quasi ubiquité grâce aux moyens de reproduction technique sur lesquels la presse et la publicité fondèrent leur efficacité. Dès lors il était inévitable que l'image photographique, comme à sa suite l'image en mouvement, devienne un matériau disponible pour d'autres images, d'autres usages. Remploi, collage, montage, readymade, détournement : la photographie, le cinéma et la vidéo ont ainsi donné lieu à de multiples opérations qui mirent l'accent sur leur caractère d'objet, et non plus seulement de médium. Les communications des deux journées proposent un tour d'horizon de ces pratiques qui constituent à elles seules une histoire parallèle de l'art et des images à l'ère moderne et contemporaine. »*

*Jean-Pierre Criqui, modérateur du séminaire "L'Image déjà là" Usages de l'objet trouvé*

photographique et cinématographique à l'EHESS 2 et 3 Novembre 2011

Une histoire des nouveaux usages de l'image numérique peut-elle faire l'impasse sur le meme ?

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

### DOMINIQUE

le 20 novembre 2011 - 12:17 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour.

Cet article est très intéressant mais un point est plus que réfutable. Vous dites : « Peut-on encore qualifier de déviant un comportement aussi massif ? N'est-il pas plus légitime de le considérer comme un fait social ? »

Avec ce type de raisonnement, on devrait abroger le code de la route et les sanctions policières car il est bien connu que personne ne le respecte à 100%.

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

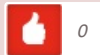
### ANDRÉ GUNTHERT

le 20 novembre 2011 - 12:33 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Précisément, tout tient à la qualification de l'infraction! Un dépassement de vitesse de moins de 20 km/h n'est pas considéré comme un comportement déviant mais comme une simple contravention. Au-delà de 50 km/, il change de qualification et devient un délit. La communication sur la copie privée conduit à criminaliser un acte assimilé au vol ou à la contrefaçon, susceptible de tomber sous le coup de lourdes condamnations pénales.

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

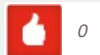
### CLAUDE MARTIN

le 21 novembre 2011 - 14:40 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Excellent! Un argumentaire bien pesé pour une cause en péril. "L'œuvre d'art à l'ère de son appropriabilité numérique" C'est bien trouvé comme angle d'attaque.

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

### 2GOLDFISH

le 25 novembre 2011 - 10:39 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Article intéressant mais vous allez un peu vite pour enterrer Youtube et le culte de l'amateur. D'abord vous négligez le fait que parmi les vidéos les plus vues de l'histoire de Youtube, il y a certes une majorité de produits "manufacturés" comme Justin Bieber, mais il y a aussi des vidéos d'amateur comme "Charlie Bit My Finger", mais aussi que Justin Bieber, justement, ne serait pas là s'il n'avait pas publiée ses propres vidéos amateurs sur Youtube avant d'être récupéré par l'industrie de la musique.

Mais surtout, vous oubliez l'effet de longue traîne : que les vidéos les plus vues soient des produits industriels en majorité ne signifient pas que la majorité des vidéos vues soient des productions industrielles. Quand bien même ce serait le cas, le rapport de force a changé depuis l'époque de la radio et de la télé entre les amateurs et les professionnels, c'est indéniable.

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

1 ping

Internet ravi la culture – owni.fr | Navicorp le 19 novembre 2011 - 15:37

[...] Internet ravit la culture [...]



