Promesse démocratisante, techno-capitalisme et logiques hiérarchisées des hologrammes de création. Le cas Hatsune Miku.

Maël Guesdon[1] et Philippe Le Guern[2]

[1] CRAL, EHESS - Paris X, Paris, France (maelguesdon@gmail.com)
[2] Centre Atlantique de Philosophie, université de Nantes et CRAL, EHESS, Nantes, France. (leguern@aol.com)

Résumé : De son inscription dans la tradition de la starification à ses indéniables spécificités issues de l'ouverture numérique, nous nous proposons de décrire à partir du cas Hatsune Miku, en nous appuyant entre autres sur une observation des principaux forums consacrés à la chanteuse holographique, le phénomène de l'hologramme de création dans la complexité de ses paramètres, en mettant à jour non seulement les structures hiérarchisantes de production et d'écoute qui fondent de manière sous-jacente la promesse collaborative mais aussi les processus de réappropriation des fans-créateurs qui aboutissent parfois au développement de tendances imprévues, paradoxales et innovantes.

Mots clés : hologramme – Hatsune Miku – création communautaire – reproductibilité – techno-capitalisme

Le plus souvent analysée à partir de l'activité qui se déploie sur les réseaux sociaux, la notion de numérique – ici appréhendée dans le champ de la production esthétique – renvoie en réalité à toute une série de dimensions distinctes, des samplers utilisés en musique aux algorithmes employés dans l'activité de composition. Un des artefacts issus de la technique de l'holographie numérique – que l'on peut appréhender comme une mise en abyme de l'idée de virtualisation du réel ou d'hybridation entre des « ontologies » réelles et virtuelles – est l'hologramme de star – créée ou reproduite – dont l'usage s'est multiplié ces dernières années, dans la sphère musicale.

Régulièrement alimenté par des rumeurs médiatiques comme les annonces de tournées post-mortem de stars disparues – qui sont tout à la fois sources de fantasmes et de condamnations pour hérésie de la part des fans –, le phénomène recouvre des réalités hétérogènes soulevant des problématiques variées et complexes : l'hologramme permet en effet à la fois de faire revenir sur scène des chanteurs disparus, d'incarner la promesse d'hyper-ubiquité de la star globalisée qui se produit à différents endroits de la planète au même moment, de réaliser des économies d'échelle sur les coûts de production du spectacle, de transformer le concert traditionnel en dispositif esthétique numérique inédit. Il soulève de surcroît une série de questions relevant de l'ontologie et de la morale : que signifie l'attachement du public pour une star virtuelle du point de vue de la production de nos affects ? Les catégorie du « réel » et du « virtuel » sont-elles adéquates pour penser ce type d'entité ?

Si sur le plan technique on peut distinguer entre les hologrammes optiques et les hologrammes numériques, on peut, sur le plan ontologique, diviser *a minima* les phénomènes holographiques en deux catégories qui, bien qu'elles utilisent la même technologie (le fameux pepper's ghost), se distinguent nettement : d'un côté *les hologrammes de reproduction* qui font revenir sur scène des chanteurs morts (par exemple, Tupac en 2012 à Coachella) ou multiplient les images d'une star encore vivante pour accroître l'illusion de son ubiquité (ce fut le cas de Mariah Carey qui est apparue en 2011 en cinq exemplaires pour des concerts simultanées en Europe) et de l'autre, *les hologrammes de création* qui produisent, au contraire, une star de toute

pièce. La différence est massive : là où dans le premier cas, l'hologramme dont on sollicite spécifiquement l'effet de présence, renvoie à un corps réel – bien que présentement absent –, dans le second, l'hologramme se passe de référent antérieur. L'hologramme de reproduction, illusion de présence généralement tournée vers la commémoration, pallie à la limite physique des corps. L'hologramme de création, présence de l'illusion, se déploie sans incarnation, portant une image parmi les autres au statut de référent. Dans un cas donc, l'hologramme reste une copie – particulièrement performante – du corps physique de la star. Dans l'autre, c'est tout le système du rapport – au cœur de la starification de masse – entre le référent et ses reproductions qui se trouve bouleversé.

Créée en 2007 à des fins de promotion d'un logiciel de synthèse vocale développé par Crypton Future Media, Hatsune Miku, jeune star holographique du second type, connaît un succès international croissant. Le principe commercial est simple : une fois acheté le logiciel et à condition de respecter quelques règles éthiques ainsi que les marques identitaires du personnage (comme la coupe de cheveux ou les couleurs officielles), la voix et l'image du corps d'Hatsune Miku sont libres. N'importe quel internaute peut donc créer des chansons et des clips interprétés par la star. Les audios et les vidéos sont ensuite postées sur des forums où ils sont commentés et évalués par différentes communautés de fans, simultanément producteurs et prescripteurs. Toutes les composantes qui définissent le caractère spectral de la star à l'époque de la reproduction mécanique à grande échelle se trouvent ici poussées à leur limite : surface projective sans intention, Hatsune Miku tient ensemble l'inacessibilité constitutive de l'original et la reproductibilité potentiellement infinie des copies.

Sous couvert de partage des talents et d'expression démocratisée, Crypton Future Media radicalise donc en réalité la logique autoconstitutive de la visibilité qui fait des moyens de diffusion dans le même temps une forme de consommation et un renforcement de la célébrité. Capitalisant sur les instruments de création qui fondent la popularité de la chanteuse, le dispositif implique à tous les niveaux, de la production à la réception, la participation active des consommateurs eux-mêmes. En associant la production massive d'oeuvres polymédiatiques (musique, image, texte...) au spectaculaire des grands shows qui singularisent quelques moments aussi rares que

précieux, Crypton Furture Media met en scène les apparitions et disparitions d'un référent inacessible, contour vide de contenu aux copies innombrables, facilement appropriables, et dont chaque exemplaire est à la fois consommation et promotion.

Comment se recomposent ainsi, derrière l'idéal affirmé d'horizontalité, des logiques pyramidales de consommation ?

De son inscription dans la tradition de la starification à ses indéniables spécificités issues de l'ouverture numérique, nous tenterons de comprendre – à partir d'une enquête menée sur les principaux forums de partage et de classement des morceaux d'Hatsune Miku, sites d'échanges entre amateurs et compositieurs qui permettent d'observer de nombreuses controverses et des phénomènes complexes d'engagements, d'expertises et de recommandations – le phénomène de l'hologramme de création dans la complexité de ses paramètres, en mettant à jour non seulement les structures hiérarchisantes de production et d'écoute qui fondent de manière sous-jacente la promesse collaborative mais aussi les processus de réappropriation des fans-créateurs qui aboutissent parfois au développement de tendances imprévues, paradoxales et innovantes. En outre, nous réfléchirons à la façon dont le « laboratoire » Hatsune Miku permet à l'industrie musicale et plus largement à l'industrie du spectacle de repenser leurs modèles de diffusion et de production de la valeur : en Corée par exemple, le développement de la technologie des hologrammes est devenue une priorité des politiques publiques, comme nouveau moteur de la croissance des industries créatives.