



Caméra d'action

Action Camera

Tourisme et amateurisme

Tourism and Amateurism

Philippe Bédard

Éditorialisation/content curation
Philippe Bédard

Traduction/translation
Timothy Barnard

Référence bibliographique/bibliographic reference
Bédard, Philippe. *Caméra d'action / Action Camera*. Montréal : CinéMédias, 2023, collection « Encyclopédie raisonnée des techniques du cinéma », sous la direction d'André Gaudreault, Laurent Le Forestier et Gilles Mouëllic.

Dépôt légal/legal deposit
Bibliothèque et Archives nationales du Québec,
Bibliothèque et Archives Canada/Library and Archives Canada, 2023
ISBN 978-2-925376-04-0 (PDF)

Appui financier du CRSH/SSHRC support
Ce projet s'appuie sur des recherches financées par le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada.

This project draws on research supported by the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada.

Mention de droits pour les textes/copyright for texts
© CinéMédias, 2023. Certains droits réservés/some rights reserved.
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International



Image d'accroche/header image
Capture d'écran de *Wearable Urban Routine* (Xiaowen Zhu, 2011).
[Voir la fiche.](#)

Screenshot from *Wearable Urban Routine* (Xiaowen Zhu, 2011).
[See database entry.](#)

Base de données TECHNÈS/TECHNÈS database
Une base de données documentaire recensant tous les contenus de l'*Encyclopédie* est en [libre accès](#). Des renvois vers la base sont également indiqués pour chaque image intégrée à ce livre.

A documentary database listing all the contents of the *Encyclopedia* is in [open access](#). References to the database are also provided for each image included in this book.

Version web/web version
Cet ouvrage a été initialement publié en 2020 sous la forme d'un [parcours thématique](#) de l'*Encyclopédie raisonnée des techniques du cinéma*.

This work was initially published in 2020 as a [thematic parcours](#) of the *Encyclopedia of Film Techniques and Technologies*.

Tourisme et amateurisme

par Philippe Bédard

Tributaire de l'obsession contemporaine pour la documentation de soi, la caméra d'action joue un rôle clé au sein des pratiques vidéo amateurs contemporaines; en témoignent les commentaires de Vincent Laforet, selon qui la GoPro «a permis aux gens de se concentrer sur l'expérience qu'ils vivent au moment présent, plutôt que de se concentrer sur le fait de la capturer^[1]». Ce mythe trouve même racine au cœur des stratégies publicitaires du fabricant GoPro, qui mettent l'accent sur l'utilisation des caméras à des fins de captation d'expériences touristiques. Pensons notamment à la campagne présentée par la compagnie lors du lancement des caméras HERO6 en 2017, dont le slogan était «Live the moment. Capture the moment. Share the moment^[2]». Considérons aussi la vidéo «GoPro: Capture Different» (2016), qui met également l'accent sur l'expérience plutôt que sur le processus de captation.



Un extrait vidéo est accessible [en ligne](#).

Capture d'écran de la publicité «GoPro: Capture Different». [Voir la fiche](#).

Enfin, rappelons aussi sa publicité «GoPro: Experience Different» (2018), centrée sur une série d'expériences touristiques filmées «à la première personne». L'insistance sur l'inclusion de pratiques touristiques dans l'identité que se construit GoPro à travers ses publicités nous invite par ailleurs à réfléchir à l'incidence de celles-ci sur les consommateurs et sur leur façon d'utiliser la caméra. C'est d'une opposition entre pratiques amateur et professionnelle qu'il est question lorsque l'utilisateur lambda s'arme d'une GoPro dans l'espoir de produire, lors d'un voyage, le même type d'images qu'il aurait vu dans l'une des publicités de la compagnie.

Le dispositif-amateur

François Albera nous apprend que l'amateur est nécessairement influencé par un ensemble hétérogène de discours, de standards, de règles et de prescriptions qui constitue ce que



Un extrait vidéo est accessible [en ligne](#).

Capture d'écran de la publicité «GoPro: Experience Different». [Voir la fiche](#).

l'auteur appelle le dispositif-amateur^[3]. Ainsi, les publicités produites par GoPro pour vendre ses caméras deviennent une référence officielle de ce qui constitue l'idéal de la GoPro, autant en ce qui concerne les contextes d'utilisation que les types d'images qu'elle devrait servir à produire. Par exemple, GoPro publie annuellement au moins une nouvelle vidéo pour accompagner le lancement des nouveaux modèles de l'année, laquelle vient présenter tout ce que les nouveaux appareils savent faire. Pareillement, la chaîne YouTube de la compagnie partage annuellement une compilation des meilleures images captées au fil de l'année avec ses caméras, ce qui contribue à diffuser les images et les usages idéaux de l'appareil. Dans ces deux genres de vidéos, on retrouve des images de sports extrêmes, bien évidemment, mais aussi d'aventures touristiques, d'expériences enlevantes, de moments touchants, de merveilles du monde, et plus encore.



Un extrait vidéo est accessible [en ligne](#).

Capture d'écran de la publicité «GoPro: Karma on the Road». [Voir la fiche](#).

La vidéo «GoPro: Karma on the Road», par exemple, nous montre les aventures d'une jeune famille qui prend la route dans un minibus le long de la côte ouest américaine. Les images nous montrent plusieurs moments anodins de leur périple et documentent leurs expériences les plus excitantes (incluant la pratique de la luge, l'essai d'un type plus extrême de balançoire, l'utilisation d'une *slackline*, etc.), le tout depuis une variété de points de vue qui incluent des images de leurs déplacements à travers des paysages à couper le souffle, captés par un drone depuis les airs. À travers ces images léchées d'activités toutes aussi impressionnantes les unes

que les autres, sur fond de musique enlevante, « GoPro: Karma on the Road » illustre ainsi tout le potentiel d'une caméra d'action telle la GoPro.

En qualité d'amateur, l'utilisateur d'une GoPro qui prend conscience de ces références pourra, suivant Albera, choisir de s'assujettir ou non à la poursuite de l'idéal qu'elles construisent. Mais il ne s'agit là que d'une cible à atteindre et non d'instructions expliquant le chemin à suivre pour y arriver. Simple composante d'un dispositif-amateur plus englobant, ces publicités ne présentent effectivement que le produit final vers lequel devraient tendre les utilisateurs, sans divulguer les conditions techniques et industrielles nécessaires à la création de telles images.

-
- [1] «The GoPro has fundamentally changed the way professionals and amateurs interact with the “camera.” Or more to the point and especially in this case “don’t” interact with the tool. The GoPro more so than any tool that ever preceded it, has allowed people to focus more on experiencing the moment, as opposed to focusing on capturing it.» Vincent Laforet, «The GoPro & It's [sic] Place in History», blogue personnel de l'auteur, 30 septembre 2014, <https://blog.vincentlaforet.com/the-gopro-its-place-in-history/>.
 - [2] GoPro, «GoPro HERO6: This Is the Moment in 4K», vidéo YouTube, 4:31, 28 septembre 2017, <https://youtu.be/vr0qNXmkUJ8>.
 - [3] François Albera, «Le dispositif-amateur», dans *Ciné-dispositifs: spectacles, cinéma, télévision, littérature*, dir. François Albera et Maria Tortajada (Lausanne: L'Âge d'Homme, 2011), 280-300.

Tourism and Amateurism

by Philippe Bédard

Translation: Timothy Barnard

The action camera, part of the contemporary obsession for documenting oneself, plays a key role in contemporary amateur video practises. This can be seen in this comment by Vincent Laforet, for whom the GoPro “has allowed people to focus more on experiencing the moment, as opposed to focusing on capturing it.”^[1] This myth has even taken root in the manufacturer’s advertising strategies, which stress the use of these cameras to record tourism experiences. One particular example of this was the company’s advertising for the launch of the HERO6 camera in 2017, whose slogan was “Live the moment. Capture the moment. Share the moment.”^[2] Consider in addition the video “GoPro: Capture Different” (2016), which also stresses the experience being lived rather than the act of recording it.



Screenshot from “GoPro: Capture Different” advertisement (2016).
[See database entry.](#)

Finally, we might also think of the advertisement “GoPro: Experience Different” (2018), which focused on a series of tourism experiences filmed “in the first person.” This emphasis on tourism in the identity constructed by GoPro through its advertising invites us in addition to reflect on the impact of this advertising on consumers and the way they use the camera. What is at stake when the average user takes up a GoPro in the hope of producing the same kind of images as seen in one of the company’s advertisements is the contrast between amateur and professional practices.

The amateur-dispositive

François Albera tells us that the amateur is necessarily influenced by a heterogeneous set of discourses, standards, rules and instructions, making up what the author calls the amateur-dispositive.^[3] In this way, the advertising produced by GoPro to sell its cameras become an



A video clip is available [online](#).

Screenshot from the “GoPro: Experience Different” advertisement (2018).
[See database entry.](#)

official reference of what constitutes the GoPro ideal, with respect to both the contexts in which it is used and the kinds of images it should serve to produce. For example, GoPro publishes at least one new video every year to accompany the launch of its new products in order to show everything that the new devices can do. Similarly, every year the company’s YouTube channel posts a compilation of the best images captured in the previous year with its cameras, thereby contributing to the dissemination of the camera’s ideal images and uses. In these two kinds of videos, we naturally find images of extreme sports, but also images of travelling, uplifting experiences, touching moments, wonders of the world and much more.



A video clip is available [online](#).

Screenshot from “GoPro: Karma on the Road” advertisement (2018).
[See database entry.](#)

The video “GoPro: Karma on the Road,” for example, shows the adventures of a young family hitting the road in a microbus along the West Coast of the United States. The images show several banal moments of their long voyage, but it also documents their most exciting experiences (including tobogganing, trying out an extreme kind of swing, their use of a slackline, etc.), all filmed from a variety of points of view including images of them driving through breathtaking landscapes captured by a drone in the sky. Through these perfect images of activities each as impressive as the last, against uplifting background music, “GoPro: Karma on the Road” illustrates all the potential of an action camera such as the GoPro.

As an amateur, the GoPro user who becomes aware of these references can, to follow Albera's argument, choose to devote themselves (or not) to the pursuit of the ideal they construct. But this is just a goal to attain, not instructions on the path to take to get there. This advertising, a mere element of a more encompassing amateur-dispositive, shows only the final product towards which users should strive without revealing the technical and industrial conditions necessary to achieving such images.

-
- [1] "The GoPro has fundamentally changed the way professionals and amateurs interact with the 'camera.' Or more to the point and especially in this case 'don't' interact with the tool. The GoPro more so than any tool that ever preceded it, has allowed people to focus more on experiencing the moment, as opposed to focusing on capturing it." Vincent Laforet, "The GoPro & It's [sic] Place in History," personal blog of the author, 30 September 2014, <https://blog.vincentlaforet.com/the-gopro-its-place-in-history/>.
 - [2] GoPro, "GoPro HERO6: This Is the Moment in 4K," YouTube video, 4:31, 28 September 2017, <https://youtu.be/vr0qNXmkUJ8>.
 - [3] François Albera, "The Amateur-Dispositive," in *Cine-Dispositives*, eds. François Albera and Maria Tortajada (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2015), 299-318, <https://doi.org/10.1515/9789048523443-016>.